

חומרי הלימוד במקצוע מוביל אמנות שימושית חלק ג': היבטים בתולדות העיצוב

240 ש"ש | (כיתות י"א-י"ב)

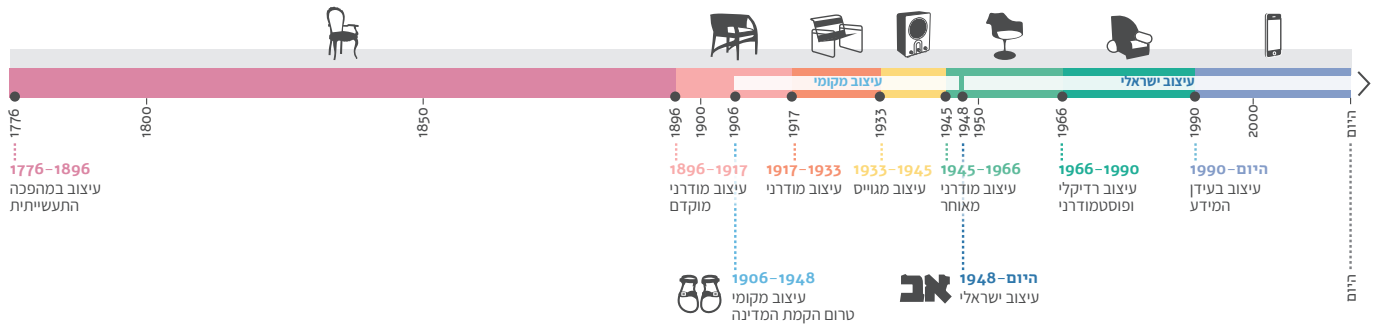
תשע"ט 2018

ועדת ההיגוי של תכנית הלימוד

פיתוח
משרד החינוך, מנהל תקשוב, טכנולוגיה ומערכות מידע, מגמת אמנויות העיצוב
מפמ"ר
גב' עינת קריצ'מן
כתיבה
רביד רובנר
ייעוץ ועריכה מדעית
ד"ר דיויד גוס
עריכה דידיקטית ואינפוגרפיקה
גב' רינת סופר גרינפלד
עריכת תוכן
גב' שרית זיו
עריכה גרפית
גב' אפרת יצחקוב, קבוצת עמל

תוכן העניינים - חלק ג'

ציר הזמן - מבט על



עמ'	נושא
	היבטים בתולדות העיצוב
4	ג.1. מהו עיצוב?
10	ג.2. העיצוב בתקופת המהפכה התעשייתית
17	ג.3. העיצוב המודרני המוקדם
25	ג.4. העיצוב המודרני
45	ג.5. עיצוב מגויס
58	ג.6. העיצוב המודרני המאוחר
71	ג.7. העיצוב הרדיקלי והפוסט-מודרני
82	ג.8. העיצוב בעידן המידע
93	ג.9. העיצוב המקומי טרום הקמת המדינה
101	ג.10. עיצוב ישראלי

פרק 1: מהו עיצוב?

פרק זה משמש מבוא תיאורטי לתוכנית כולה. הפרק מגדיר את גבולותיו של העיצוב כתחום פעילות מקצועי ואת המטרה של לימוד תולדות העיצוב במסגרת תוכנית זו: הצגת העיצוב כמייצג, מחולל ומוביל של שינוי חברתי, תרבותי ופוליטי, גורם מניע המשנה אורחות חיים, דעות ומנהגים.

הפרק נפתח בהבחנה בין מקצוע העיצוב למקצועות משיקים קרובים, ובייחוד אמנות, ואמנות והנדסה. בעזרת דוגמאות מתחומי העיצוב השונים שיילמדו בתוכנית – עיצוב מוצר, עיצוב פנים ואדריכלות, עיצוב גרפי ועיצוב אופנה – נראה כיצד השתנו יצירות העיצוב והתפתחו הן בעקבות המצאות טכנולוגיות חדשות והן כביטוי למצב החברתי-כלכלי, המושתת על ערכים ונורמות בזמן מסוים ובמקום מסוים.

1.1. מהו עיצוב?

הפרק עוסק בייחודו של תחום העיצוב אל מול תחומי יצירה משיקים, ומטרתו ליצור הבחנה בין סוגי עיצוב שונים ולאפיין את דמותו של המעצב ואת דפוסי פעולתו.

העיצוב מהווה עיסוק מרכזי בחיי האדם משחר התרבות האנושית. העיצוב נוגע לכל היבט של חיי היומיום, והוא מתווך בשביל האדם את העולם ויוצר סדר במידע, בחומר ובחלל. כמעט כל מה שנמצא סביבנו מעוצב: הטלפון החכם, המחשב ושולחן העבודה, התאורה בבית, הריצוף שבבניין הציבורי, אתרי האינטרנט, האפליקציות שבטאבלט, משחקי הקופסה וקונסולות המשחקים, השירות הטלפוני של חברת התקשורת, הצליל של השיחה הנכנסת, הפונט שבו כתוב טקסט זה, ועוד. עם המצאתן של טכנולוגיות חדשות מגוון התחומים הולך ומתרחב בהתמדה, והמעצבים נדרשים לתת מענה לבעיות ולאתגרים חדשים.

ניקח לדוגמה מכשיר קטן שאנו נושאים כיום לכל מקום בכיסנו – הטלפון החכם. בחינת ההיסטוריה של הטלפון החכם מראה שתכונות רבות הופיעו כבר בדורות הראשונים של המכשירים: מזעור, ניידות, נגישות ומזמינות. אך ככל שהתפתחו החומרים והטכנולוגיות הכלולים במכשיר שיפרו המעצבים את התכונות האלו – הם הקטינו עוד את המכשיר כך שיהיה קל יותר לנשיאה, שיפרו את הממשק כדי להגדיל את הנגישות, ועוד. סביר אפוא להניח שהתפתחויות טכנולוגיות נוספות יתבטאו בשיפורים נוספים במוצרים עתידיים.

עוד מעלה ההיסטוריה של העיצוב שהטלפון החכם מגלם בתוכו דורות קודמים של מכשירים ושירותים רבים, שהיו נפרדים זה מזה: טלפון, מצלמה, קולנוע, טלוויזיה, אלבום משפחתי, עיתון, מכונת כתיבה, מכשיר להשמעת מוזיקה, ספר טלפונים, חנות, אנציקלופדיה, דואר, ספרייה ועוד. חלקם היו מוצרים נייחים, חלקם היו במקומות שאילצו אותנו לנוע כדי להשתמש בהם. כל אחד מהם עבר התפתחות היסטורית נפרדת, ולבסוף התכנסו כולם יחד במכשיר הסלולרי החכם. חלק מהמכשירים ממשיכים לשמש כיום כמוצרים נפרדים, כמו המצלמה, וחלקם אינם קיימים עוד, כמו ספר הטלפונים המודפס. אנחנו יכולים להסיק מסקירה זו שטכנולוגיות מתפתחות, מוצרים משתנים ומתיישנים, ולכן סביר להניח שגם הטלפון החכם יתיישן. עם זאת, גם אם איננו יודעים מה יהיו מראהו, צורתו והטכנולוגיה של המכשיר העתידי שבאמצעותו נדבר ממרחק, נצלם, נצפה בווידיאו ובתמונות, נקרא חדשות, נכתוב, נרכוש מוצרים ושירותים ונאזין למוזיקה (ואולי נעשה דברים נוספים), אנחנו יודעים שהאחרים לתיווך של שינויים אלו יהיו המעצבים.

אז כיצד מגדירים ומאפיינים את פעולת העיצוב המקיפה תחומים כה רבים בחיינו? אפיונו של המושג "עיצוב", הכולל בתוכו תחומים רבים, ממשיך להיות נושא לדיון ולפולמוס. הרברט סימון הגדיר עיצוב כשינוי של מצב עניינים נתון למצב עניינים מועדף¹. הארלד נלסון ואריק סטולטרמן טענו שעיצוב מוצלח ממלא אחר הצרכים והרצונות של הלקוחות². ג'יין

1 Herbert Simon; The Sciences of the Artificial. Cambridge, MA 1969. "[Design is the] transformation of existing conditions into preferred ones." (p. 55).

2 Harold G. Nelson and Erik Stolterman; The Design Way: Intentional Change in an Unpredictable World. The MIT Press, 2012. "Design is, by definition, a service relationship... design is about service on behalf of the other." (p. 47).

פורסיי הדגישה את המימד האסתטי של העיצוב. היא דנה בו כחלק ממסורת הפילוסופיה של האמנות, והוסיפה שהייחוד של העיצוב הוא בהיותו דבר שימושי, בעל פונקציה³. מדס ניגרד פולקמן הגדיר עיצוב כמסגור והבְּנִיָה של חוויה אנושית⁴. הוגים נוספים מדגישים את ההפרדה בין פעולת העיצוב (לעצב), ובין האובייקט (היצירה המעוצבת). לדוגמה, ויקטור פאפאנק טען שפעולת העיצוב היא מאמץ מכוון ליצור סדר בר-משמעות, והתוצאה של הפעולה המכוונת היא אותו סדר בר-משמעות⁵. בתוכנית לימודים זו הגדרת העיצוב תהיה שילוב עמדותיהם של ההוגים המוזכרים כאן: **עיצוב הוא תכנון מכוון של מערכים שימושיים-חוויתיים-אסתטיים המהווים פתרון לבעיה מוגדרת מראש.**

המעצבים נדרשים לצורת חשיבה מיוחדת: "חשיבה עיצובית" (design thinking). זוהי צורת חשיבה יצירתית ורציונליות המכוונת למצוא פתרונות לבעיות מורכבות. היא דורשת ריבוי מיומנויות והתבוננות מערכתית, ולוקחת בחשבון, באופן סימולטני, את הצרכים הנפשיים והפיזיים של האדם, את היחס שבין הסביבה המכנית לטבעית, את החומרים והמערכות הטכנולוגיות ואת יכולות הפיתוח שלהם, את התרבות והשפה, את הרעיונות המקומיים והגלובליים ועוד, כדי לאתר מגוון של פתרונות שימושיים-חוויתיים-אסתטיים. העיצוב כרוך בתהליך הכולל תצפית וחקר משתמשים וסביבה, איסוף, עיבוד וניתוח ממצאים, ניסוח רעיון, פיתוח יצירתי של הרעיונות, מימושם לכדי צורה העונה על דרישות מוגדרות, והתוויית צורה זו כתוכנית לייצור, להפצה, להדפסה או ליישום.

עד לתחילת המאה השמונה-עשרה לא הייתה הפרדה בין עיצוב לאומנות, אמנות והנדסה. היוצרים נחשבו לאמנים שלרוב הייתה להם התמקצעות ייחודית, ולעיתים עסקו בכמה תחומים יחד. עם תחילת המהפכה התעשייתית, ובייחוד עם כניסתן של טכנולוגיות חדשות במאה התשע-עשרה, החלה עבודת העיצוב להיבדל משלושת התחומים האלו כמקצוע נפרד. הפרדה זו הגיעה לשיאה עם התרחבות הייצור המתועש במהלך המאה העשרים. בניגוד לאומנים, שעבודתם האישית על מוצר מתבצעת משלב הרעיון ועד לביצוע סופי, המעצבים מתמקדים רק בשלב התכנון, ואילו את הייצור מבצע איש מקצוע טכני. בניגוד לאמנים, שעבודתם התמקדה ביצירת אובייקט אסתטי, שאיננו פתרון שימושי לבעיה קונקרטית, המעצבים פועלים כדי להגדיר בעיה ולתת לה מענה מוכוון-שימוש המשיג שינוי רצוי. בניגוד למהנדסים, המתמקדים בתכנון מדעי-מתמטי של חומרים, מערכות, מכונות, תהליכים וכדומה, המעצבים משלבים בין מחקר מדעי למחקר אינטואיטיבי, מאבחנים צורך, נחשקות ופרמטרים נוספים המאתגרים את המדע, ומתרגמים אותם לכדי תוצרים אסתטיים המשמשים מעין גשר בין האדם ובין הסביבה והטכנולוגיה.

היום, במאה העשרים ואחת, מתקיימים תחומי השקה נרחבים בין הנדסה, אומנות ואמנות. המעצבים משלבים בתכנוניהם חומרים חדשים, מתכננים מערכות מידע ומאתגרים את הטכנולוגיות הקיימות. הם יוצרים אובייקטים וחוויות הנמצאים בין שלוש הקטגוריות או מתאימים לשתיים או יותר מהן, ומעוררים דיון מחודש בגבולות, בטיבם ובנחיצות ההפרדה ביניהם. תוכנית זו חוקרת את ההיסטוריה של מערכת היחסים שבין עיצוב מוצר, עיצוב פנים, אדריכלות ועיצוב גרפי, ואת ההשקה שביניהם לבין מקצועות האמנות, האומנות וההנדסה ביחס לשינויים טכנולוגיים ותרבותיים.

נושאים לדיון
- המחשת ההבדלים בין התחומים דרך יצירות של אמנים, אומנים, מהנדסים ומעצבים. - דיון דרך דוגמאות בתחומי העיצוב שהתוכנית עוסקת בהם: עיצוב המוצר, עיצוב פנים ואדריכלות, עיצוב גרפי ועיצוב אופנה.

3 Jane Forsey; The Aesthetics of Design. Oxford University Press, 2013. "...design is; first; an aesthetic phenomenon." (p. 4). "One quality all of these ["designed"] objects have in common seems to be the very immanent one of function or functionality. Each of these things is useful, or meant to be used in a specific way... Function if a necessary condition of design." (p. 30).

4 Mads Nygaard Folkmann; The Aesthetics of Imagination in Design. The MIT Press, 2013. "...design is essentially a matter of framing and structuring human experience or that it has the potential to do so". (p. 217).

5 Papanek, Victor; Design for the Real World: Human Ecology and Social Change, New York, Pantheon Books, 1971. "Design is a conscious and intuitive effort to impose meaningful order.... Design is both the underlying matrix of order and the tool that creates it." (p. 4).

הצעות להרחבה ודיון

- הגדרות מקובלות לעיצוב, המייחדות תחום זה לעומת אמנות, אומנות והנדסה.
- "עיצוב לימינואידי", מונח המתייחס ליצירות שהן בין עיצוב לאמנות, דרך דוגמאות, כגון:

דוגמה Front – Blow Away Vase, 2009

1.2. תולדות העיצוב כתחום מחקר

הפרק עוסק בתולדות העיצוב כתחום מחקר, ומטרתו להציג את ההשתנות תלויה ההקשר של הגישות והסגנונות ביחס לעיצוב.

ביטויים מגוונים של עיצוב – מבנים, חפצים, איורים, כתבים, עיטורים ועוד – מרכיבים יחד שפה חומרית וויזואלית המלווה את האדם כחלק בלתי נפרד מהיומיום, שמתקבלת כשגרה מובנת מאליה. מכאן הפליאה המלווה את המתבוננים בתמונות ובסרטים ממקומות זרים או מתקופות קודמות, שאורחותיהם ועיצוביהם שונים מהמוכר להם. הבדלים ניכרים בעיצוב הן בפן הפונקציונלי – האופן שבו האובייקט מבצע מטלה, קריאות ובהירות השימוש – והן בפן האסתטי – האופן שבו נראה האובייקט, הטקסט או החלל, החומרים שמהם הוא עשוי ואופן הגימור שלהם, העיטורים שלו, ועוד. המחקר ההיסטורי של העיצוב מכוון לחשוף את ההבדלים הפונקציונליים והאסתטיים בתרבויות, במקומות ובתקופות שונים. הוא מראה שככל תופעה היסטורית, גם עיצוב הוא תלוי הקשר: הוא מושפע מזמן וממקום מסוימים ומשפיע עליהם, וכן משקף את אורחות הקהילה ואמונותיה, את המצב הכלכלי, החברתי והתרבותי שלה, את החומרים שהיו בסביבתה, את יכולותיה המדעיות והטכנולוגיות, ועוד.

גורמים רבים מניעים שינויים פונקציונליים ואסתטיים בעיצוב. גורם ראשון הוא המצאתן של טכנולוגיות חדשות. לדוגמה, המצאת החשמל, ובמיוחד כניסתו לבתים בתחילת המאה העשרים, הביאה להמצאה של מוצרים חדשים לבית (כגון המצנע, שואב האבק ומדיח הכלים), ולהתאמתם לחשמל של מוצרים קיימים (כגון המקרר, הקומקום החשמלי והמגהץ). מוצרי החשמל הביתיים קיצרו ושיפרו באופן ניכר את פעולות תחזוקת הבית, ותרמו לשינוי שחל בזמן ההוא במעמד האישה. המצאת המחשב האישי והטלפון הנייד ושילובם לאחר מכן בטלפון החכם הפכו את אגירת המידע, יצירתו והפצתו לזמינים יותר. עיצובם של המחשב הביתי והטלפון הנייד שינה את האופן שבו אנחנו מתקשרים זה עם זה, צורכים חדשות, מכירים אנשים חדשים, מתעדים את חיי היומיום ועוד.

אך לא רק הטכנולוגיה מניעה את העיצוב; לעיתים מעצבים מובילים שינויים טכנולוגיים, כאשר הם מזהים פוטנציאל ליצירת שימושים חדשים או לשיפור עיצובים קיימים. בזכות שיתוף פעולה בין המעצבים למהנדסים החלה כבר בשנות התשעים מגמת מזעור במכשירים אלקטרוניים כגון מחשבים ניידים, החסנים ניידים (דיסק-און-קי) ועוד.

גורם שני לשינוי פונקציונלי ואסתטי בעיצוב אינו כרוך בשינוי טכנולוגי, אלא הוא יוזמה אישית או קבוצתית של מעצבים שפועלים כסוכנים של שינוי חברתי, תרבותי, כלכלי או פוליטי. הדוגמה המובהקת ביותר לעניין זה היא התגייסות מעצבים לתמיכה במשטר מסוים, באמצעות תעמולה, בעת מלחמה וגם בעתות שלום. לדוגמה, אחרי מלחמת העולם הראשונה החליטו המעצבים ברוסיה לתמוך במשטר הקומוניסטי החדש שהוקם אז ובמנהיג הנבחר, ולדימיר לנין. הם יצרו שפה עיצובית חדשה, שהתבססה על הקונסטרוקטיביזם (Constructivism) והייתה שונה בתכלית מכל מה שקדם לה. הם ביקשו להביע בעזרתה את השינוי באורחות החיים במשטר ובשאיפותיו להיות כלל-עולמי (ראו פרק 4.2). במאה העשרים ואחת פיתחו חברות הרכב הפאנק-רוק הרוסי פוסי ריוט (Pussy Riot) שפה חזותית מהפכנית אחרת. הן כיסו את פניהן במעין כובע גרב בצבעים עזים ובוהקים כדי למחות על מעמד האישה ברוסיה ולהתנגד לעמדותיו המדיניות של הנשיא המכהן ולדימיר פוטין. מכאן שמה שמניע את היוצרים ביצירתם תואם לערכים ולנורמות שבהם הם מחזיקים, ולעיתים הם משתמשים בעיצוב כדי לחולל שינוי חברתי ותרבותי.

מחקר תולדות העיצוב אנו למדים גם שלעיתים מעצבים משנים את השקפותיהם, ובעקבות זאת משנים את סגנון העיצוב שלהם מקצה לקצה. לדוגמה, בתחילת המאה העשרים המעצב הגרמני פטר בֶּרנס (Peter Behrens) עיצב בסגנון היוגנדשטיל (Jugendstil) שביטא את רוח העבודה המשותפת לאומנים ולאומנים, והיה פופולרי בזמנו. אך בתוך שנים ספורות, משהחל לעבוד כמעצב הבית של חברת מוצרי החשמל אֶה-אֶה-גֶה (AEG) בשנת 1907, הוא חולל שינוי עיצובי בחברה הן בעיצוב המוצר, הן בעיצוב הגרפי והן באדריכלות. הסגנון החדש, שנקרא לימים "אסתטיקת המכונה", התבסס על חומרים וטכנולוגיות תעשייתיים, הבלטי והדגיש אותם (ראו פרק 3.2). המעבר לא היה דרישה של החברה, אלא יוזמה של ברנס עצמו, שהחליט לדחות את הקישוטיים של היוגנדשטיל ולהציב במקומו סגנון שיבטא את הרוח התעשייתית החדשה של תחילת המאה העשרים.

דוגמה פרטנית לשיתוף פעולה של הטכנולוגיה והעיצוב שהוביל לשינוי חברתי-תרבותי-כלכלי היא ביצירת מכשירים לשמיעת מוזיקה. עד סוף המאה התשע-עשרה שמיעת מוזיקה הוגבלה לקונצרטים ולאופרה, או הייתה כרוכה בנגינה

בבית בכלי, מתוך פרטיטורות (ספרי תווים). תפוצת המוזיקה הייתה מוגבלת לפיכך לבני מעמד הביניים והמעמד העליון, שיכלו לממן לימודי נגינה ורכישת כלי נגינה או קניית כרטיס לקונצרט באולם קונצרטים. בשנות השמונים של המאה התשע-עשרה עוצב הפטפון, מכשיר לנגינת תקליטים, שכלל מעין חצוצרה להגברת השמע. בראשית המאה העשרים עוצב מקלט הרדיו, מכשיר הקולט גלי רדיו מתחנות שידור ומשמיע אותם דרך רמקולים מובנים. מוצרים אלו, שרכישתם נהייתה זמינה במרוצת השנים לכל כיס והפעלתם פשוטה, הגדילו את החשיפה למוזיקה בקרב בני כל המעמדות. בסוף שנות השלושים של המאה העשרים הומצאה הטלוויזיה, ששילבה לראשונה שמע עם וידאו. הטלוויזיה נהייתה פופולרית בבתי הפרטיים אחרי מלחמת העולם השנייה. באותה תקופה יוצרו מכשירי רדיו קומפקטיים ניידים, ולראשונה ניתן היה להאזין לרדיו באופן פרטי גם מחוץ לבית. ב-1979 המציאה חברת סוני (Sony) את הווקמן, מכשיר נייד לשמיעת מוזיקה המוקלטת על גבי קלטות. באמצע שנות השמונים הומצא הדיסקמן, מכשיר להשמעת מוזיקה שהוקלטה על גבי תקליטורים. איכות השמע של התקליטורים ועמידותם הפיזית הייתה גבוהה יותר, אך הקלטות והתקליטורים יכלו להכיל רק כשעה וחצי של מוזיקה. מעט לאחר מכן הומצא הנגן הדיגיטלי, המשמיע מוזיקה שמאוחסנת בקובצי MP3. הטכנולוגיה החדשה אפשרה להקטין מאוד את המכשירים ולהגדיל במידה עצומה את נפח השמע המאוחסן. מראשית המאה העשרים ואחת נוספו למכשירים האישיים גם וידאו וגישה לאינטרנט. שינויים אלו הרחיבו את תפוצת המוזיקה במרוצת המאה העשרים והמאה העשרים ואחת, ובעקבות כך שגשו סגנונות מוזיקליים חדשים, בהם הג'אז, הפופ, הרוק, הראפ, המוזיקה האלקטרונית ועוד.

מכל האמור למעלה ברור שמתולדות העיצוב כתחום מחקר אנו למדים שתחום העיצוב מייצג, מחולל ומוביל שינוי חברתי, תרבותי ופוליטי, והוא גורם מניע המשנה אורחות חיים, דעות ומנהגים. בחינת דוגמאות מההיסטוריה לאופן שבו הטכנולוגיה, בשילוב עם המצב החברתי-כלכלי, המושתת על ערכים ונורמות בזמן ובמקום מסוימים, מתבטאת בעיצוב של מוצרים, מבנים, גרפיקה, אופנה ועוד.

נושאים לדיון
העיצוב כמשקף אותה תרבות בתקופות שונות. הדגמה באמצעות השוואת העיצוב הגרפי השוויצרי בשתי תקופות – שנות החמישים לעומת שנות השבעים:
Herbert Matter – Harry Bertoia ad, c. 1950 Wolfgang Weingart – Kunsthalle Basel kunstcredit posters '76-'77, 1977
סגנונות עיצוב שונים המתקיימים באותה סביבה ובאותה תקופה. לדוגמה, השוואה בין כרזות משנות החמישים:
Herbert Matter – Knoll International poster, c. 1950 General Motors – '58 Chevrolet, 1958
סגנונות עיצוב המשקפים תרבויות שונות באותה תקופה. לדוגמה, השוואה בין עיצובי פנים משנות העשרים:
Alexander Rodchenko – Soviet Workers' Club, Exposition Internationale des Arts Décoratifs, Paris, 1925 Charlotte Perriand – Bar sous le Toit (bar under the roof), Paris, 1927 Émile-Jacques Ruhlmann – La Pavillon d'un Collectionneur Interior, Exposition Internationale des Arts Décoratifs, Paris, 1925
עבודות עיצוב של אותו מעצב, המשקפות ערכים שונים. לדוגמה, השוואה בין עבודות של המעצב הגרמני פטר ברנס:
Peter Behrens – Table Lamp, 1898 Peter Behrens – Economy Arc Lamp, 1907

• העיצוב כמשקף הבדלים טכנולוגיים. לדוגמה, השוואה בין טכנולוגיות רדיו:

Wells Coates – Ekco Radio AD-65, 1934

Norman Bel Geddes – Patriot Radio, 1939

Texas Instruments of Dallas and Industrial Development Engineering Regency TR-1 Transistor Radio, 1954

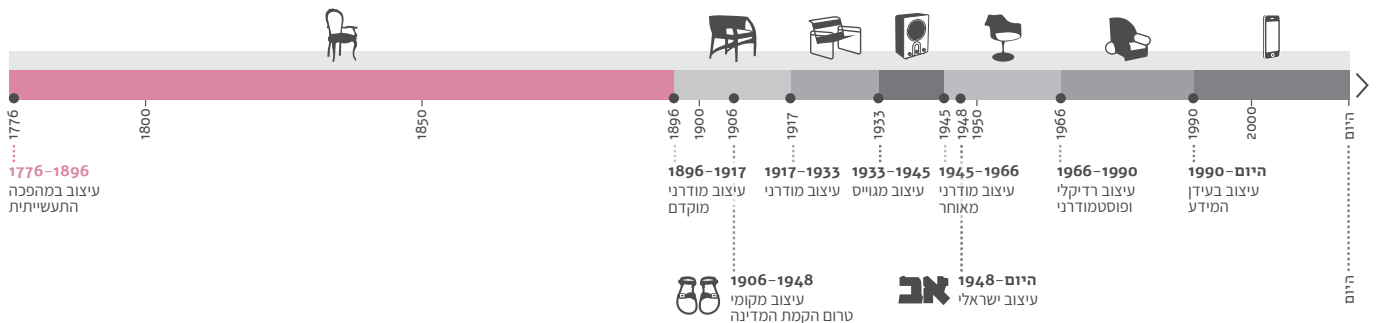
Daniel Weil – Radio in a Bag, 1983

Mathieu Lehanneur – Hybrid Radio Wrapped in Woven Rattan, for Lexon, 2014

הצעות להרחבה ודין

- עיצוב ויצירה בהקשרים שאינם מערביים, דוגמת עיצוב סיני, עיצוב מקסיקני, עיצוב אסלאמי, כדי להראות שפרט לעיצוב המערבי – שבו עוסקת התוכנית – מתקיים עולם עיצוב עשיר ומגוון.

פרק 2: העיצוב בתקופת המהפכה התעשייתית



פרק זה עוסק בכינונו של העיצוב כמקצוע בתקופת המהפכה התעשייתית ובקונפליקט שנוצר בין העיצוב התעשייתי לעיצוב המסורתי שנעשה בעבודת יד, הקראפט. הפרק נחלק כרונולוגית לשני חלקים.

תת-הפרק הראשון, **עיצוב תעשייתי** (פרק 2.1), מציג את העיצוב בראשית המהפכה התעשייתית, בתקופה שתחילתה באמצע המאה השמונה-עשרה וסיומה באמצע המאה התשע-עשרה. בתת-הפרק מתקיים דיון בהשפעת צמיחת הכלכלה הקפיטליסטית על העיצוב והייצור התעשייתי ובשינויים החברתיים שהתרחשו בעקבות כך, ובראשם יצירת מעמד הפועלים והבורגנות. הפרק מראה כיצד הדרישה למוצרים חדשים, שהגיעה מקרב המעמדות הללו, גרמה להגברת הייצור, והניעה בתורה את המהפכה התעשייתית.

תת-הפרק השני, **ארטס אנד קראפטס (Arts and Crafts)** (פרק 2.2), מציג את תגובת הנגד למהפכה התעשייתית, כפי שהתגבשה החל מאמצע המאה התשע-עשרה ועד לסופה. תגובת הנגד הופיעה ראשית אצל תיאורטיקנים, שהסבו את תשומת לבו של הציבור הרחב להשפעות השליליות של המהפכה התעשייתית על חיי היומיום של הפועלים ועל איכותם הנמוכה של המוצרים. רעיונות אלו היוו את הבסיס לתנועת הארטס אנד קראפטס שהוקמה ב-1861. התנועה דחתה את התיעוש ואת הקפיטליזם, וחידשה טכניקות ייצור ידניות ימי-ביניים. היא הציבה את עצמה כחלופה לייצור התעשייתי, וסחפה אחריה מעצבים רבים באירופה ובארצות הברית.

2.1. עיצוב תעשייתי

הפרק סוקר את ראשית ימיו של העיצוב התעשייתי וממקד את הדיון בהשפעת תחילתה של המהפכה התעשייתית על העיצוב באנגליה.

המהפכה התעשייתית החלה באנגליה במחצית הראשונה של המאה השמונה-עשרה, התפשטה לשאר מדינות אירופה וארצות הברית, והגיעה לשיאה באמצע המאה התשע-עשרה. תחילתה בשינוי במדיניות שער הריבית מרווחי פעילות כלכלית. במהלך המאות השבע-עשרה והשמונה-עשרה הופחתה הריבית בהדרגה ועודדה יזמים פרטיים לחפש חלופות להשקעה ולהשקיע כסף בפרויקטים גדולים לטווח ארוך. שינוי זה הגדיל את מספרן של יוזמות כלכליות יצרניות. קשרים הדוקים התקיימו בין ממציאים, תעשיינים ויזמים, שהמציאו ושכללו טכנולוגיות חדשות בכל תחומי החיים, התעשייה והמדע, והביאו לתנופת ייצור ופעילות כלכלית בפיזיקה, בכימיה, ברפואה, בחקלאות, בתעבורה ובייצור סחורות.

המהפכה התעשייתית יצרה גם שינוי בחשיבה הכלכלית. הוגים החלו לבקר את הגישה הכלכלית שלפיה ההון העולמי מצוי בכמות מדודה כך שעושרו של אדם אחד בא על חשבון עושרו של אדם אחר. במקום זאת הם הציעו גישה חדשה, "השוק החופשי" (Free market), לפיה היצע וביקוש מאזנים באופן טבעי את המסחר. באופן פוטנציאלי, אין גבול להתעשרות, לצמיחה ולקדמה. גישה זו הדגישה את חשיבותו של האינדיבידואל ככוח יצרני המוביל את הכלכלה. ספרו של הפילוסוף והכלכלן הסקוטי אדם סמית (Adam Smith), "מחקר בדבר טבעו וסיבותיו של עושר העמים" (ובקיצור, "עושר העמים", The Wealth of Nations), שפורסם ב-1776, העניק משנה תוקף לגישה זו, ונהיה לסמכות עליונה

בענייני כלכלה ומדינה. סמית טען שהפעילות של אדם להגדלת רווחיו האישיים משפרת את מצבה הכלכלי של החברה כולה, ושהמדינה צריכה להימנע מפיקוח ומהכוונה של הפעילות הכלכלית, משום שהצמיחה חופשית ובלתי מוגבלת. ספר זה היווה את הבסיס הרעיוני העיקרי לכלכלה הקפיטליסטית.

מניע טכנולוגי עיקרי להאצת המהפכה היה שכלול שערך המהנדס הסקוטי ג'יימס וואט (James Watt) במנוע הקיטור של הממציא האנגלי תומס ניוקומן (Thomas Newcomen). המנוע של ניוקומן שימש לשאיבת מים בתהליך של כריית פחם. ואט הסב את התנועה האנכית של המנוע לתנועה סיבובית, שיפר את יעילות המנוע והביא להוזלה ניכרת במחירו, כך שהשתלם להשתמש בו במקומות מרוחקים ממכרות פחם ובעיקר ליישמו לצרכים אחרים. המנוע החדש החליף מכונות שהופעלו בכוח בהמות או מים בסדנאות הייצור, והסב אותן למפעלים חרושתיים, שייצרו סחורות בקצב גבוה ובכמויות גדולות מאי-פעם. המנוע חולל גם שינוי מהותי בתחבורה, והשתלב בראשית המאה התשע-עשרה בכלי תחבורה חדשים: רכבת הקיטור וספינת הקיטור. בשביל רכבות הקיטור נסללה רשת מסילות, ובשביל ספינות הקיטור נחפרה רשת תעלות. בדרכים אלה הובלו פחם להפעלת מנועי קיטור, ברזל לבניית מפעלים חדשים וכן מזון וסחורות, מעיר לעיר באנגליה, ומאוחר יותר ממדינה למדינה באירופה.

המהפכה התעשייתית השפיעה רבות על כל תחומי העיצוב. היא התרחשה תחילה בענף הטקסטיל. כבר בשנות השישים של המאה השמונה-עשרה המציא ג'יימס הרגרייבס (James Hargreaves) את מכונת הטווייה ג'ני (Jenny), שאפשרה לראשונה לטוות בו זמנית חוטים רבים יחד. המכונה השתלבה בסדנאות הטקסטיל הביתיות והרחיבה את יצרנות משקי הבית הקטנים. שכלולים רבים במכונה זו הובילו ליצירת מכונת הטווייה פֶרְד (spinning mule) שהופעלה בכוח הקיטור מ-1790. כך פעלו במקביל יצרנים ביתיים קטנים ויצרניות תעשייתיות גדולות שסיפקו בדים לתושבי אנגליה ולמדינות אירופה. באותה תקופה הוכנסו מנועי הקיטור למפעל כלי הקרמיקה אטרוריה (Etruria) של ג'וזאיה וג'ווד (Josiah Wedgwood) ולמפעל הצורפות ועיבוד המתכת של מתיו בולטון (Matthew Boulton), שותפו העסקי של ג'יימס וואט. לאחר מכן נכנסו מנועי הקיטור בהדרגה למפעלים בשאר תחומי הייצור. שילוב מנועי הקיטור במפעלים האיץ מאוד את הייצור והוריד את העלויות ליצרנים ולצרכנים. חברות שלא היו במפעליהן מכונות קיטור התקשו לעמוד בקצב הייצור ובמחירים הטובים של היצרניות התעשייתיות.

ייעול הייצור והוזלת עלות המוצרים במטרה להגדיל את המכירות והרווחים של היצרנים היו משאת נפשם של כל התעשיינים, ומרב האנרגיות והיצרניות הופנו כדי להשיג מטרת אלו:

1. בסוף המאה השמונה-עשרה ניסח אדם סמית בספרו "עושר העמים" (שהוזכר למעלה) את "עקרון חלוקת העבודה" (The division of labour). העיקרון קבע שיש לחלק את העבודה על מוצר אחד למספר רב של פעולות פשוטות שיבצעו פועלים פשוטים. יישום העיקרון הגביר מאוד את מהירות הייצור והוזיל את מחירי המוצרים.
2. בתחילת המאה התשע-עשרה פותח בארצות הברית "עקרון האחידות" (Uniformity principle) לפיו יש לייצר חלקים זהים, הניתנים להחלפה זה בזה. כך, במקום לתקן מוצר בשלמותו, ניתן להחליף רק את החלק שאיננו תקין בחלק אחר זהה לו. יישום העיקרון הפחית את מספר בעלי המלאכה המיומנים, ייעל את הייצור וכוון את ארצות הברית כמעצמת ייצור בינלאומית. מדינות אירופה אימצו את השיטה במחצית השנייה של המאה התשע-עשרה.
3. מאמצע המאה התשע-עשרה החלו יצרנים לייצר מוצרים תעשייתיים מחומרים זולים שחיקו חומרים יקרים יותר. בין החומרים היו עיסת נייר (Papier-mâché), ששימשה חיקוי לעץ איכותי ברהיטים, ומעין גומי טבעי בשם גוטה פֶרְצ'ה (Gutta percha) ששימש חיקוי למתכת יצוקה, בעיקר במוצרים קטנים. בעזרת החומרים "החקייניים" הצליחו היצרנים לייצר מוצרים שנראו יוקרתיים במחירים נמוכים.
4. בתחילת המאה התשע-עשרה שולב מנוע הקיטור במכונת הדפוס, והחלה הדפסה תעשייתית של עיתונות יומית ושל כרזות. מחירי העיתונים ירדו מאוד, ועיתונים יומיים נמכרו במחיר שווה לכל כיס. בעיתונים ובכרזות הופיעו פרסומות, שהגבירו את הצריכה. הכרזות הודבקו על גבי קירות ברחבי העיר בצפיפות רבה. הכרזות התבססו לרוב על טקסט בלבד, משום שבאותם ימים היה מסובך מדי לשלב איורים בדפוס תעשייתי. כדי לבדל את הכרזות זו מזו ולהתבלט בתוך השפע העצום הומצאו גופנים חדשים רבים: סלאב-סריף, סן-סריף, פאט-פייס ועוד.

הגדלת הייצור התעשייתי התרחשה בד בבד עם שינויים במעמדות החברתיים. נוצר מעמד פועלים רחב, שכלל את אלו שעבדו במפעלי התעשייה, בייצור ובהובלת סחורות. המכונות התעשייתיות ייתרו את הצורך בעובדים מיומנים בשכר גבוה. הם פוטרו, ותחתם הועסקו נשים וילדים, שקיבלו משכורות נמוכות מאוד. בשנת 1800 היו בתעשיית הכותנה

לבדה כעשרים אלף ילדים בני שש עד שמונה-עשרה, שעבדו במשמרות של שש-עשרה שעות, אכלו וישנו במפעל. הפועלים היו עניים מאוד, ומחוסר ברירה חיו בקרבת המפעלים בתנאים תברואתיים קשים. האוויר היה מזוהם והבתים שחורים כתוצאה משריפת הפחם במנועי הקיטור. צפיפות המגורים הייתה גבוהה מאוד ותנאי ההיגיינה ירודים, בהיעדר מערכת ביו. התנאים הקשים בעיר ובמפעל גרמו להידבקות במחלות ולתמותה נרחבת. מצד שני, הבורגנות החדשה כללה תעשיינים ובני משפחותיהם שהתעשרו מרווחי המפעלים. יכולתם הכלכלית השתוותה לזו של האצולה ואף עלתה עליה, והבורגנים ניצלו זאת בכך שהתהדרו במוצרים החדשים שיוצרו במפעלים והפגינו לעיני כול את ממונם.

השינויים הדמוגרפיים והמעמדיים הובילו לייצור ולצריכה של סחורות רבות מאי-פעם, באיכויות מגוונות: הן סחורות זולות לפועלים, שהיו זקוקים למוצרים בסיסיים לשימוש יומיומי בעיר, והן סחורות יקרות יותר לבורגנות החדשה, שהייתה בעלת אמצעים וביקשה לחקות את חיי היוקרה והפאר של האצולה. מעמד האצולה התהדר במוצרים עתיקים שיוצרו בעבודת יד ועברו מדור לדור, או יוצרו בהזמנה אישית אצל בעלי מלאכה מיומנים ועלו הון תועפות. הייצור התעשייתי אפשר לבורגנים לקנות חיקויים של מוצרים יוקרתיים כאלו במחירים נמוכים יחסית. כך יוצרו ריהוט, בדים, כלי בית, חפצים אישיים לנשיאה וחפצים דקורטיביים לקישוט הבית בסגנונות המתייחסים לעבר בדרך של העתקה ישירה או חיקוי מדרגות שונות. פופולריים ביותר היו סגנונות תחייה כגון ניא-קלאסיקה, ניא-גותיקה, ניא-רנסנס, ניא-בארוק וסגנון מצרים העתיקה, כמו גם חיקויים של סגנונות עיצוב ממדינות אחרות כגון סגנון סיני, יפני, ועוד. לעיתים שולבו במוצר אחד או במבנה אחד סגנונות אחדים, בגישה המכונה לקטנות (Eclecticism).

מוצרים אלו קישטו את הבתים הפרטיים של הבורגנות המתרחבת באנגליה. חדרי הבית אופיינו בגודש של רהיטים, ומוצרים רבים מסגנונות שונים גובבו יחד. החדר המרוהט והמוקפד ביותר בבית היה הסלון, שבו הפגינו בעלי הבית את עושרם, ובעלת הבית הפגינה בו את טעמה והעדפותיה האישיות לעיני המתארחים. טפטים ושטיחים עשירים כיסו את הקירות והרצפה, וילונות עבים חיפו על החלונות, רהיטים רבים מסגנונות מגוונים מוקמו בחדר: על השולחנות והשידות הונחו פסלונים, כלי בית, שעונים, ועוד; על הקירות נתלו צלחות חרסינה ותמונות; מעל האח נתלתה מראה, וגודלה שיקף את עושרם של בעלי הבית. תה – מוצר שהביאו הבריטים מסין במאה השמונה-עשרה – הוגש בכלים נאים על גבי שולחנות רבים כחלק מעיצוב הסלון והאירוח.

בשנת 1851 נערכה בלונדון תערוכת עיצוב בינלאומית שנקראה "התערוכה הגדולה" (The Great Exhibition). התערוכה הוצגה בהייד פארק במבנה זמני שתכנן מהנדס החממות ג'וזף פקסטון (Joseph Paxton). המבנה, שקיבל את השם "ארמון הבדולח", יוצר בייצור תעשייתי. הוא הורכב ממוטות ברזל ומלוחות זכוכית בלבד שיצרו שתי קומות, כך שהיה שקוף לחלוטין וביטל את ההפרדה בין הפנים לחוץ. גם עיצוב הפנים של אוון ג'ונס (Owen Jones) נחשב למהפכני. ג'ונס השתמש בשלושה צבעים בלבד: אדום, צהוב וכחול, והותיר על כנה את הקונסטרוקציה ללא חיפוי. הנועזות העיצובית של המבנה ביטאה היטב את שאיפות התיעוש של הממלכה. עשרים וחמש מדינות הציגו בתערוכה מוצרים, טכנולוגיות ויצירות אמנות. התערוכה חשפה לעיני כול באופן מפתיע את עליונותם של המוצרים האמריקאיים בייצור תעשייתי לפי עקרון האחידות ובהתאמה המוצלחת של צורת המוצרים לייעוד שלהם. האנגלים הבינו שאף כי הובילו את המהפכה התעשייתית, עיצוביהם פיגרו אחר העיצובים האמריקאיים. עד סוף המאה התשע-עשרה כבר ייצרה ארצות הברית כ-25% מערך התוצרת העולמית ונהייתה מעצמת ייצור בינלאומית.

נושאים לדיון
פיתוח ספינת הקיטור ורכבת הקיטור ותרומתן להאצת הייצור.
ג'וזאיה וג'ווד (Josiah Wedgwood) כיוצר; מפעל הקרמיקה שהקים, אטרוריה (Etruria); שילוב מנוע הקיטור בייצור התעשייתי; חלוקת העבודה במפעל ברוח ספרו של אדם סמית "עושר העמים" (1776); הקטלוג המסחרי; חדר התצוגה; המצאותיו.
שימוש בחומרים חדשים, "חקייניים", להוזלת עלויות הייצור כגון:

עיסת נייר (papier-mâché): Jennens & Bettridge – Japanned and painted wood, with papier mache and mother-of-pearl. depicting Gothic ruin, c. 1850
גוֹטָה פֶּרְצָ'ה (gutta percha): (Mourning Brush and Mirror set, (unknown designer, 1879
• ההבדל בין העתקה ובין סגנונות תחייה ואקלקטיות.
דוגמה הכד מפורטלנד (העתקה): Josiah Wedgwood – The Portland vase, 1789 בהשוואה לכד בסגנון תחייה רומי (תחייה): Josiah Wedgwood – Jasperware vase and cover, England, c. 1790 ובהשוואה לכד הקאנופי (אקלקטיות): Josiah Wedgwood – Egyptian canopic jar, c. 1773
• הבית כמשקף את טעמים ועושרם של בעליו; אקלקטיות בעיצוב הפנים: שילוב של סגנונות תחייה, ובעיקר ניאו-קלאסיקה וניאו-גותיקה, עם עיצובים מהמזרח הרחוק וממקומות אחרים.
דוגמה The drawing room in Linley Sambourne house, 1870
• התייעלות בארצות הברית: פיתוח עקרון האחידות בארצות הברית על ידי אלי ויטני, יצרן כלי נשק. יישום שיטת הסטנדרטיזציה (האחדה) על הטכנולוגיה ועל המוצרים האמריקאיים. בתחילת המאה התשע-עשרה פותח בארצות הברית עקרון האחידות (Uniformity principle) לפיו יש לייצר חלקים זהים, הניתנים להחלפה זה בזה.

הצעות להרחבה ודין
• התערוכה הגדולה: - תצוגת הקולוניות (הודו – יהלום הקוהינור); מוצגים ייחודיים (מנעולים, טלסקופ). - עיצוב קטלוג התערוכה הגדולה.
• פרסום הספר "תחביר העיטור" מאת אוון ג'ונס: Owen Jones – Grammar of Ornament, 1868
• עיצוב אופנה: עלייתו של סגנון הדנדי; סוגי מחוכים וקרינולינות.
• מחאת הלודיטים (Luddites).

פרק 2.2. עיצוב אנטי-תעשייתי - ארטס אנד קראפטס

הפרק עוסק בביקורת על הקפיטליזם והתיעוש ובתנועת הארטס אנד קראפטס כמייצגת ביקורת זו בעיצוב.

באמצע המאה התשע-עשרה, שיאה של המהפכה התעשייתית, החלו תיאורטיקנים להצביע על התוצאות השליליות של התיעוש והקפיטליזם ולבקר נחרצות את התעשיינים. אחד המבקרים הבולטים היה התיאורטיקן הגרמני הצעיר קרל מרקס (Karl Marx). מרקס דחה את עקרון "חלוקת העבודה" של אדם סמית (ראו פרק 2.1), שצמצם את עבודת הפועלים המיומנים לפעולה אחת פשוטה. לטענתו, העיקרון גרם להעלמת היצירתיות והביטוי האישי ולניכור של הפועל מהתוצר. ב"מניפסט הקומוניסטי" שפרסם עם פרידריך אנגלס (Friedrich Engels) ב-1848 ביקשו השניים להציע את הקומוניזם כחלופה כלכלית ומדינית לשוק החופשי. המהפכה הקומוניסטית, גרסו השניים, תהיה מהפכה כלל-עולמית שבה תמוגר הבורגנות, ובמקומה יכון שלטון של פועלים. הפועלים יהיו שווים זה לזה במעמדם ובשכרם, יחזיקו באמצעי הייצור וינהלו את המדינה יחד.

רעיונות כגון אלו הופצו בעיתונות היומית שהודפסה בדפוס תעשייתי בתפוצה רחבה ובמחיר זול. בזכות העיתונות היומית גברה המודעות הפוליטית של הפועלים בערי התעשייה למצבם העגום. המחאה העממית כנגד התיעוש והקפיטליזם, שקמה עוד בתחילת המאה התשע-עשרה, הובילה לחקיקת חוקים (Factory acts) שהיטיבו מעט עם הפועלים, צמצמו עבודת ילדים ושיפרו את תנאי העסקת הפועלים. עם זאת, העסקת ילדים נמשכה גם בראשית המאה העשרים.

באנגליה נשזרה הביקורת החברתית עם ביקורת על העיצוב התעשייתי ובקריאה לתחייה גותית כתשובה לתחלואי הקפיטליזם. שני המובילים של עמדה זו היו התיאורטיקן והמעצב אוגוסטוס פוג'ין (A.W.N. Pugin) והתיאורטיקן ומבקר האמנות והאדריכלות ג'ון רסקין (John Ruskin). פוג'ין, שהיה קתולי אדוק, פרסם בשנת 1836 ספר בשם "ניגודים" (Contrasts), שהנגיד בין אנגליה הפרוטסטנטית המסואבת לדידו של תקופתו לאנגליה הקתולית המוסרית לדידו של ימי הביניים. רסקין פרסם בשנת 1853 ספר מקיף בשם "אבני ונציה" (The Stones of Venice), שבו ביקר את אופן העסקת הפועלים באנגליה של תקופתו, השולל מהם את החירות האנושית. השניים עשו אידיאליזציה של העיצוב הגותי של ימי הביניים וראו בו את שיא האנושיות והיופי, ביטוי של תקופה שבה היה לאדם כבוד וערך בפני עצמו, והוא היה גאה בתוצר ידיו. כמו כן הם התנגדו לחומרים "חקייניים", וגרסו שחומרים אלה הם בגדר הונאה של הצרכנים. השניים דרשו שהעיצוב יביע את כנות כוונותיו של היוצר.

עם זאת חלקו פוג'ין ורסקין זה על זה בעניין עקרוני. פוג'ין היה ממצדדי התיעוש ואף הקים את הביתן הגותי בתערוכה הגדולה בלונדון בשנת 1851, ובו מוצגים בסגנון גותי שיוצרו בייצור תעשייתי. רסקין מצדו קרא לשוב לקראפט, ולהתנגד לתיעוש. לדידו, עיצוב מוסרי הוא כזה שבו ההנאה, הכנות וחופש הביטוי ניכרים דרך הקראפט הבלתי מושלם של יוצרים שעבדו במשותף. בנוסף סבר רסקין שהעיסור צריך להתבסס על הטבע, ואילו פוג'ין דחה את הגישה הנתורליסטית של רסקין וחשב שהעיסור צריך להיות גיאומטרי וסכמטי יותר.

תנועת העיצוב ארטס אנד קראפטס (Arts and Crafts) קמה בשנות השישים של המאה התשע-עשרה בעקבות רעיונותיו של רסקין דווקא. היוצרים ביקשו לחזור לשיטות קדם-תעשייתיות ולעבודה שיתופית ברוח ימי הביניים. בלב התנועה עמדה ההתנגדות לתיעוש, חזרה לעבודת האומנות המשותפת, המציגה תוצרים שבהם חן של חוסר שלמות, החושף את עבודת הכפיים של האומנים. מקימה של התנועה היה היוצר רב-הפעלים ויליאם מוריס (William Morris). מוריס הרחיב את רעיונותיו של רסקין ומחה על האיכות הירודה של המוצרים התעשייתיים. הוא גרס שהייצור התעשייתי הזול מונע מהמעמד הנמוך גישה למוצרים איכותיים ויכולת לפתח טעם טוב ועצמאי.

בשנת 1859 פנה מוריס אל חברו האדריכל הצעיר פיליפ ווב (Philipp Webb) בבקשה שיתכנן לו ולאשתו ג'יין בית פרטי. "הבית האדום" שתכנן ווב ביטא את רעיונותיו של רסקין בדבר עיבוד פשוט, חוסר גימור וליטוש, והבעת החומר בכנותו, כעדות לכנות היוצרים: הוא נבנה מלבנים אדומות ללא טיח בתכנון אקספרסיבי בלתי סימטרי, עם חלונות בגדלים שונים. הזיקה לגותיקה ניכרה בגגות ובכמה מהחלונות, שהיו ארוכים ומחודדים. ואולם, בבית שולבו גם חלונות עגולים שלא היו אופייניים לגותיקה. את עיצוב הפנים יצרו יחד מוריס ואשתו ג'יין, עם ווב ועוד כמה חברים שהוזמנו לגור יחד בבית.

הפעילות המשותפת בבית האדום הובילה להקמתה של חברת "מוריס, מרשל, פוקנר ושות'" (Morris, Marshall, Faulkner and Co) בשנת 1861. החברה הקימה סדנאות ייצור במכוונות ידניות קדם-תעשייתיות ששחרר מוריס, וייצרה

בהן רהיטים, ויטרז'ים, בדים, גובלנים, שטיחים וטפטים, ובית דפוס בשיטת דפוס-בלט שבו ייצרו גם את הנייר וכרכו ספרים. בכל העיצובים נשמרו עבודת הצוות, הייצור הידני, האיכות הגבוהה של התוצרים והכנות החומרית של עבודת הקראפט. בחלק מעיצובי החברה ניכרת זיקה עמוקה לעיצוב הגותי, במבנה צר ומאורך של רהיטים, בוויטרז'ים וציורים שצוירו על גבי רהיטים ובאיורים ששולבו בספרים שהודפסו בדפוס קלמסקוט (Kelmscott). אך מרבית תוצרי החברה לא כללו חיקוי הדוק של העיצוב הגותי, אלא מעין פרשנות של הסגנון. וחלק ממוצרי החברה, בייחוד הטפטים והבדים, כללו איורים נטורליסטיים סכמטיים של צמחים ובעלי חיים, שלא היו אופייניים לגותיקה כלל.

בתוך זמן קצר הייתה החברה אחת המפורסמות בעולם המערבי, ותוצריה היו מבוקשים מאוד. אך הייצור הידני דרש זמן וכוח אדם רב יותר מאשר הייצור התעשייתי, ולכן המוצרים היו יקרים מאוד ולא מימשו את השאיפה של חברי התנועה ליצור עיצוב איכותי השווה לכל כיס, והחברה נחלה כישלון מסחרי. עד סוף המאה התשע-עשרה השתפרה התעשייה והצליחה להעתיק את הסגנון ולמכור את ההעתקים במחירים זולים. למרות הכישלון המסחרי של תנועת הארטס אנד קראפטס, הצלחת העמדה האנטי-תעשייתית שהציבו המעצבים הביאה להקמה של גילדות רבות של יוצרים באירופה ובארצות הברית, שהמשיכו את פעולתם של מוריס ושל חברי התנועה. את המשכה והשפעתה של התנועה ניתן לראות עד היום.

נושאים לדיון
• ויליאם מוריס (William Morris) – על פועלו כיוצר רב-תחומי.
• הקמת חברת מוריס ושות' (Morris & Co.) על בסיס מודל העבודה בסדנאות שיתופיות ברוח ימי הביניים – עיצוב מוצרים בשיתוף פעולה בין מעצבים ובין אומנים.
• זיקה לגותיקה בעיצוב המוצר.
דוגמה William Morris and Dante Gabriel Rossetti – The Arming of Knight, c. 1856-57
• ההתנגדות לחומרים "חקייניים"; עיצוב המציג את החומר בתכונותיו הטבעיות כפי שעובד בידי אדם.
דוגמה Morris and Co. – Sussex chair, 1870-1890
• אדריכלות הבית האדום: Philip Webb – The Red House, 1860.
• עיצוב פנים בגישת "אמנות כוללת" (Total Work of Art).
דוגמה Morris & co. – The Green Dining Room, 1866-1869
• מאפיינים נטורליסטיים בהדפסי טפטים, בדים, ויטרז'ים ושטיחים.
דוגמה May Morris – Honeysuckle wallpaper, c. 1883
• דפוס קלמסקוט (Klmscott Press): - החייאת שיטת ההדפסה שפיתח יוהאן גוטנברג (Johannes Gutenberg) במאה החמש-עשרה. - ויליאם מוריס ועיצוב הגופנים ששילבו בין בלאקלטר (Blackletter) לרומן (Roman).
דוגמה William Morris – Chaucer type, 1897 - הדפסת הפרק "טבע הגותיקה" ("The Nature of Gothic"), מתוך ספרו של ג'ון רסקין "אבני ונציה" ("The Stones of Venice"): Morris & co. – The Nature of Gothic by John Ruskin, Kelmscott Press, 1892

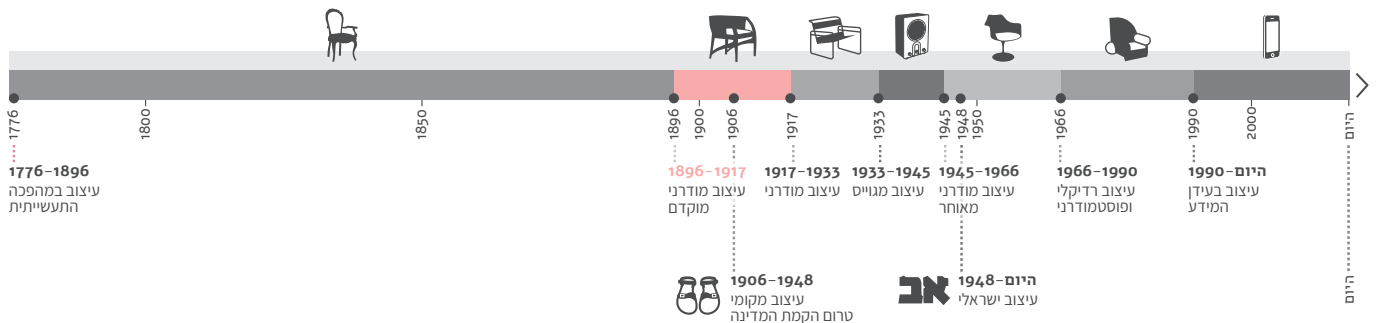
- הקמת גילדות בסוף המאה התשע-עשרה: גילדת המאה (Century Guild of Artists), גילדת הנדיקראפט (Guild and School of Handicraft); הכישלון המסחרי של הגילדות בעקבות ההעתקה על ידי התעשייה, ועם זאת הצלחה בהטמעת חשיבות הקראפט עד ימינו.

הצעות להרחבה ודיון

- אמני האחוזה הפרה-רפאליטית (Pre-Raphaelite Brotherhood).

- מאפייני האדריכלות הגותית בימי הביניים.

פרק 3: העיצוב המודרני המוקדם



פרק זה עוסק בעיצוב מודרני מוקדם, שראשיתו באמצע המאה התשע-עשרה וסופו במלחמת העולם הראשונה (1914). בשלב זה העיצוב התעשייתי במדינות המתועשות היה ברובו היסטוריסטי ואקלקטי (ראו פרק 2.1) או בעל זיקה לימי הביניים בסגנון הארטס אנד קראפטס (ראו פרק 2.2). והנה, בתקופה זו, המכונה "העידן היפה" (בצרפתית: La Belle Époque), שרר שלום, והמדינות חוו יציבות כלכלית, שיפור באיכות החיים ופריחה תרבותית. תנאים אלו תרמו לפריחתם של סגנונות עיצוב שביקשו לראשונה לפנות עורף למסורת העיצוב המערבית ולפתח שפה חדשה לעיצוב: **אר נובו** (Art Nouveau) ו**אסתטיקת המכונה** (Machine Aesthetics).

זניחת עיצובי העבר כוננה את הערך הראשון של העיצוב המודרני: מקוריות. אך הביטויים הפונקציונליים והאסתטיים של שני הסגנונות היו שונים בתכלית, עד כי ניתן לראות בהם תנועות מנוגדות זו לזו. לעומת **האר נובו** (פרק 3.1), שהצניע את הפונקציונליות והתעשייתיות וכיוון ליופי ולנועם בהשראת הטבע, סגנון **אסתטיקת המכונה** (פרק 3.2) החצין את הטכנולוגיות החדשות, את הפונקציונליות, המיכון והמהירות שהביאה המהפכה התעשייתית. פרט לערך מקוריות, מעצבי אסתטיקת המכונה חרתו על דגלם ארבעה ערכים נוספים, שהפכו בראשית המאה העשרים ליסודות העיצוב המודרני: פונקציונליות, יעילות, פשטות ואוניברסליות.

3.1. אר נובו

הפרק מציג את האר נובו כסגנון העיצוב הראשון שהתנגד להיסטוריצזם ודגל במקוריות, במובן המודרני.

אר נובו (Art Nouveau) היה סגנון עיצוב ואמנות שהופיע באירופה בתקופה המכונה "העידן היפה" (בצרפתית: La Belle Époque). סגנון האר נובו שיקף את היציבות, האופטימיות והשגשוג הכלכלי, הטכנולוגי והתרבותי של התקופה. הוא התחיל בפריז, שבה הורגשה הפריחה התרבותית יותר מבכל מדינה אחרת, והתפשט אל כל העולם המערבי ובמיוחד לבלגיה, אנגליה, סקוטלנד, ספרד, גרמניה, אוסטריה, רוסיה וכן לארצות הברית ולמקסיקו. בכל אחת מהמדינות הוא כונה בשמות שונים, אך אר נובו, "אמנות חדשה", משמש ככינוי כולל מקובל לכל הזרמים המקומיים.

מעצבי האר נובו הטמיעו את הביקורת של תנועת הארטס אנד קראפטס על הכיעור והניכור שהביא עמו תיעוש המוצרים (ראו פרק 2.2). אך בסוף המאה התשע-עשרה היה ברור ששאיפת הארטס אנד קראפטס לתקן את החברה באמצעות עיצוב בשיטות ימי הביניים נכשלה כלכלית, משום שהמוצרים שייצרו בעבודת יד היו יקרים מדי בהשוואה למוצרים התעשייתיים, ולא יכלו להתחרות בהם בשוק המתפתח. בפני מעצבי האר נובו עמד אפוא אתגר כפול: ראשית, להציע עיצוב שאיננו בעל מראה תעשייתי מכוער ומנוכר, אלא שיש בו חן ועידון; שנית, להציע עיצוב המתאים כלכלית לקהל רחב יותר.

הם פנו אפוא לייצור תעשייתי בחומרים תעשייתיים כגון מתכת, בטון וזכוכית, במטרה להוזיל את מחירי המוצרים והמבנים, אך שילבו בייצור התעשייתי אלמנטים שיוצרו בעבודת יד, כדי להקנות תחושה איכותית ויוקרתית ואופי מעודן.

לדוגמה, הם עיצבו גופי תאורה חשמליים עם נורת ליבון, טכנולוגיה חדשה שהומצאה בסוף המאה התשע-עשרה: בסיס גוף התאורה יוצר ממתכת יצוקה בייצור תעשייתי, אך החיפוי יוצר מזכוכית בעבודת יד, שהצניעה את תעשייתיות הבסיס. כמו כן, הם העניקו חשיבות פחותה לפן הפונקציונלי של המוצר (להפיץ אור איכותי המפוזר באחידות) וחשיבות גבוהה לפן האסתטי-חוויתי, שהושג מיופיו של ריצוד האור מבעד לזכוכית הצבעונית.

מבחינה סגנונית, מעצבי האר נובו סברו שהסגנונות שפותחו במסורת העיצוב המערבי מיושנים ולא מתאימים כדי לבטא את האופטימיות והשגשוג של "העידן היפה" החדש. הם דחו אפוא את ההיסטוריציות, שהופיע לדוגמה בזיקת הארטס אנד קראפטס למסורת העיצוב של ימי הביניים (ראו פרק 2.2), וכן את האקלקטיציזם, שהיה נפוץ בעיצוב הוויקטוריאני (ראו פרק 2.1). במקום זה, מקור ההשראה העיקרי של מעצבי האר נובו היה הטבע. המעצבים התבוננו ישירות בעולם הצומח והחי, וכן באיורים של בוטניקאים שלמדו ותיעדו את הטבע. המעצבים שילבו בין אלמנטים בוטניים לזואולוגיים ויצרו מכלולים חדשים שהזכירו אותם. וכך, לראשונה מאז תחילת עידן התיעוש, יצרו מוצרים, רהיטים, חללי מגורים, איורים וכדומה, שהתנכרו לחיקוי ולהעתקת סגנונות מערביים קודמים. בכך נחשבים מעצבי האר נובו לראשונים שהטמיעו את רעיון המקוריות בעיצוב המודרני.

מקורות השראה נוספים מצאו המעצבים מעבר לים. האימפריאליזם – מדיניות ההשתלטות של מדינות אירופה על שטחים שנמצאים מעבר לגבולותיהן – שהחל עוד במאה החמש-עשרה, היה בתקופה זו בשיאו. המדינות האירופאיות החזיקו בקולוניות באפריקה, אסיה, אוסטרליה ואמריקה, והביאו מהן חזרה לאירופה, לעיתים קרובות בכוח, מוצרים, חומרי גלם וטכניקות. וכך, בחלק מעיצובי האר נובו ניכרת השפעה רחוקה של סגנונות הזרים למסורת המערבית. לדוגמה, המעצב האיטלקי קרלו בוגאטי (Carlo Bugatti), שהושפע מתרבות צפון אפריקה.

אך ההשפעה הגדולה ביותר על מעצבי האר נובו הגיעה מיפן, שלא הייתה קולוניה של המדינות האירופאיות. מאמצע המאה התשע-עשרה הגיעו לאירופה תחריטי העץ "תמונות העולם הצף" (ביפנית: Ukiyo-e, אוקיו-אה). התחריטים היו נפוצים ביפן במאות השבע-עשרה עד התשע-עשרה, וכללו ציורי נשים, שחקני קבוקי ומתאבקי סומו, נופים, צמחים ועוד, בשפה חזותית שונה בתכלית מזו שהיו רגילים בה באירופה. קו מתאר שחור תחם אזורי צבע מוגדרים, שטוחים וסכמטיים, נטולי אור וצל, והקומפוזיציה הייתה א-סימטרית ומינימליסטית. בהשראת תחריטים אלו יצרו מעצבי האר נובו עיצובים בעלי אופי חדש. במיוחד ניכרת השפעת התחריטים על איוריו של אנרי דה טולוז-לוטרק (Henri de Toulouse Lautrec) ובעיטורים שיצר אמיל גאלה (Émile Gallé) על גבי כלי הזכוכית שעיב. המעצב והבוטניקאי כריסטופר דרסר (Christopher Dresser), טייל ביפן, ועם חזרתו כתב והרצה על העיצוב היפני. בהשראת המינימליזם היפני הוא עיצב כלי אוכל ובעיקר קומקומים נטולי קישוטים.

בשלהי המאה התשע-עשרה כבר היה אפשר להפריד בין שתי מגמות של האר נובו: **המגמה האורגנית**, שרווחה בעיקר בצרפת, בלגיה, ארצות הברית, איטליה, אנגליה, גרמניה, ספרד וסקנדינביה, וה**מגמה הסכמטית** שרווחה בעיקר בסקוטלנד ובאוסטריה. הראשונה התאפיינה בקרבה רבה לטבע, בצורות בוטניות וזואולוגיות, בקווים מפותלים שנראו כצומחים ובקומפוזיציה א-סימטרית. המגמה השנייה התאפיינה בהפשטה וסכמטיזציה של הצורות הטבעיות, ובעיטורים גיאומטריים סימטריים. בשתי האסכולות שאיפת המעצבים הייתה לספק מענה כולל לכל סוגיות העיצוב – גישה המכונה "עבודת אמנות כוללת" (Total Work of Art) – מהאדריכלות, דרך עיצוב כל המוצרים ועד לטיפוגרפיה שליוותה את העיצוב, למשל בשלטי הכוונה בתוך המבנה. גישה הוליסטית זו תאמה את החוויה של הטבע כיחידה שלמה והרמונית.

עם תחילת מלחמת העולם הראשונה הגיע לקצו סגנון "העידן היפה", ויחד איתו האר נובו. חומרי הגלם הופנו לייצור תעשייתי של אמצעי לחימה. לא היה יותר מקום לייצור של מוצרי צריכה ומותרות שמטרתם העיקרית לענג את העין ואת הנפש. האר נובו כבר לא התאים ברוחו לתקופה האפלה החדשה.

נושאים לדיון

• שתי המגמות של סגנון האר נובו:

• **המגמה האורגנית**, שרווחה בצרפת, בלגיה, ארצות הברית, איטליה, אנגליה, גרמניה, ספרד וסקנדינביה.

דוגמאות

Antoni Gaudi – Sagrada Familia, Barcelona, built since 1883
 Victor Horta – Tassel House, Brussels, 1893
 Henry van de Velde – desk and chair, 1898
 Hector Guimard – entrance to metro stations, Paris, c. 1900
 Louis Sullivan – Merchants National Bank detail, Grinnell, Iowa, 1914
 Aubrey Beardsley – The Yellow Book, 1894-1897

• המגמה הסכמטית שהתפתחה בסקוטלנד ובאוסטריה.

דוגמאות

Frances MacDonald and Margaret MacDonald – Drooko Poster, 1895
 Margaret Macdonald Mackintosh and Charles Rennie Mackintosh – House for an Art Lover, 1900
 Margaret Gilmour – wall clock, c. 1900
 Josef Hoffmann – "Sitting machine" (Sitzmaschine) chair, c. 1905
 Joseph Maria Olbrich – Vienna Secession building, 1897
 Josef Hoffmann – Cabaret Fledermaus, Vienna, 1907
 Otto Eckmann – Jugend magazine cover, 1896
 Gustav Klimt – The First Secession Exhibition poster, 1898

• דיון במקורות השראה ובהשפעות תרבותיות.

• התרבות היפנית.

דוגמה Christopher Dresser – Teapots, 1880

• התרבות המורית והאפריקנית.

דוגמה Carlo Bugatti – Snail Room, International Exhibition at Turin, 1902

• דיון בדחיית אזכורים היסטוריים ובהתמקדות בהשראה מהטבע בלבד.

דוגמה Émile Gallé – Lampe les Coprins, 1902

• יצרן הרהיטים האוסטרי מיכאל תונט (Michael Thonet), כמקדים את זמנו; המצאת השיטה לכיפוף עץ באדים; ההצלחה של הכיסא "מס' 14" (No. 14) משנת 1859; הובלת המוצר בפירוק.

דוגמה Michael Thonet – Model 14, 1859

• "עבודת אמנות כוללת" (Total Work of Art) – הגישה וביטוייה במדינות שונות.

דוגמה Louis Majorelle & Henri Sauvage – Villa Jija, 1901-1902

• ז'ול שרה והמצאת הכרזות הצבעוניות בבית הדפוס בשיטת הליתוגרפיה הצבעונית.	
דוגמה	Jules Chéret – Le Loie Fuller poster, 1893.
• השפעת תחריטי אוקיו-אה (Ukiyo-e) על עיצוב כרזות בעבודותיהם של אנרי דה טולוז-לוטרק, אלפונס מוחה והנרי ון דה ולדה.	
דוגמה	Henri de Toulouse-Lautrec – La Goulue at the Moulin Rouge poster, 1898
דוגמה	Alfons Maria Mucha – La Samaritaine (starring Sarah Bernhardt) poster, 1897
דוגמה	Henry van de Velde – Tropon poster (in several languages), 1899

הצעות להרחבה ודיון	
• הקמת הוורקשטטה הווינאי (Wiener Werkstätte), והקשר שנרקם בין הוורקשטטה ובין אסכולת גלזגו (Glasgow School).	
• אימפריאליזם במאה התשע-עשרה והשלכותיו על הקולוניות.	
• המצאת נורת החשמל, וגופי התאורה הראשונים.	

3.2. אסתטיקת המכונה

הפרק מציג את סגנון אסתטיקת המכונה כתוצאה אסתטית של חיבור בין רעיון הפונקציונליות (לואיס סאליבן "FFF" ופרנק לויד רייט "Art and Craft of the Machine") ורעיון הפשטות (אדולף לוס "Ornament and Crime").

הזרם המכונה "אסתטיקת המכונה" (Machine Aesthetics) התפתח במקביל לאר נובו, באותה תקופה המכונה "העידן היפה" (ראו פרק 3.1). שני הסגנונות דגלו במקוריות, דהיינו הסכימו שיש לזנוח את עיצובי העבר ולמצוא שפה עיצובית חדשה. אך הביטויים הפונקציונליים והאסתטיים של אסתטיקת המכונה היו שונים בתכלית מאלו של האר נובו, עד כי ניתן לראות בהם תנועות מנוגדות זו לזו. לעומת האר נובו, שהצניע את התעשייתיות וכיוון ליופי ולנועם בהשראת הטבע, סגנון אסתטיקת המכונה החצין את התעשייתיות והדגיש את חידושי של העידן הטכנולוגי הממוכן והמהיר. המעצבים מצאו לנכון להנכיח את השינויים שהביאו הטכנולוגיות: מנוע הבעירה הפנימית, שהוביל להתפתחות כלי רכב פרטיים שהקנו חופש והגבירו את מהירות חיי היומיום, והחשמל, שהאיר את הרחובות וזירז את פעילות התעשייה ואת החיים בבית.

הביטויים הראשונים של אסתטיקת המכונה הופיעו כבר באמצע המאה התשע-עשרה, בעיצוב מבנים בעלי שלד תעשייתי ללא חיפוי וכמעט ללא עיטורים. גשר ברוקדייל (Brookdale Bridge), נבנה ב-1781 מברזל יציקה בלבד; ארמון הבדולח (The Crystal Palace), שבו הוצגה התערוכה הגדולה בלונדון ב-1851, נבנה מברזל יציקה ולוחות זכוכית; לקראת סוף המאה התשע-עשרה, מעליות ממונעות בחשמל אפשרו בנייה לגובה, וכך שולבה מעלית במגדל אייפל (Eiffel tower) ב-1889, שנבנה מקונסטרוקציית ברזל חשיל. למבנים היו עיטורים מעודנים שנקבעו בחומר עצמו, אך הם התגמדו לנוכח התעשייתיות שהפגינו. מוצרים אמריקאיים שעוצבו בתקופה זו, כגון אקדחי קולט (Colt), מכונות התפירה של זינגר (Singer) ומכונת הגלידה של ננסי ג'ונסון (Johnson), היו ביטויים מוקדמים של אסתטיקת המכונה.

בשנת 1896 פרסם האדריכל האמריקאי לואיס סאליבן (Louis H. Sullivan) את המאמר המכונה "לחשוב את גורד השחקים באופן אמנותי" (The Tall Office Building Artistically Considered). סאליבן התבונן על ההתאמה הקיימת בטבע בין הצורה לתפקוד של החי והצומח, וקבע שגם העיצוב צריך לממש את החוק הטבעי "הצורה תמיד עוקבת אחר הפונקציה" ("Form ever follows function"), ובקצרה FFF. עד היום נוהגים להשתמש בביטוי כדי לתאר עיצוב שבו ישנו תואם מובהק בין הפונקציה לצורה. אך יש לתהות אם סאליבן מימש את הרעיון הזה בעצמו, שכן בבנייניו קיימים עיטורים שאינם נחוצים לפונקציה המטריאלית של הבניין.

בשנת 1901 נשא האדריכל האמריקאי פרנק לויד רייט (Frank Lloyd Wright), שהיה מתלמד של סאליבן, הרצאה מכוננת בשם "הארטס אנד קראפטס של המכונה" ("The Art and Craft of the Machine"). בהרצאה הוא דיבר בשבח הפוטנציאל של המכונה לשפר את חיי בני האדם, ובגנות המנצלים אותה לרעה. בנוסף, הוא גרס שיש להימנע מעיטור מיותר, והציע שהעיטור יהיה חלק אינטגרלי מהמבנה. "סגנון הערבה", שפיתח באדריכלות במערב התיכון של ארצות הברית ברבע הראשון של המאה העשרים, ביטא שאיפות אלו. נחרץ יותר בעמדתו נגד העיטור היה האדריכל הווינאי אדולף לוס (Adolf Loos). בהרצאה שנשא ב-1910 ושמה "קישוט ופשע" (Ornament and Crime) קבע לוס שעל המעצבים להימנע לחלוטין מעיטורים. לוס הסביר באופן בוטה ונחרץ שעיטור הוא ביטוי לניווט תרבותי שגורם נזק כלכלי לחברות מסחריות ולתרבות. הוא עיצב מספר מבנים בווינה ובפראג שהציגו חזיתות פשוטות ועמדו בניגוד בולט לעיצובים ההיסטוריסטיים שאפיינו את מרכז העיר (ראו פרק 3.1). הפשטת המוצרים, המבנים והגרפיקה מעיטורים הייתה הביטוי הראשון לגישה אוניברסלית בעיצוב, שכן ללא ההקשר העיטורי אי אפשר לשייך עיצוב לתרבות מסוימת.

באותן שנים קבע הממציא והתיאורטיקן האמריקאי פרדריק וינסלאו טיילור (Frederick Winslow Taylor) שיש לחתור לייעול מרבי של ייצור על ידי חיסכון בכוח אדם. בספרו "עקרונות הניהול המדעי" (The Principles of Scientific Management) משנת 1911 הוא הסביר שבזבוז כוח אדם חמור יותר מבזבוז משאבים אחרים, ונתן עצות לשיפור יעילות העבודה ולהגברת תפוקת העובדים כדי להוזיל עלויות. בעקבות הספר החל בארצות הברית עיסוק אינטנסיבי ב"טיילוריזם": הגברת היעילות בכל תחומי העיצוב והייצור. בעקבותיו קיצר היזם ומעצב כלי הרכב הנרי פורד (Henry Ford) את יום העבודה והעלה את שכר העובדים. בשאיפה להוזיל את מחירי הרכב הוא המציא ב-1913, בהשראת משחטות בשר, את פס ההרכבה בשיטת הסרט הנע. בשיטה זו הצליח פורד להוזיל את עלות הרכב מודל T ביותר מחצי – מ-850 דולר בשנת 1908 ל-345 דולר בשנת 1916.

כריסטין פרדריק (Christine Frederick) יישמה את ה"טיילוריזם" בסביבת המטבח הביתי. היא בחנה באופן רציונלי את יעילותם של מוצרי מטבח, ופרסמה סדרת כתבות על הכנת מזון בעזרתם. כמו כן היא ערכה מחקרי תנועה במרחב המטבח בעת הכנה, הגשה ופינוי של מזון, ופרסמה אותם ב-1914 בספר בשם "משק הבית החדש" (The New Housekeeping). בספר שולבו כללים ודיאגרמות לארגון אזורי המטבח בהתאמה לסדר הפעולות, הוראות למיקום המשטחים בגובה הנכון, מוצרים המייעלים את הכנת המזון והנחיות נוספות שנועדו לחסוך זמן ולייעל את פעילויות המטבח. מסקנותיה הוטמעו במטבחים באירופה מאמצע שנות העשרים, ומשמשות עד היום.

גורם נוסף שהשפיע על התפשטות הסגנון היה הקמתם של ארגונים ממשלתיים שסייעו לקשר שבין התעשייה למעצבים. אחד הארגונים הבולטים היה הוורקבונד הגרמני (בגרמנית: Deutsche Werkbund) שהוקם בשנת 1907. במסגרת הארגון פעל פטר ברנס (Peter Behrens) כמעצב-יועץ של חברת מוצרי החשמל אֶה-אֶה-גֶה (AEG) בשנים 1907-1912. ברנס עיצב לחברה את בניין הטורבינות בברלין ואת כל מוצריה, בעיצוב תעשייתי מופגן, תוך הבלטת פרטי חיבור טכניים להעצמת המראה התעשייתי. כמו כן הוא עיצב לחברה לוגו חדש, פונט ייחודי, קטלוגים, כרזות וחומרים גרפיים נוספים, שתאמו את עיצוב המוצר והאדריכלות. בכך הוא היה מי שהמציא את רעיון הזהות התאגידית, המלווה אותנו עד היום.

במקביל לעבודתו הגרפית של ברנס ב-AEG ניכרת מגמה של צמצום, היעדר עיטור והיצמדות לפונקציונלי וליעיל, בסגנון העיצוב הגרפי "כרזת אובייקט" (בגרמנית: Sachplakat). מוביל סגנון זה היה המעצב הגרפי הגרמני הצעיר לוסיאן ברנהארד (Lucian Bernhard). הכרזות המינימליסטיות כללו איור ריאליסטי וסכמטי בשני גוונים, את לוגו החברה, ורקע בצבע אחיד ודומיננטי. הכרזות פונות ישירות לצופה ומעבירות את המסר ללא עיטורים מיותרים. בכך בישרו הכרזות על הגישה הגרפית הפונקציונלית שפותחה בהמשך בבית הספר הבאוהאוס (ראו פרק 4.3).

לסיכום, אסתטיקת המכונה הטמיעה את המחשבה שעיצוב מודרני פירושו אימוץ של כמה ערכים מרכזיים: מקוריות (הפניית עורף למסורת העיצוב המערבית), פשטות (היעדר עיטור), פונקציונליות (הצורה נובעת מהפונקציה), יעילות (חיסכון בזמן ובמשאבים כדי להוזיל עלויות) ואוניברסליות (עיצוב א-תרבותי המתאים לכל אדם, בכל מקום ובכל זמן). מבין שני הסגנונות המתחרים של התקופה גברה אסתטיקת המכונה על האר נובו, והיא זו שפותחה לאחר המלחמה.

נושאים לדיון
• אסתטיקה שלדית תעשייתית בלי חיפוי.
דוגמה במגדל אייפל ובארמון הבדולח
• פטר ברנס (Peter Behrens) כמעצב רב-תחומי, עיצוביו בסגנון היוגנדשטיל ושינוי הסגנון לאסתטיקת המכונה עם המעבר לעבודה כמעצב הבית של AEG; הבלטת פרטי חיבור טכניים להעצמת המראה התעשייתי.
• פרדריק וינסלאו טיילור (Frederick Winslow Taylor) והמצאת היעילות המדעית; עיצוב כתולדה של מחקר היעילות.
דוגמה עיצוב אתים לנשיאת משקל של 21 פאונד
• הנרי פורד (Henry Ford) כממציא וכנהג מרוצים; ייצור מודל T ויישום עקרונות הניהול המדעי; המצאת פס הרכבה בשיטת הסרט הנע (Moving assembly line); הוזלת מחיר המכונית; קיצור יום העבודה לשמונה שעות, שלוש משמרות ביום והעלאת שכר העובדים; אפיון המכונית כאוניברסלית; צביעת המכוניות בשחור בלבד.
• לואיס סאליבן (Louis Sullivan) והרעיון שהצורה צריכה לעקוב אחר הפונקציה (Form Follows Function). קריאת קטע מתוך המאמר המגדיר זאת. (FFF) "The Tall Office Building Artistically Considered", 1896. (ראו נספח 3.2 א').

פרנק לויד רייט (Frank Lloyd Wright) ורעיון ה-Art and Craft of the Machine. דוגמאות לעיצוביו ב"סגנון הערבה".
דוגמה Frank Lloyd Wright – Robie House, Chicago, Illinois, 1908
אדולף לוס (Adolf Loos) וקריאתו נגד העיטור. קריאה מתוך ההרצאה "קישוט ופשע", ("Ornament and Crime") 1910; יישום היעדר העיטורים באדריכלות.
דוגמה Adolf Loos – Steiner House back, Vienna, 1910 (ראו נספח 3.2 ב')
כריסטין פרדריק (Christine Frederick) וייעול המטבח הביתי, בהשפעת פרדריק וינסלאו טיילור.
לוסיאן ברנהארד והמצאת סגנון "כרזת אובייקט" (Sachplakat).
דוגמה Lucian Bernhard – Priester poster, 1905
פטר ברנס והמצאת רעיון הזהות התאגידית במסגרת עבודתו ב-AEG.

הצעות להרחבה ודיון
המצאת החשמל, תפוצתו והשפעתו על ייצור מוצרים חדשים ועל חיי היומיום.
המצאת המעלית והשפעתה על בנייה לגובה.
"אסכולת שיקגו" לאחר השריפה של 1871 – חלון מפרץ, שלד פלדה, לבני טרה-קוטה לבידוד משריפה.

נספחים

נספח 3.2 א'

Louis Sullivan; "The Tall Office Building Artistically Considered". Lippincott's Magazine (March 1896): 403-9.

"Whether it be the sweeping eagle in his flight, or the open apple- blossom, the toiling work-horse, the blithe swan, the branching oak, the winding stream at its base, the drifting clouds, over all the coursing nun, form ever follows function, and this is the law. Where function does not change, form does not change. The granite rocks, the ever- brooding hills, remain for ages; the lightning lives, comes into shape, and dies, in a twinkling..."

It is the pervading law of all things organic and inorganic, of all things physical and metaphysical, of all things human and all things superhuman, of all true manifestations of the head, of the heart, of the soul, that the life is recognizable in its expression, that form ever follows function. This is the law. Shall we, then, daily violate this law in our art?"

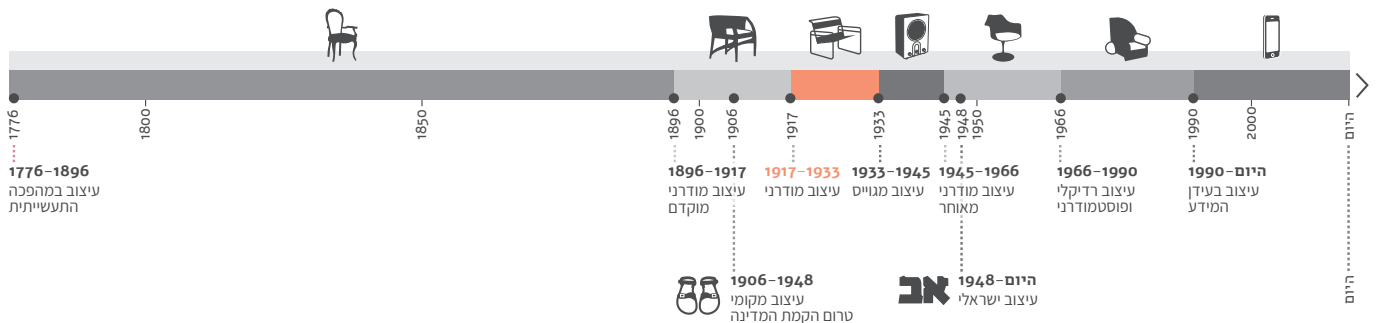
נספח 3.2 ב'

אדולף לוס (Adolf Loos); "קישוט ופשע", 1910. בתרגום לעברית בתוך "דיבור ריק, למרות הכול: מבחר מאמרים", בבל, 2003.

ציטוטים:

- "מה שטבעי לבן פפואה ולילד, אצל האדם המודרני הוא ביטוי של ניוון. הגעתי להבנה הבאה והענקתי אותה לעולם: אבולוציה תרבותית משמעותה הרחקת הקישוטים מהחפצים השימושיים."
- "ככלל, הקישוט מייקר את החפץ... הקישוט הוא בזבז כוח עבודה, ומשום כך בזבז של בריאות. כך זה היה תמיד. אבל היום משמעות הדבר היא גם בזבז של חומר, ושניהם יחד בזבז של הון."
- "הנחשלים מאטים את ההתפתחות התרבותית של העמים ושל האנושות, שכן לא רק הקישוט נוצר על ידי פושעים, אלא כשלעצמו הוא פשע בכך שהוא מזיק לבריאותם של אנשים, להון הלאומי וכך בהכרח גם להתפתחות התרבותית"
- "ראו, השעה הולכת וקרבה, ההתגשמות ממתינה לנו. בקרוב יבהיקו רחובות הערים כמו קירות לבנים!"

פרק 4: העיצוב המודרני



פרק זה דן באופן שבו סגנונות עיצוב שהתפתחו אחרי מלחמת העולם הראשונה ביטאו את המציאות הגיאופוליטית החדשה. המלחמה הסתיימה רשמית כאשר נחתם חוזה ורסאי ביוני 1919. החוזה התווה מחדש את גבולות אירופה: האימפריה האוסטרו-הונגרית, הקיסרות הרוסית והאימפריה העות'מאנית התפרקו; מדינות רבות זכו לעצמאות, ובהן יוגוסלביה, צ'כוסלובקיה, ליטא, לטביה, אסטוניה, פינלנד ופולין; גרמניה נאלצה לשלם פיצויים כבדים על אחריותה לפתיחת המלחמה, וויתרה על שטחים נרחבים מהאימפריה, שהוחזרו לפולין. כל אחת מהמדינות, הוותיקות והחדשות, ניסתה לשקם את כלכלתה, להתגבר על המחסור במזון, להתאושש מהאבדות הרבות וליצור חיים יציבים לאזרחיה.

שינויים אלו הובילו לפריחה של סגנונות עיצוב חדשים רבים ברחבי אירופה ובארצות הברית. ניתן לחלק את הסגנונות לשלוש מגמות עיקריות:

המגמה הראשונה ממשיכה את דרכה של "אסתטיקת המכונה" (ראו פרק 3.2), ובאה לידי ביטוי במציאת שפה עיצובית מינימליסטית, תעשייתית ורציונלית. תחילתה בשתי תנועות עצמאיות שקמו במקביל ב-1917: **דה סטיל** בהולנד (פרק 4.1) ו**קונסטרוקטיביזם רוסי** (פרק 4.2). מעצבים מובילים משתי תנועות אלו הגיעו בראשית שנות העשרים לבית הספר הגרמני **הבאוהאוס** (פרק 4.3), שהוקם ב-1919, וגרמו למרצים לזנוח את גישת הארטס אנד קראפטס (ראו פרק 2.2) ולאמץ עיצוב תעשייתי פונקציונלי, פשוט, אוניברסלי, יעיל וזול, הפונה לקהל הרחב. לקראת סוף שנות העשרים כוננו מעצבי הבאוהאוס עם מעצבים נוספים שדגלו בערכים אלה את **הסגנון הבינלאומי** (פרק 4.4), והביאו את העיצוב המודרני לשיאו.

המגמה השנייה ממשיכה את דרכו של סגנון האר נובו (ראו פרק 3.1) שהסתיים עם פרוץ מלחמת העולם הראשונה. מגמה זו קיבלה לימים את השם **אר דקו**, קיצור של "אמנות מעוטרת" (בצרפתית: Arts Décoratifs). כהיפוך מוחלט למגמה הראשונה, עיצובי האר דקו מעוטרים, אופנתיים ויוקרתיים. ראשיתו של הסגנון בצרפת, והוא מביע את רצונם של הצרפתים להתאושש ממלחמת העולם הראשונה. מאמצע שנות העשרים נעשה **האר דקו הצרפתי** (פרק 4.5) פופולרי ברחבי אירופה וכן בארצות הברית. **האר דקו האמריקאי** (פרק 4.6) קיבל מאפיינים ייחודיים, בעיקר בזכות השגשוג הכלכלי של בורסת וול סטריט ומגמת בניית גורדי השחקים.

המגמה השלישית מיוחדת לארצות הברית. היא מופיעה בשלהי שנות העשרים, עם קריסת בורסת וול סטריט ותחילת השפל הכלכלי הגדול. הסגנון החדש שפיתחו המעצבים כמענה למשבר הוא **הסטרמינין** (ראו פרק 4.7). זהו הסגנון הראשון שהתפתח בארצות הברית באופן עצמאי, והראשון בעולם שהסתמך על שיקולים מדעיים בעיצוב. התקופה נחתמת בתחילת מלחמת העולם השנייה.

4.1. דה סטיל (1917-1931)

הפרק בוחן את הקונסטרוקטיביזם ההולנדי, סגנון עיצוב ואדריכלות שחתר לאוניברסליות, ושימש ביטוי עיצובי לרעיונותיו של מונדריאן לגבי האמנות.

דה סטיל (בהולנדית: "De Stijl") הייתה תנועת עיצוב אוונגרדית הולנדית שהחלה את דרכה בשנת 1917 בהנהגתו של המעצב, האמן והתאורטיקן ההולנדי תאו ואן דוסבורג (Theo van Doesburg). מעצבי התנועה שאפו ליצור שפה אסתטית הרמונית ואוניברסלית, על-זמנית וא-תרבותית. לשם כך התבססו היוצרים על צורות וצבעים יסודיים ופשוטים: קווים ישרים מאונכים זה לזה ומשטחים אחידים בצבעי היסוד (אדום, צהוב וכחול) ובצבעים ניטרליים (לבן, שחור ואפור). השאיפה לאוניברסליות באה לידי ביטוי בשמה של הקבוצה, "הסגנון", שרימז שזהו הסגנון בה' הידיעה, כלומר האולטימטיבי, המזוקק והמוחלט ביותר, ולא סגנון זמני ואופנתי.

ואן דוסבורג ערך והוציא לאור מגזין שנשא את שם הקבוצה ובו פורסמו הרעיונות והעבודות של חברי הקבוצה. בין הכותבים בלטו במיוחד עבודותיו ורעיונותיו של הצייר ההולנדי פייט מונדריאן (Piet Mondrian). בשנת 1917 פרסם מונדריאן במגזין סדרה בת תריסר מאמרים בשם "ניאו-פלסטיציזם בציור" (Neo-Plasticism in Pictorial Art), ששטחו את עקרונות הציור שדגל בהם. לשיטתו, כדי להגיע לביטוי הרמוני ורוחני, על האמנות לוותר על ייצוג נטורליסטי של הטבע. כלומר, לא להראות מקרים יחידניים של צמחים, בעלי חיים וכדומה. במקום זה, עליה לבצע הפשטה רדיקלית של הטבע, עד שלא יהיה אפשר לזהות את המקור הטבעי. הפשטה זו מושגת בתהליך של הסרת פרטים, עד לקומפוזיציה א-סימטרית של קווים אנכיים ואופקיים שחורים הכולאים ריבועים ומלבנים בצבעי היסוד ובצבעים ניטרליים. בדרך זו הציג מונדריאן שליטה רציונלית של האדם בטבע, המגלה את האמת הפנימית הנסתרת, ההרמונית והרוחנית של החי והצומח.

האתגר של מעצבי הדה סטיל היה בהסבת הרעיון הניאו-פלסטיציסטי, שמונדריאן ניסח לגבי אמנות דו-ממדית, לעיצוב תלת-ממדי של מוצרים ומבנים. המעצבים בחרו "לתרגם" את הקווים הישרים ואת הצורות הריבועיות והמלבניות הדו-ממדיות למשטחים דקים ולתיבות נפחיות החוצים זה את זה בקומפוזיציות א-סימטריות קונסטרוקטיביסטיות (מבניות). הצעתם לעיצוב החדש הייתה רדיקלית, ועמדה בניגוד גמור לכל סגנון אחר באירופה: מעצבי התנועה דחו הן את הסימטריה, שאפיינה סגנונות היסטוריוציסטיים (ראו פרק 2.1), הן את הגישה הנטורליסטית המעוטרת והמקושטת של האר נובו (ראו פרק 3.1), והן את הנראות המכנית של אסתטיקת המכונה (ראו פרק 3.2). הם אמנם עיצבו לייצור תעשייתי בחומרים תעשייתיים, שכן מצאו התאמה בין יעילות הייצור במכונה ובין החסכנות של הקווים הישרים והצבעים האחידים ללא עיטור, אך הביטוי החזותי האמנותי התעלה על הייצור התעשייתי.

ניתן להבחין בשתי מגמות באדריכלות ועיצוב פנים בסגנון הדה סטיל, העוקבות זו אחר זו כרונולוגית. הראשונה היא מגמה נפחית, שבאה לידי ביטוי בבנייה קונסטרוקטיביסטית של תיבות מכונסות זו בתוך זו. מקורה של גישה זו בבנייה ב"סגנון הערבות" (Prairie style) של המערב התיכון בארצות הברית, שהוביל האדריכל האמריקאי פרנק לויד רייט (Frank Lloyd Wright). הבתים שתכנן היו נטולי עיטורים ונטמעו בסביבתם הטבעית בזכות המבנה הנמוך והשטוח שלהם והחומרים הטבעיים המקומיים שמהם יוצרו. ב-1914 נסע האדריכל ההולנדי רוברט ואן ט' הוף (Robbert van 't Hoff) לארצות הברית ללמוד את עיצוביו של רייט, ומשחזר להולנד כעבור שנה עיצב את וילה הני (Villa Henny), אחד הבתים הפרטיים הראשונים בסגנון הדה סטיל. הבית היה עשוי תיבות שטוחות מבטון מזוין, בקומפוזיציה סימטרית, ללא כל עיטור. אדריכל נוסף שהושפע מעיצוביו של רייט היה וילם דודוק (Willem Dudok). בשנת 1924 הוא עיצב את בניין העירייה של הילברסום (Hilversum) מסדרת תיבות בגדלים שונים, שנדמה כאילו הן נכנסות זו בתוך זו, בקומפוזיציה א-סימטרית. שני הבניינים אמנם לא נצבעו בצבעי היסוד, אך הם הקדימו להביע את הרוח הקונסטרוקטיביסטית של הדה סטיל.

מגמה שנייה הגיעה בעקבות הראשונה. במקום התיבות הנפחיות יצרו המעצבים חללים פתוחים שהורכבו ממשטחים דקים חוצים בקומפוזיציה א-סימטרית. את המשטחים השונים צבעו המעצבים בצבעי היסוד ובצבעים ניטרליים. בכך מבטאת המגמה השנייה את רעיונות התנועה באופן מובהק יותר. דוגמה מופתית למגמה זו היא בית שרודר (Schröder House) שעיצבו יחד האדריכל חריט תומאס ריטפלד (Gerrit Thomas Rietveld) ומזמינת הפרויקט, המעצבת טרוס שרודר-שרדר (Truus Schröder-Schröder) ב-1924. הבית בן שתי הקומות בנוי ממשטחים ומוטות החוצים אנכית זה את זה ויוצרים חללים בגדלים שונים. בפנים הבית, מחיצות פנימיות הניתנות להסטה תוחמות אזורים פתוחים לחדרים.

כל האלמנטים השונים בבית – הרצפה, הקירות וריהוט – צבועים בצבעי היסוד ובצבעים ניטרליים. אחד הרהיטים המפורסמים שהוצבו בבית זה הוא "כיסא אדום וכחול" (Red and Blue Chair). ריטפלד עיצב את הכיסא ב-1918 מעץ טבעי לא צבוע, אך ב-1923 צבע את הכיסא בצבעי היסוד, בהשראת מונדריאן. הכיסא הוא הפריט היחיד בבית שרודר שמשולב בו קו אלכסוני – המשענת נמצאת בזווית גדולה מ-90 מעלות כלפי המושב.

חשוב לציין שההיצמדות הטהרנית לכללי התנועה הייתה לעיתים קרובות חשובה למעצבים יותר מהפונקציה. דוגמה בכיסא אדום-כחול, למרות הזווית האלכסונית של המשענת כלפי המושב, נוחות הישיבה משנית לאסתטיקה, שכן המשטחים ישרים לחלוטין, ואין בהם עידון המקבל את צורת הגוף או כרית המרככת את הישיבה. דוגמה להעדפת האסתטי על פני הפונקציונלי קיימת גם בעיצוב הגרפי. כמו בכל הפרסומים הגרפיים שעוצבו במסגרת התנועה, הטיפוגרפיה הסן-סריפית הפשוטה מבטאת את הגישה האוניברסלית שמבקשת להתאים לכל מקום, לכל אדם בכל זמן. ואכן, הפונט הסן-סריפי "דה סטיל" שעיצב וילמוס האוסזר (Vilmos Huszár) למגזין התנועה בשנת 1917 אוניברסלי בקוויו הישרים ובחלוקתו הסכמטית, אך הקריאות משנית לאסתטיקה, שכן היעדר קווים אלכסוניים או מעוגלים מקשה על הקריאה.

הקבוצה המשיכה לפעול עד למותו של ואן דוסבורג ב-1931. על אף אורך חייה הקצר של תנועת דה סטיל והעמדות השונות שחלקו חבריה, השפעתה הייתה אדירה ועקרונותיה נחשבים לבסיס של העיצוב המודרני, במיוחד בזכות הקשרים שיצר ואן דוסבורג ברחבי אירופה ובמאמציו להפיץ את רעיונות הקבוצה גם באמצעות המגזין וגם בהרצאות אישיות מחוץ להולנד. מאמציו נשאו פרי במיוחד בגרמניה, בבית הספר הבאוהאוס (ראו פרק 4.3).

נושאים לדיון
השוואה בין שתי המגמות של אדריכלות דה סטיל:
המגמה הנפחית: בהשראת "סגנון הערבות" (Prairie style) שהוביל האדריכל האמריקאי פרנק לויד רייט (Frank Lloyd Wright). מאפיינים: בטון מזוין, ללא כל עיטור, תיבות בעלות גגות שטוחים.
לדוגמה Willem Dudok – Town Hall, Hilversum, 1924-1931
המגמה המשטחית: חומרים תעשייתיים ועץ, צבעי היסוד, משטחי צבע חוצים, קווים ישרים בלבד, בלי עיטורים, א-סימטריה, האופי של יחידות הקונסטרוקציה הוא תולדה של ייצור במכונה.
לדוגמה Gerrit Rietveld and Truus Schröder-Schräder – The Schroeder House In Utrecht, 1924
הקרבת הפונקציה לטובת הטהרנות המונדריאנית.
לדוגמה Gerrit Rietveld – Red and Blue Chair, 1917
עיצוב גרפי: צבעי היסוד, משטחי צבע, קווים ישרים, בלי עיטורים, א-סימטריה.
לדוגמה Bart Anthony van der Leek – Delft Salad Oil Factories poster, 1919
עיצוב הגופן הרשמי של תנועת דה סטיל: Vilmos Huszár – Lettering for De Stijl, 1917.

הצעות להרחבה ודיון
השפעת "סגנון הערבות" של פרנק לויד רייט על רוברט ואן 'ט הוף.
לדוגמה Robbert van 't Hoff – Villa Henny, Huis ter Heide, Utrecht, 1915-1919

• מעצבים לא הולנדים שיצרו בסגנון דה סטיל.

לדוגמה Ivan Panaggi – Interior from the Casa Zampini, Macerata, 1925-1926

• אדריכלות קולוניאלית בהולנד בראשית המאה העשרים.

4.2. הקונסטרוקטיביזם הרוסי (1917-1924)

הפרק מציג את הקונסטרוקטיביזם הרוסי, סגנון עיצוב אוונגרדי, כביטוי להתגייסות המעצבים לתמיכה בשלטון הבולשביקי המהפכני.

באוקטובר 1917 התחוללה ברוסיה מהפכה שלטונית. המפלגה הבולשביקית, שדגלה בקומוניזם המרקסיסטי (ראו פרק 2.2) הפילה את הממשלה ותפסה את השלטון. בראשות הממשל החדש עמד ולדימיר לנין (Vladimir Lenin). לנין החל בהקמת מדינה שבה כל האזרחים יהיו שווים זה לזה במעמד, ברכוש ובשכרם, יחזיקו באמצעי הייצור וינהלו את המדינה יחד. ב-1919 הוא הקים איגוד קומוניסטי בינלאומי, קוֹמִינְטֶרְן, במטרה למגר את הבורגנות העולמית ולהקים רפובליקה סובייטית בינלאומית כשלב מעבר לביטול מוחלט של המדינה.

"מהפכת אוקטובר" חוללה שינויים מרחיקי לכת גם בתחום העיצוב במדינה החדשה. לאחר שכל אמצעי הייצור במדינה הולאמו – ובהם תעשיית ייצור המוצרים, המזון, התעופה ועוד – התגייסו המעצבים ליצור תעמולה פרו-בולשביקית שתתמוך בשלטון החדש. השפה העיצובית ששימשה אותם לא הוכתבה על ידי הממשל, אלא פותחה על ידי היוצרים עצמם. ראשיתה בסגנון אמנות מופשט, מהפכני ונועז שהתפתח ברוסיה כמה שנים לפני המהפכה: הסופרמטיזם שהוביל הצייר קזימיר מלביץ (Kazimir Malevich). הסופרמטיסטים חתרו לאוניברסליות וא-תרבותיות, כמו מעצבי דה סטיל (ראו פרק 4.1). אך השפה החזותית שיצרו הייתה שונה מעט: היא כללה צורות גיאומטריות בסיסיות נוספות, עיגול וריבוע, וצבעוניות מוגבלת יותר – בעיקר לבן, שחור, אפור ואדום. הסופרמטיזם אמנם התאים ברוחו המהפכנית לשאיפות המשטר הבינלאומיות חובקת כול, אך היצירות כיוונו לרעיון מופשט, ולא לאובייקטים שימושיים. היה דרוש סגנון עיצוב בעל נטייה אוניברסלית שיתמקד במוצרים שימושיים.

הסגנון שהתפתח נקרא קונסטרוקטיביזם, וכשמו כן הוא, מתייחס לקונסטרוקציה, למבנה. כמו הסופרמטיזם, הקונסטרוקטיביזם התאפיין באובייקטים שמפנים עורף להיסטוריה של האמנות ושל העיצוב ושאינם נטורליסטיים, אלא בנויים מקומפוזיציות גיאומטריות. בניגוד לסופרמטיזם, הקונסטרוקטיביזם התמקד בתלת-מימד – הוא היה חומרי ושאף ליצור אובייקטים ומבנים שימושיים מחומרים תעשייתיים שיוצרו בטכנולוגיות תעשייתיות. כך, בלי שהרעיון נוסח במילים, היו המעצבים הקונסטרוקטיביסטים נאמנים לרעיון "אמת החומר": החומר הופיע בעיצוביהם בצורתו האמיתית והטבעית.

הקונסטרוקטיביזם, כמו הסופרמטיזם שהוכל בו, היה סגנון אוונגרד מהפכני. הרדיקליות שלו התאימה בתעוזתה לשמש כשפה חזותית לתעמולה התומכת בשאיפותיו מרחיקות הלכת של השלטון המהפכני לקידום חברה טובה יותר, יצרנית יותר, כנה יותר, מוסרית יותר וכלל-עולמית. אחד הביטויים השאפתניים ביותר של הקונסטרוקטיביזם היה "המונומנט לאינטרנציונל השלישי" (The Monument to the Third International), שעיצב האמן הקונסטרוקטיביסטי ולדימיר טאטלין (Vladimir Tatlin) בשנת 1920. המונומנט תוכנן כמגדל לולייני בגובה 400 מטר, העשוי קורות ברזל, פלדה וזכוכית, ויועד לשמש כאנדרטה וכמטה של הקומינטרן. אף שלא נבנה מעולם, העיצוב הציג מודרניזם נועז, תיעוש ומכניות, שעוררו השראה רבה בקרב המעצבים הרוסים והפיצו את שמעו של הקונסטרוקטיביזם ברחבי אירופה.

השפה הקונסטרוקטיביסטית באה לידי ביטוי גם בייצור מוצרים פשוטים ליומיום. דוגמה – החברה הממשלתית לייצור כלי פורצלן ייצרה כלים שעוטרו בסיסמאות כגון: "הצבא האדום הכי חזק בעולם", "מי שלא עובד, לא אוכל", "סוף הבורגנות, סוף הקפיטליזם". בעיצובים אלו שולב בדרך כלל סמל המפלגה הקומוניסטית של ברית המועצות, שצורתו פטיש ומגל בהצלבה, שסימלו את פועלי התעשייה (הפרולטריון, מעמד הפועלים) ואת העובדים בחקלאות. כמו כן יוצרו כלים פשוטים ולבנים שעליהם הודפסו ציורים סופרמטיסטיים של מיטב אמני התקופה. שלא כמו הכלים המעוטרים עם

הסיסמאות הבולטות, הכלים הפשוטים והמינימליסטיים היו מעין תעמולה מזוקקת הפונה לאינטליגנציה יותר מאשר לרגש.

התעמולה המינימליסטית ניכרת גם בעיצוב הגרפי, שבו נוכחות בולטת של צבע אדום, צבעה של המפלגה הבולשביקית. דוגמה כרזת הפרופגנדה של אל ליסיצקי (El Lissitzky) "הכו את הלבנים בעזרת הטריז האדום" (Beat the Whites with the Red Wedge), משנת 1919, הראתה את מלחמת הבולשביקים, שיוצגו במשולש אדום, במתנגדי המשטר, שיוצגו בעיגול לבן. העבודה מופשטת לכאורה, שכן היא עושה שימוש בצורות גיאומטריות ובמשפט סתום, אבל המשמעות של האלמנטים הסימבוליים ברורה לכל מי שמכיר את הפוליטיקה של התקופה. כמו בדה סטיל, בכל הכרזות של הקונסטרוקטיביזם הרוסי הטיפוגרפיה סן-סריפית, ופשטותה מבטאת את הגישה האוניברסלית של התנועה.

ב-1918 הציג לנין תוכנית כלכלית חדשה שנועדה להתמודד עם המחסור במזון והרעב בעקבות המהפכה ומלחמת העולם הראשונה. במסגרת התוכנית הורשו כמה חברות פרטיות לפעול במקביל לחברות המולאמות, כדי ליצור תחרותיות בשוק. התוכנית החדשה דרשה תגבור של הפרסום מצד החברות המולאמות. בין המעצבים שנשכרו כדי לעצב את הפרסום לחברות הממשלתיות היו אלכסנדר רודצ'נקו (Aleksandr Rodchenko) והמשורר ולדימיר מאיאקובסקי (Vladimir Mayakovsky). השניים היו חלוצים בשילוב צילומים בפוטומונטאז', ויצרו כרזות שביטאו את החיים במדינה הקומוניסטית בשפה גרפית פשוטה וישירה ובטיפוגרפיה סן-סריפית. בעיצובים גרפיים רבים מוקם הטקסט באופן דינמי בזווית של 45 מעלות, כשהטקסט כמו עולה בכוח כלפי מעלה.

דרך נוספת לתמיכה במהפכה ולחיזוק לגיטימיות המשטר החדש באמצעות עיצוב הייתה בהקמת בתי הספר הטכניים וְחוּטֶמַס (Vkhutemas) במוסקבה ובלנינגרד בשנות העשרים. בתי הספר ביקשו לשנות את החברה ולחנך מחדש את האדם באמצעות עיצוב. המורים לימדו סופרמטיזם וקונסטרוקטיביזם מתוך רצון לתמוך בשאיפותיו האוניברסליות של הממשל. לנין ביקר בבית הספר כשלושה חודשים לאחר הקמתו, ואף כי לא הוקיר את הסגנונות המהפכניים, לא הפריע לבית הספר לעצב בסגנונות אלו. בית הספר הניב תוצרים מהפכניים, וקיבל הכרה בינלאומית בתערוכת האמנויות המעטורות שנערכה בפריז ב-1925 (ראו פרק 4.5), אז הוצגו כמה מעבודות הסטודנטים בביתן הסובייטי.

לנין מת ב-1924, והאמנים המשיכו ליצור בסגנון הקונסטרוקטיביסטי עד שסטלין ביסס את שלטונו. סטלין סבר שהסגנון הקונסטרוקטיביסטי מופשט מדי, אליטיסטי ואינו ברור להמונים. כך החלו האמנים להירדף על ידי המשטר, והסגנון הגיע לסופו (ראו פרק 5.2). עם זאת, לקונסטרוקטיביזם הרוסי הייתה השפעה אדירה על העיצוב המערבי, המלווה אותנו עד היום.

נושאים לדיון
הסופרמטיזם באמנות והשפעתו על תחומי העיצוב.
לדוגמה Kazimir Malevich – Suprematist Teapot, 1921
הלאמת התעשייה הקיימת, כגון תעשיית הפורצלן, והסבתה לייצור כלי פורצלן המעוטרים בתכנים של תעמולה סובייטית שיועדה לעם באופן מופגן:
לדוגמה Sergei Chekhonin – Porcelain plates, early 1920's
ובאופן מוצנע, באמצעות השפה הסופרמטיסטית:
לדוגמה Ilya Chashnik – Plate with Suprematist, early 1920's
הביתן הסובייטי בתערוכה העולמית בפריז: Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes, Paris, 1925.
המונומנט לאינטרנציונל השלישי של ולדימיר טאטלין, והכרזה של ניקולאי פונין:

Vladimir Tatlin's – Monument to the Third International, 1920	לדוגמה
Nikolaj Punin – Monument to the Third International poster, 1920	לדוגמה
• אדום כצבע סימבולי למהפכה האדומה.	
El Lissitzky – Beat the Whites with the Red Wedge, 1919	לדוגמה
• שיתוף הפעולה בין המעצב אלכסנדר רודצ'נקו למשורר ולדימיר מאיאקובסקי בעיצוב לחברות ממשלתיות.	
Alexander Rodchenko – poster for Trekhgornoe Beer, 1923	לדוגמה
• הקבלות בין הקונסטרוקטיביזם הרוסי ובין הדא סטיל.	
הצעות להרחבה ודין	
• מעצבי אופנה מרכזיים:	
Natalia Goncharova – Varvara Stepanova, Aleksandra Ekster, Lyubov Popova	
• תערוכת הציור האחרונה של הפוטוריזם The Last Futurist Exhibition of Paintings 0.10, 1915.	

4.3. באוהאוס (1919-1933)

הפרק עוקב אחר הקמתו של בית הספר הגרמני לעיצוב הבאוהאוס והאופן שבו הוטמעו בו סגנונות האוונגרד דה סטיל וקונסטרוקטיביזם רוסי, שהובילו לכינונו של העיצוב המודרני.

בית הספר הבאוהאוס השפיע על העיצוב יותר מכל מוסד אקדמי אחר. הקים אותו האדריכל הגרמני ואלטר גרופיוס (Walter Gropius) בשנת 1919 בעיר הבירה של רפובליקת ויימאר, שהוקמה עם תום מלחמת העולם הראשונה. בית הספר פעל ארבע-עשרה שנים בלבד וידע טלטלות רבות, בעיקר בגלל התחזקות הימין הקיצוני במדינה. בתקופה קצרה זו הוא עבר שלוש ערים: מוויימאר לדסאו ולאחר מכן לברלין, ועמדו בראשו שלושה מנהלים: גרופיוס, הנס מאייר (Hannes Meyer) ולודוויג מיס ון דר רוהה (Ludwig Mies van der Rohe). ב-1933 נסגר בית הספר בהוראת הנאצים.

פעילות בית הספר נחלקת לשתי תקופות עוקבות הנבדלות זו מזו אידיאולוגית וסגנונית. התקופה הראשונה התקיימה בשנים 1919-1923. בפרק זמן קצר זה מומש חזונו של גרופיוס, להשתית את הלימודים על מודל העיצוב של תנועת הארטס אנד קראפטס האנגלית (ראו פרק 2.2). דוגמה – כדי להקנות לכל הסטודנטים בסיס דומה באמנות, אומנות ועיצוב, בכל כיתה לימדו בצוותא שני מרצים שווי מעמד: לתורת הצורה ולתורת המלאכה. המורים הקפידו שתוצרי בית הספר יהיו בעלי אופי חופשי וידני, ויבטאו את אמת החומר ואת הכנות של עבודת הקראפט. גרופיוס הקים שבע סדנאות מלאכה – עץ, מתכת, טקסטיל, צבע, זכוכית, חומר ואבן – והסטודנטים התבקשו לבחור סדנה אחת ולהתמקצע בה עד לסיום לימודיהם. על הזיקה לארטס אנד קראפטס העיד במיוחד האיוור "קתדרלה" (Cathedral) של ליונל פיינינגר (Lyonel Feininger) שהודפס על כריכת חוברת המניפסט ותוכנית הלימודים. האיוור הציג קתדרלה גותית קורנת בחיתוך עץ חופשי, שהזכירה את הקתדרלות הגותיות של ימי הביניים.

התקופה השנייה, בין השנים 1924 ל-1933, התאפיינה בהשפעתן של תנועת הדה סטיל (ראו פרק 4.1) ותנועת הקונסטרוקטיביזם הרוסי (ראו פרק 4.2). מנהיג תנועת הדה סטיל, תאו ואן דוסבורג (Theo van Doesburg), הגיע לבאוהאוס ב-1921. הוא ערך כינוסים ולימד קורסים פרטיים על עקרונות הדה סטיל, והעביר בהם ביקורת על גישת הארטס אנד קראפטס של הבאוהאוס. ואן דוסבורג טען שעיצוב צריך לחתור לאובייקטיביות ולתעשייתיות, ושגישת הקראפט של הבאוהאוס אינה מתאימה לעידן המודרני. ב-1922 הוא ארגן קונגרס קונסטרוקטיביסטי עם אל ליסיצקי (El Lissitzky) מהקונסטרוקטיביזם הרוסי, ובו הרצה ליסיצקי על סופרמטיזם וקונסטרוקטיביזם. השפעת שתי התנועות קיבלה אישור כשגרופיוס פרסם מזכר בשנת 1922 וכתב בו בגנות גישת הארטס אנד קראפטס שהוא עצמו הוביל קודם לכן. בעקבות המכתב כמה מהמורים פוטרו או התפטרו, ובמקומם נשכרו מורים שיישרו קו עם הכיוון התעשייתי החדש.

השפה העיצובית שפותחה בתקופה השנייה מאחדת בין הדה סטיל לקונסטרוקטיביזם הרוסי בכמה היבטים. בעיצוב גרפי, כמו בדדה סטיל, הקומפוזיציה הייתה א-סימטרית והורכבה מצורות גיאומטריות בצבעי היסוד ובצבעים ניטרליים (צהוב, אדום, כחול, שחור, לבן ואפור) והטיפוגרפיה הייתה סן-סריפית. כמו בקונסטרוקטיביזם הרוסי, כותרת גדולה הופיעה באלכסון נועז בזווית של 45 מעלות, הושארו אזורים נטולי גרפיקה ושולבו צילומי מוצרים. הלוגו החדש שעיצב המרצה אוסקר שלמר (Oskar Schlemmer), ובו דמות המורכבת מקווים ישרים וטיפוגרפיה סן-סריפית בתוך עיגול, שיקף גישה חדשה זו. אף על פי כן לא הייתה שפה עיצובית אחידה או זהות תאגידית שליוותה את בית הספר, ובכל כרזה הופיע שם בית הספר בפונט אחר. בעיצוב מוצר, כמו בקונסטרוקטיביזם הרוסי, הקפידו המעצבים על ייצור בחומרים תעשייתיים שהתעשייתיות שלהם מופגנת, ועל צורות גיאומטריות (עיגול, ריבוע ומשולש), אך הקומפוזיציות שיצרו היו סימטריות.

הכיוון החדש של בית הספר ניכר בתערוכה שהתקיימה בוויימאר ב-1923 והוצגו בה עבודות הסטודנטים בכל רחבי בית הספר ובמוזיאון העירוני. כמו כן נבנה בית מגורים פשוט ותכליתי דוגמה – בשם Haus am Horn, בתכנונו של מרצה בית הספר גאורג מוֹכֶה (Georg Muche). את תכולת הבית עיצבו המרצים והסטודנטים – כל המוצרים שבו הותאמו לפונקציה שלהם, הייתה להם שפה פשוטה ונטולת עיטור, הם יוצרו בייצור תעשייתי ויעיל והורכבו מצורות גיאומטריות בצבעי היסוד.

התערוכה נחלה הצלחה גדולה, ומשכה מבקרים רבים מגרמניה ומחוץ לה. אך באותה שנה זכה הימין הלאומני בבחירות לפרלמנט. בעיניהם היה הבאוהאוס קוסמופוליטי מדי, והם דרשו שבית הספר יוותר על הגישה האוניברסלית ויאמץ גישה גרמנית-לאומנית. גרופיוס התאמץ להדוף את ההתקפות מהעיתונות ולהסביר את בית הספר לפקידי ממשל

ולפוליטיקאים. ניסיונותיו לא צלחו, ומקורות המימון לבית הספר הופחתו במידה ניכרת. בדצמבר 1924 החליט גרופיוס להעביר את בית הספר למקום אחר.

ההצעה הטובה ביותר התקבלה מדסאו, עיר גדולה יותר שבה תעשיות הנדסה, תעופה ותעשיות כימיות. עיריית דסאו מימנה בנייה של מבנה חדש לבית הספר, וב-1926 נפתח הקומפלקס שתכנן גרופיוס, שהזכיר בחזותו הפונקציונלית מפעל יותר מאשר בית ספר. בדסאו הופסקה שיטת ההוראה של שני מרצים יחד, הסדנאות החלו לפעול לפי הפונקציה ולא לפי החומר, והוקמה מחלקה לאדריכלות. אך המבנה החדש חרג מהתקציב, ועד מהרה נקלע הבאוהאוס לקשיים כלכליים, וגרופיוס החליט לוותר על הניהול. לאחר לבטים אושר מינויו של האדריכל הנס מאייר (Hannes Meyer) במקומו. מאייר הידק את תוכנית הלימודים סביב אדריכלות ועיצוב תעשייתי ונתן מקום חשוב ללימודי תיאוריה, ובהם פסיכולוגיה, סוציולוגיה, כלכלה ותיאוריה פוליטית. כקומוניסט הוא דרש שבית הספר ייצר מוצרים במחירים השווים לכל נפש. המרצים והסטודנטים החלו לייצר מוצרים פשוטים יותר, בחומרים ובתהליכים תעשייתיים בסטנדרטיזציה, כגון רהיטים מצינורות פלדה מכופפים ומצופים כרום. בתקופה שמאייר ניהל את הבאוהאוס הוא הצליח להפוך את בית הספר למקום יצרני המחובר היטב לתעשייה, ובית הספר נהיה לראשונה רווחי.

אך ההתבטאויות הקומוניסטיות של מאייר ותמיכתו בתא הסטודנטים הקומוניסטי שיחקו לידי מתנגדי בית הספר. אחרי שלוש שנים בתפקיד הוא הודח. כמה סטודנטים עזבו יחד איתו ונסעו לעבוד איתו בקולקטיב בברית המועצות. ב-1930 מונה במקומו האדריכל לודוויג מיס ון דה רוהה (Ludwig Mies van der Rohe). המוטו של מיס היה "פחות זה יותר" (Less is More), ולאורו הוא פיתח שפה אדריכלית שהוא כינה "עור ועצמות" (Skin and Bones), שהייתה מעין תמצית של העקרונות שפותחו בבאוהאוס. מיס הפנה את מרב המאמצים להוראת אדריכלות, ובתוך כמה חודשים הפסיקו הסדנאות לפעול לחלוטין. כדי ליצור לגיטימציה לבית הספר הוא התנגד לפונקציונליזם של מאייר, השמיט את הערכים החברתיים והפוליטיים, ואסר על כל פעילות פוליטית בבית הספר.

הפרלמנט של דסאו בראשות הימין הלאומני לא השתכנע מהשינוי, וב-1932 הורה לסגור את בית הספר. מיס העביר את הבאוהאוס לתקופה קצרה לברלין, אבל עם התמנותו של היטלר לקנצלר גרמניה ב-1933, בית הספר נסגר סופית. רוב אדריכלי הבאוהאוס היגרו מגרמניה, ולימדו באוניברסיטאות בארצות הברית, באנגליה ובשווייץ. בפיזורם של המרצים טמונה הסיבה הן לתפוצה הרחבה של תפיסות העיצוב של הבאוהאוס המאוחר ברחבי העולם והן להשפעתו על הוראת עיצוב גם בימינו.

נושאים לדיון	
• תקופה ראשונה (1919-1923) בהשפעת הארטס אנד קראפטס: חופש של צורות, א-סימטריה, צבעים עזים, עבודת קראפט, אמת החומר החוגגת את הייצור הידני.	
דוגמה דוגמה Gunta Stölzl & Marcel Breuer – African Chair, 1921 Lyonel Feininger – Cathedral, for Walter Gropius Bauhaus Manifesto and Program, 1919	
• תקופה שנייה (1924-1933) בהשפעת סגנון הדה סטיל: צבעי היסוד ועיצוב בקווים ישרים, ייצור תעשייתי בחומרים תעשייתיים, כגון צינורות פלדה מצופים כרום, אמת החומר במובן התעשייתי, כשהגימור התעשייתי חשוף ואינו צבוע, צורות גיאומטריות.	
דוגמה דוגמה Marcel Breuer – Wassily Armchair, 1926 Georg Muche – Haus am Horn, 1923	
דוגמה דוגמה Joost Schmidt – Bauhaus exhibition poster, Weimar, 1923 Herbert Bayer – Universal typeface, 1927	

- השוואה בין הלוגו בתקופה הראשונה: Karl-Peter Roehl – Bauhaus first logo, 1919-1920
- ללוגו בתקופה השנייה: Oskar Schlemmer – Bauhaus second logo in Weimar, 1922

הצעות להרחבה ודין

- וסילי קנדינסקי, שאלון הצורות וצבעי היסוד:

Wassily Kandinsky – Bauhaus Questionnaire, 1923

- אוסקר שלמר, התלבושות לבלט הטריאדי:

Oskar Schlemmer – The Triadic Ballet, 1922

4.4. הסגנון הבינלאומי

הפרק מציג את הסגנון הבינלאומי באדריכלות ובעיצוב מוצר ואת הטיפוגרפיה החדשה בעיצוב גרפי, סגנונות שחתרו לאוניברסליות ולעל-זמניות.

במהלך שנות העשרים, כחלק ממאמצי השיקום לאחר מלחמת העולם הראשונה, החלה בנייה מואצת ברחבי אירופה, כדי לענות על הצורך בשיקום הערים שהופצצו במהלך המלחמה. המדינות הקצו כספים להקמת בנייני ציבור ולבניית בנייני מגורים למשפחות פועלים, שיבנו מחדש וישקמו את הערים ההרוסות. נדרשו דירות לבנייה מהירה, יעילה וחסכונית, במחיר נמוך. היה ברור ששיטות מסורתיות לבנייה אינן מתאימות כדי למלא צורך חדש זה.

הפתרון נמצא בהצעתו של המעצב השווייצרי שארל אדוארד ז'נרה גרי (Charles-Édouard Jeanneret-Gris), המוכר יותר בכינוי שטבע לעצמו, לה קורבוזיה (Le Corbusier). הוא למד אמנות בשווייץ, ולאחר מכן עבר לפריז ועבד אצל האדריכל הצרפתי הנודע אוגוסט פרה (Auguste Perret), מחלוצי השימוש בבטון מזוין, ובמשרד האדריכלים של פטר ברנס, כששימש כמעצב בחברת AEG (ראו פרק 3.2). בשנים אלה פיתח לה קורבוזיה תוכנית עקרונות למבנה בעל שלד חזק שניתן לייצר במהירות ובמעט חומר, ומתאים ליישום בכל בית מגורים. בשנת 1914 הוא פרסם את התוכנית "דומ-ינו" (Dom-ino): שילוב בין "בית" (Domus) ל"חדשנות" (Innovation). המבנה כלל שלד בעל שישה עמודים דקים עשויים בטון מזוין הנושאים שלושה מפלסים של לוחות בטון מזוין ברשתות פלדה. המבנה הזה ייתר את הצורך בקירות תומכים, והותיר את שלוש הקומות פתוחות לתכנון חופשי. כל חלקי המבנה יועדו לייצור טרומי, הובלה לאתר והרכבה בו. עלות הבנייה הנמוכה נבעה מחיסכון בחומרים וכן מחיסכון בכוח אדם. אחרי המלחמה ירדו בהדרגה מחירי הפלדה והמלט, והיו זולים מספיק לבנייה לפי תוכנית זו.

בשנת 1923 פרסם לה קורבוזיה עם האמן אמדה אוזנפאן (Amédée Ozenfant) את הספר "לקראת אדריכלות" (Toward an Architecture). בספר זה נטבע הביטוי "הבית הוא מכונת מגורים" (A house is a machine for living): עיצוב הבית על כל פרטיו צריך להיות כתכנון של מכונה, שתפקידה לבצע את הפונקציה, מגורים, ביעילות מרבית. כמו כן קבעו השניים שהפונקציה צריכה להיות מותאמת ל"אדם השכיח", כלומר לאדם בעל מידות פיזיות וצרכים נפשיים סטנדרטיים. דרישה זו לאוניברסליות, המתעלמת מהבדלים פיזיים ותרבותיים בין בני אדם, שולבה עם הדרישה ליעילות לפי טיילור (ראו פרק 3.2), עם הדרישה לאסתטיקה פונקציונלית לפי סאליבן (ראו פרק 3.2) ועם הדרישה להימנע מעיטורים לפי אדולף לוס (ראו פרק 3.2).

עקרונות אלו מומשו גם בעיצוב המטבח הביתי. דוגמה מופתית ליישום כזה הוא "מטבח פרנקפורט" (Frankfurt kitchen) שעיצבה מרגרט שוטה-ליהוצקי (Margarete Schütte-Lihotzky) ב-1926. כתשובה למחסור בדירות בפרנקפורט שלאחר המלחמה נבנו בעיר עשרת אלפים יחידות מגורים קטנות, בפרויקט דיור שנקרא "פרויקט פרנקפורט". שוטה-ליהוצקי עיצבה מטבח שגודלו 3.5 על 1.9 מטרים, בהתאם לעקרונותיה של קריסטין פרדריק (ראו פרק 3.2) ובהשראת מטבחי הרכבות הצרים והתעשייתיים, המיועדים לספק מזון ביעילות ובמהירות. המטבח, שהיה מעין "מכונת בישול", היה לאבטיפוס של מטבחים מודרניים.

"לקראת אדריכלות" היה לבסיס התיאורטי, ובית הדומ-ינו היה לבסיס הטכני לסגנון הבינלאומי. ביטוי ראשון לבניית קבע בסגנון זה היה בתערוכה של ארגון הוורקבונד הגרמני (ראו פרק 3.2) בשטוטגרט ב-1927. התערוכה, שנקראה "שיכון וייסנהוף" (Weissenhof Estate), הייתה אבטיפוס למעונות פועלים, פרויקט הדיור הגדול ביותר שנבנה באותה תקופה. בראש הפרויקט עמד לודוויג מיס ואן דר רוהה, לימים המנהל השלישי של הבאוהאוס (ראו פרק 4.3). הוא בחר חמישה-עשר אדריכלים, ביניהם לה קורבוזיה ומרצים שלימדו בבאוהאוס. נבנו עשרים ואחד בניינים לפי עקרונות בית הדומ-ינו, רובם הוקמו בתוך חמישה חודשים בלבד. אף כי רוב הבניינים רוהטו בתקציב גבוה, הרחק מהישג ידו של הפועל הממוצע, הסגנון הבינלאומי שגובש בתערוכה נחשב להצלחה.

בזכות מהירות ההקמה, העלות הנמוכה והיותו בלתי ייחודי – לא מייצג לאום או מקום מסוים – הסגנון עשה לו כנפיים והתרחב אל מעבר לגבולות אירופה המרכזית. ב-1932 התקיימה במוזיאון לאמנות מודרנית (MoMA) בניו יורק תערוכת "הסגנון הבינלאומי: אדריכלות מאז 1922", שהעמידה את הסגנון מול האר דקו והסטריליין האמריקאי שהיו דומיננטיים באותה תקופה בארצות הברית (ראו פרקים 4.5-4.6). מעצבים ואדריכלים יהודים שלמדו בבאוהאוס הגיעו לפלשתינה ובנו בסגנון הבינלאומי בשנות השלושים בתל אביב, בחיפה ובירושלים (ראו פרק 10.2). במדינות

הסקנדינביות, מעצבים יצרו פרויקטים דומים לשיכון וייסנהוף, בהם פרויקט סודרה אנגבי (Södra Ängby) בשטוקהולם בשנת 1933 (ראו פרק 6.2).

מוצרים בסגנון בינלאומי הם אלו שמתייחסים למוצר כאל מכונה. דוגמה לכך הם הרהיטים שעיצבה המעצבת הצרפתייה הצעירה שרלוט פריאן (Charlotte Perriand) עם לה קורבוזיה ובן דודו, פייר ז'נרה (Pierre Jeanneret). השלושה בחנו את הפונקציות השונות של הישיבה, וזיהו "מצב ישיבה" תכליתי שנועד לאכילה וכדומה, "מצב ביניים" נינוח, ו"מצב שכיבה" למנוחה. הם יצרו סדרת רהיטים שמתאימים לשלושת המצבים והציגו אותם במיצב שכינו "ציוד לבית" (Equipment for the Home) ב-1929. גם חלק ניכר מהרהיטים שיוצרו בבאוהאוס המאוחר, במיוחד בתקופת המנהל השני, הנס מאייר, נחשבים לעיצוב בסגנון הבינלאומי (ראו פרק 4.3).

מוביל העיצוב הגרפי הבינלאומי הוא המעצב הגרמני יאן טשיכהולד (Jan Tschichold). ב-1928 הוא פרסם את ספרו "הטיפוגרפיה החדשה" (בגרמנית: Die Neue Typographie), שריכז את עקרונות העיצוב הגרפי שהופיעו בבאוהאוס. בספר זה מוגדרת הפונקציה של העיצוב הגרפי כבהירות תקשורתית, דהיינו העברת מידע באופן הישיר והיעיל ביותר. לשם כך, הוא קבע, יש להקפיד להשתמש בטיפוגרפיה סן-סריפית, ליישר את הטקסט לשמאל או לימין, ליצור קומפוזיציה א-סימטרית, לשלב צילום, להוסיף צורות גיאומטריות בצבעי היסוד ולהתייחס לחללים לבנים שאין בהם מידע כמרכיב פעיל שמארגן את הקומפוזיציה. כללים אלו, הסביר, מקלים על הקריאה. כמו כן, על המעצבים לעצב לפי גודלי נייר סטנדרטיים, משום שייצור תעשייתי של נייר הוא זול ומהיר יותר, והחלוקה "הנכונה" של הדף לא מבזבזת נייר. ההישג הגדול של טשיכהולד היה באיגוד הכללים יחד, בניסוחם בפשטות ובצירוף דוגמאות קונקרטיות. ספרו הנגיש את המודרניזם הגרפי האוונגרדי של הבאוהאוס גם אל מחוץ למעגלים הסגורים של בית הספר, ועשה אותו מקובל ונפוץ בעולם המערבי. הספר השפיע על דורות של מעצבים, הפך למוביל העיצוב המודרני, וכמה מעקרונותיו ממומשים עד ימינו.

עם הסגנון הבינלאומי הגיע לשיאו המהלך המודרני, שהתחיל באסתטיקת המכונה (ראו פרק 3.2). המעצבים נתפסו אז כאלו שיש בידם יכולות ליצור עיצוב אידיאלי אוניברסלי שמתאים לכל אדם, בכל מקום בעולם ובכל זמן. כדי לעשות זאת עליהם רק לעקוב אחרי כללים שיגלו את האמת של העיצוב, המחכה שיוציאו אותה מהכוח אל הפועל.

נושאים לדיון	
• לה קורבוזיה (Le Corbusier), פייר ז'נרה (Pierre Jeanneret): בית הדומ-ינו (Dom-Ino House), רעיון "הבית כמכונת מגורים".	
דוגמה	Le Corbusier and Pierre Jeanneret – Pavillon L'Esprit Nouveau, Paris, 1925
• שיכון וייסנהוף (Weissenhof) בשטוטגרט.	
דוגמה	Le Corbusier – Weissenhof House, 1927
• עיצוב בחומרים תעשייתיים ומיעוט פרטים, אסתטיקה פונקציונלית.	
דוגמה	Eileen Gray – E1027 table, 1924
דוגמה	Charlotte Perriand – Bar sous le toit (bar under the roof), Paris, 1927
• "מטבח פרנקפורט" של מרגרט שוטה-ליהוצקי (Margarete Schütte-Lihotzky – Frankfurt kitchen, 1926), לפי עקרונות המטבח היעיל שפיתחה קריסטין פרדריק האמריקאית.	
• יאן טשיכהולד (Jan Tschichold) ו"הטיפוגרפיה החדשה", 1928.	

• עיצוב פונטים סן-סריפיים. דוגמה Paul Renner – Futura font, 1930.

• שילוב פוטומונטאז' בעיצוב כרזות. דוגמה Herbert Matter – Swiss Tourism posters, 1934.

הצעות להרחבה ודין

• תערוכת "הסגנון הבינלאומי: אדריכלות מאז 1922", שהתקיימה ב-1932 במוזיאון לאמנות מודרנית (MoMA) בניו יורק.

• השפעה על האדריכלות מחוץ למרכז אירופה.

דוגמה Gunnar Asplund – Paradise Restaurant, Stockholm Exhibition, 1930

• השוואה בין "מטבח פרנקפורט" של מרגרט שוטה-ליהוצקי ל"מטבח הוזייר" (Hoosier cabinet).

4.5. האר דקו הצרפתי

הפרק מאפיין את האר דקו הצרפתי כסגנון שמצד אחד המשיך את סגנון האר נובו, ומצד שני ביטא את עידן החשמל והתחבורה הממונעת.

מלחמת העולם הראשונה הותירה חלקים נרחבים מצרפת בהריסות וגבתה קורבנות רבים. המעצבים ביקשו ליצור סגנון שיפיח באנשים תקווה ויחזיר את החיים למסלולם. הסגנון שפותח היה האר דקו (בצרפתית: Arts Déco): סגנון אופנתי, מעוטר, מסוגנן ויוקרתי, שכיוון לבטא את רוח התקופה ואת הטכנולוגיות החדשות ששינו את החיים ולשקף את הטעם העכשווי ואת האמנות המתחדשת.

ניצני הסגנון הופיעו בצרפת עוד לפני המלחמה, אך האר דקו נהיה פופולרי ונפוץ ביותר במדינות רבות בעולם מאמצע שנות העשרים. עד שנות השישים נהוג היה לכנותו "סגנון מודרני" (Moderne), במובן "עכשווי". אך הוא הפוך בכל אפיוניו למודרניזם של הסגנון הבינלאומי שהתגבש באותה תקופה (ראו פרק 4.4) משום שרוב עיצובי האר דקו מעוטרים או בעלי מבניות דקורטיביות, נטייה להיסטוריציזם, ליוקרתיות ולעבודת יד שהמודרניסטים דחו מכול וכול. בשנות השישים הוצמד לסגנון הכינוי "אר דקו", קיצור של "אמנות מעוטרת" (בצרפתית: Arts Décoratifs).

ניתן לראות בסגנון האר דקו מעין המשך של סגנון האר נובו (ראו פרק 3.1). בדומה לאר נובו, גם האר דקו היה מעוטר, אקסקלוסיבי, דרמטי, נועז ואקסטרווגנטי, ושם דגש בעבודת יד שדרשה מיומנות טכנית גבוהה, מרובת פרטים, ששילבה בין חומרים מודרניים לחומרים יוקרתיים. אך בשונה מהאר נובו, שעיטוריו היו נטורליסטיים, עיצובי האר דקו כללו עיטורים אבסטרקטיים גיאומטריים שהזכירו דימויים של חשמל, מכניזציה ותחבורה מהירה. לשם כך נבחרו חומרים יוקרתיים בזהב ובעלי ניגודיות גבוהה: עור נחש ועור כריש, קליפות של צבי ים, פנינים, שנהב, ברונזה, אבנים טובות וכדומה. לכה שחורה מבריקה שנקראה "ג'פנינג" (Japanning), חיקוי של לכה יפנית, שימשה כציפוי לרהיטי עץ והקנתה להם מראה מבהיק.

הסגנון חתר לאופנתיות, ולכן מעצביו שאבו השראה ומיזגו יחד כל מה שהיה פופולרי באותה תקופה. ראשית הושפעו המעצבים מסגנונות אמנות של התקופה, ובהם הקוביזם הצרפתי, שאופיין בצורות גיאומטריות החותכות ומכסות זו את זו, והפוטוריזם האיטלקי שעסק במהירות ובתנועה. שנית לקחו המעצבים מוטיבים מתרבויות עתיקות שעלו לכותרות באותה תקופה בזכות גילויים ארכיאולוגיים חדשים. ההשפעה העיקרית הייתה מהתרבות המצרית, בעקבות חשיפת קבר המלך תות ענח אמון ב-1922. הסגנון אימץ ממצרים העתיקה מוטיבים כמו אובליסק, פירמידה, קרני שמש, פרח הללוס, שֶׁבֶרֶן (חצים נפתחים המסודרים בזה אחר זה), שמש מפציעה וקרניים זורחות. כמו כן ניכרת השפעה של מוטיבים מיוון העתיקה, בעיקר בעמודים ובתחושת מונומנטליות של המקדשים, וכן מקורות אסלאמיים, קלטיים ואחרים.

חשוב להדגיש כי העיצובים לא נעשו מתוך העתקה או ציטוט של מוטיבים היסטוריים, ולא מתוך אקלקטיציזם, אלא מתוך השראה המכירה בייחודיותו של המקור ומתרחקת ממנו בעזרת הפשטה של הצורות. כך, בעזרת השטחה, קווים ישרים וחזרתיים, קצעים גיאומטריים בעלי זוויות חדות וניגודיות גבוהה, העיטורים הזכירו אלמנטים מתרבויות קדומות בעודם משדרים את העוצמה והכוחניות של עידן החשמל והתחבורה הממונעת.

תערוכת האמנויות המעטרות (The International Exhibition of Decorative Arts), שהוצגה בפריז ב-1925, הפיצה את שמעו של האר דקו בעולם. בתערוכה השתתפו אלפי מעצבים מכל אירופה, וכשני שלישים ממנה הוקדשו לעיצוב צרפתי. הגוף המארגן ביקש מהמציגים להציג עבודות שמשקפות את אורח החיים העכשווי בלי להעתיק סגנון מעוטר קודם. כל המוצגים בתערוכה, כולל עיצובי הפנים, הרהיטים והמוצרים, היו יוקרתיים וכוונו למעמד הגבוה. כזה היה גם הביתן הפופולרי ביותר בתערוכה, ביתן אספן האמנות (בצרפתית: La Pavillon d'un Collectionneur) של המעצב הצרפתי אמיל ז'אק רולמן (Émile-Jacques Ruhlmann). חזיתו החיצונית של הבניין המהודר תוכננה בהשראת האדריכלות הקלאסית, בלי להעתיק אותה: עמודים תמכו בחזית אך היו נטולי סדר (ראש העמוד), תבליטים הופיעו בגמלון, אך צורתו של הגמלון הייתה חצי עיגול. בנוסף, פסלים הוצבו בחזית המבנה, אך הם היו פסלי נשים חושניים. עיצוב הפנים היה מעוטר מאוד בעיטורים גיאומטריים וכלל חומרים יקרים: שנהב, עורות סוסים, קליפות שריון צב, עורות של לטאות ועוד.

מעבר לחשיפת הסגנון החדש והיוקרתי, חדשנותה של התערוכה הייתה בהצגת אופנה לצד מוצרים. אחד המעצבים הבולטים שהכתיבו קו חדש לעיצוב אופנה היה פול פוארה (Paul Poiret). פוארה עיצב לראשונה בגדי נשים ללא

מחוכים, פריט לבוש שעוד היה הכרחי בראשית המאה העשרים. העיצוב החדש של פוארה יישר את קו המותניים והעניק לשמלה מבנה מלבני מהכתפיים לברכיים, המטשטש את צורת הגוף וחושף לראשונה את השוקיים והנעליים. מעצבת האופנה סוניה דלוניי (Sonia Delaunay) עיצבה בגישה זו בגדי נשים עם דוגמאות גיאומטריות בצבעים מנוגדים שהביאו את העוצמה של החיים המודרניים. השינוי בלבוש כלל גם תספורות קצרות ומהודקות. עיצוביהם הציגו את האישה כחזקה ובעלת דעה, כביטוי למהפכה למען זכות ההצבעה לנשים של התקופה (סופרז'יסטיות).

בתערוכה ביקרו יותר משישה-עשר מיליון אנשים, והיא הייתה הצלחה גדולה. היא הטמיעה את האר דקו כסגנון פופולרי ובולט וקיבעה את פריז (שוב) כבירת הסגנון והאופנה, וכמקום בינלאומי לקניות. התערוכה גם הבהירה שעיצוב הוא מקצוע נבדל מאמנות ואומנות, הדורש התמחות מיוחדת, וסימנה את ההשפעה ההדדית שבין תחומי העיצוב השונים.

האר דקו חולל גם שינויים בעיצוב הגרפי. בזכות השיפורים בטכנולוגיות ההדפסה הצליחו המעצבים ליצור דימויים מורכבים מרובי גוונים, או גרדיאנט (גוון אחד נמשך לגוון אחר) באיכות גבוהה. כרזות האר דקו משלבות דמויות של נשים חזקות, לבושות ומאופרות באופנתיות. הנשים בולטות במרכז הכרזה, בעלות שפתיים קטנות ואדומות, פנים לבנות, שיער קצר ונוכחות חזקה ומרשימה. בנוסף, אלמנטים גרפיים בכרזות מדמים ברק של מתכות יקרות. מבחינת הטיפוגרפיה, בדומה לעיצוב הגרפי האוניברסלי של טשיכהולד (ראו פרק 4.4), הפונטים בדרך כלל סן-סריפיים, ולעומת זאת הטקסט לרוב ממורכז והקומפוזיציה סימטרית. המעצב הגרפי המפורסם קסנדרה (Adolphe Jean-Marie Mouron – Cassandre) עיצב כרזות ששילבו איור מנקודת מבט בלתי שגרתית על האובייקט, בעל ניגודיות גבוהה, שהציג את עוצמת הטכנולוגיה.

יותר מהאר נובו שלפניו היה האר דקו לתופעה כלל-עולמית שכללה את מדינות המערב, יפן, הודו, דרום אפריקה ועוד, לעומת סגנונות האוונגרד של התקופה – באהאוס, דה סטיל וקונסטרוקטיביזם – שהיו סגנונות אוונגרד מוגבלים בתפוצתם לאזורים גיאוגרפיים מצומצמים. האר דקו לא הציג מהפכה כמו סגנונות האוונגרד (ראו פרקים 4.1-4.4), אלא רוח חדשה, מתוך כבוד למסורות עיצוב קודמות. הוא היה אופנתי, אמנותי, ונועד לחגוג את היופי ואת החיים הטובים.

נושאים לדיון	
• מקורות ההשראה של האר דקו, ובהם סגנונות העיצוב של מצרים העתיקה ויוון העתיקה, האר נובו, הקוביזם והפוטוריזם.	
דוגמה	Jean Goulden – silvered bronze and enamel clock, 1928
דוגמה	Pierre Chareau – La Religieuse Nun table lamp, c. 1920
דוגמה	Edgar Brandt – The Oasis wrought-iron screen, 1925
• מאפיינים חומריים וטכנולוגיים: שילוב בין חומרים יקרים לחומרים תעשייתיים ולעבודה ידנית.	
דוגמה	Rene Lalique – Dragonfly, 1897-8
דוגמה	Jean Dunand – A Lacquered Eggshell Three-Panel Screen, c. 1925
• תערוכת האמנויות המעטרות:	
The International Exhibition of Decorative Arts, Paris, 1925	
הביתן של אמיל ז'אק רולמן:	
Émile-Jacques Ruhlmann – La Pavillon d'un Collectionneur, Paris, 1925	
• כרזת האר דקו: טיפוגרפיה (לרוב) סן-סריפית, דמויות נשים המתאפיינות בסממנים של עוצמה, ניגודיות גבוהה.	
דוגמה	Cassandre – Pathé poster, 1932

• עיצוב האופנה ברוח המהפכה הפמיניסטית: Coco Chanel, Paul Poiret, Sonia Delaunay, Jeanne Lanvin

הצעות להרחבה ודין

• ההשפעה הסגנונית ממדינות זרות בעקבות הקולוניאליזם.

• סגנונות האמנות קוביזם ופוטוריזם.

4.6. האר דקו האמריקאי (1925-1945)

הפרק מציג את השגשוג הכלכלי והתעשייתי בארצות הברית בשנות העשרים כבסיס לביטויים הייחודיים של האר דקו האמריקאי.

שנות העשרים היו שנים של שגשוג כלכלי אדיר בארצות הברית. רבים החלו להשקיע כסף בבורסת וול סטריט (Wall Street) בזכות מדיניות הלוואות שאפשרה ללוות עשרה אחוזים משווי המניה ולהיכנס לשוק הקנייה והמכירה בקלות יחסית. במהרה תעשיינים, שהיו עשירים ממילא, ואנשים פשוטים שהרוויחו רק ממסחר במניות, הפכו לעשירים מופלגים ולמיליונרים בן-רגע. בנאום באוגוסט 1928 הבטיח הנשיא הרברט הובר (Herbert Hoover) שבקרוב העוני ימוגר מארצות הברית.

הפריחה הכלכלית הביאה לפריחה טכנולוגית ותרבותית. המצאת הטלפון אפשרה לראשונה תקשורת מיידית ממרחק והאיצה את קצב החיים. הומצאו מוזיקת הג'אז ובעקבותיה ריקוד הצ'רלסטון. חוק היובש, שאסר למכור אלכוהול, גרם לפתיחתן של מסבאות נסתרות במרתפים, שנקראו "דבר בשקט" (Speakeasy). המצאת הפונוגרף אפשרה להאזין למוזיקת הג'אז הפופולרית בבית. מכשיר הרדיו נמכר בתפוצה רחבה, ולצד ג'אז השמיע חדשות, אופרות סבון, סיפורי בלשים, רומנים, קומדיות ועוד. בהדרגה הופיעו ברדיו יותר ויותר פרסומות מסחריות. תיאורטיקנים של הפרסום פרסמו ספרים שהסבירו למפרסמים כיצד לפנות לתשוקות וליצרים של הצרכנים כדי לעודד את המכירות.

השגשוג הוביל גם לעיור נרחב ולגדילת הפרברים, בזכות העלייה בתפוצת כלי הרכב. הרכב קיצר את המרחק בין הכפר והאזורים החקלאיים לבין העיר והעניק חופש ועצמאות. העירוניים בילו בכפר והכפריים נסעו לקניות בעיר הקרובה. גם התחבורה הציבורית צמחה והשתפרה מאוד, ונוספו אוטובוסים, רכבות תחתיות ועיליות ורכבות חשמליות. רשת החשמל הארצית התרחבה לבתים הפרטיים בפרברים, ובעקבות כך נוצר שוק למוצרים חשמליים חדשים. הומצאו שפע של מוצרי חשמל ביתיים: מגהץ, מקרר, מכונת כביסה, שואב אבק, תנור משולב עם כיריים, מצנח ועוד.

השינויים נקשרים גם בגל הפמיניסטי הראשון. ההפגנות והמחאות של התנועה הסופרז'יסטית, שתחילתן בסוף המאה התשע-עשרה, נשאו פרי, וב-1920 עבר התיקון התשעה-עשר לחוקה האמריקאית ואפשר לנשים להצביע בבחירות ולהשתלב בחיים הפוליטיים והכלכליים. נשים החלו להשתתף בתחרויות ספורט, לשתות אלכוהול ולרקוד צ'רלסטון במסבאות הלא חוקיות. המהפכה בזכויות הנשים שינתה גם את אופנת הלבוש: האופנה החדשה חיקתה את האר דקו הצרפתי וכללה תספורת קצרה וחצאיות או שמלות עד הברך (ראו פרק 4.5). נשים נחשבו לכוח כלכלי עולה, והפרסומות פעלו לשכנע אותן לרכוש מוצרים חדשים. יותר ויותר נשים למדו לנהוג, והרכב העניק להן חופש. מכשירי החשמל שנועדו לשימוש ביתי ובמטבח חסכו זמן, ועקרות הבית יכלו לצאת לעבוד.

בשנת 1925 קיבלו האמריקאים הזמנה מהצרפתים להשתתף בתערוכת האמנויות המעטורות בפריז (ראו פרק 4.5), אך סירבו, משום שלא היה להם סגנון מעוטר להצגה. הנשיא הובר שלח נציגים של עולם האמנות, העיצוב, העיתונות והתעשייה כדי ללמוד מהתערוכה בצרפת. התערוכה הייתה בגדר חידוש גמור לאמריקאים, וגרמה להם להרגיש שהם מפגרים מאחורי אירופה מבחינה סגנונית, אף על פי שהובילו בתיעוש. הנציגים הביאו חזרה לארצות הברית מוצגים מהתערוכה, ומוזיאון המטרופוליטן בניו יורק הציג אותם. החלה התעניינות בסגנון האר דקו הצרפתי, והיא הובילה ליצירת האר דקו האמריקאי.

ביטויי העיקרי של האר דקו האמריקאי היה בבניית גורדי שחקים ראוותניים לחברות מסחריות חדשות, לבנקים ולחברות ביטוח. בנייני האר דקו החדשים היו הגבוהים בעולם: בניין קרייזלר (Chrysler Building), שנבנה בשנת 1928, התנשא לגובה 319 מטר. הוא נותר בניין (האר דקו) הגבוה ביותר לשלוש שנים בלבד, עד שנבנה ב-1931 בניין האמפייר סטייט (The Empire State Building), שהתנשא לגובה 381 מטר. גורדי השחקים הענקיים שידרו עוצמה, כוחנות, נועזות, מסיביות ויציבות בזכות הבסיס הרחב של הבניינים, בהשראת המקדשים האצטקיים בדרום אמריקה, והחלונות הקטנים ביחס למבנה שיצרו תחושה של קיר עבה וחזק. כמו באר דקו הצרפתי, הבניינים עוטרו בקישוטי שברון, שמש מפציעה וזיגזגים, לרוב בצבע זהב.

האר דקו ניכר גם בעיצוב הפנים של הבניינים. דונלד דסקי (Donald Deskey) עיצב את פנים אולם המוזיקה ואת כל הרהיטים של אולם רדיו סיטי (Radio City) שברוקפלר סנטר (Rockefeller Center) בשנת 1932. דסקי הצליח לשלב בין היוקרתיות ששידר האר דקו הצרפתי לאסתטיקה התעשייתית של הבאוהאוס. תקרת חלל המופעים הורכבה

מפאנלים מוזהבים חופפים, ועל השטיחים ברחבי האולם הופיע דיגום גיאומטרי, כמו באר דקו הצרפתי. עם זאת, השולחנות חופו בבקליט (Bakelite)) שחור מבהיק, שלעומת הג'פנינג הצרפתי, שהיה עתיר בעבודת יד, היה תעשייתי.

הסגנון הגרפי של האר דקו הצרפתי הופץ בעיקר דרך ירחוני האופנה המובילים ובמיוחד "ווג" (Vogue), "וניטי פייר" (Vanity Fair) ו"הרפרס בזאר" (Harpers Bazaar). כמו באר דקו הצרפתי, גם בארצות הברית הנשים אוירו עם שיער קצר, עור לבן, שפתיים קטנות ואדומות וגזרה שטוחה וארוכה. אך המעצבים הגרפיים של האר דקו בארצות הברית הוסיפו על העיצוב הצרפתי שני מאפיינים נוספים: הראשון בהם הוא אזכור סכמטי ומינימליסטי, שכלל אלמנטים גיאומטריים בלבד, של גורדי השחקים, אשר היו ייחודיים לארצות הברית. השני הוא עיצובם של פונטים סן-סריפיים ייחודיים, המבוססים על צורות היסוד ומבטאים ניגודיות גבוהה ותחושה תעשייתית בזכות משחק בין קווים דקים מאוד למשטחים מלאים בצורות גיאומטריות בסיסיות. הדוגמה המופתית ביותר לפונט כזה היא "ברודוויי" (Broadway) של מוריס פולר בנטון (Morris Fuller Benton) משנת 1928. גם כיום משתמשים בפונט כשרוצים לעורר תחושה של שנות העשרים והשלושים.

בסוף אוקטובר 1929 קרסה הבורסה בניו יורק והחל השפל הכלכלי הגדול. האר דקו, שהיה אקסטרווגנטי, התאים לתכנון של גורדי השחקים ולעיצוב גרפי, אבל לא לעיצוב מוצר, כי לא היה מי שיקנה מוצרים יוקרתיים. אך אלמנטים מתוך הסגנון התמזגו בסגנון שפותח אחריו, הסטרימליין (ראו פרק 4.7).

נושאים לדיון	
גורדי שחקים המשדרים עוצמה וביטחון, שילוב צורות המאזכרות מגדלים אצטקיים עם עיטורי שברון, שמש מפציעה וזיגזגים, שילוב צבע זהב, תבליטים ופיסול.	
דוגמה	William van Alen – Chrysler building, New York, 1930
השוואה בין האר דקו הצרפתי לאמריקאי: בארצות הברית המוצרים מיוצרים מחומרים זולים ובייצור תעשייתי, ומאופיינים בנראות מונומנטלית המאזכרת מגדלים רבי קומות.	
דוגמה	Paul T. Frankl – Skyscraper, c. 1927
פיתוח טיפוגרפיה ייחודית: קווים אנכיים עבים וקווים אופקיים דקים היוצרים מראה של ניגודיות גבוהה.	
דוגמה	Oswald Cooper – Boul Mich typeface, 1927
הצעות להרחבה ודיון	
- המצאת רעיון המודל השנתי (Annual model) ותרומתו לרעיון ההתיישנות המתוכננת (Planned obsolescence) בחברת ג'נרל מוטורס – הארלי ארל (Harley Earl) ועיצוב הלה-סאל (La Salle, 1927). - הדפסי בדים של רות ריבס (Ruth Reeves).	

4.7. סטרימליין

הפרק מציג את השפל הכלכלי הגדול בארצות הברית כמוטיבציה ליצירתו של הסטרימליין, סגנון שהתבסס על מדע האווירודינמיקה והיה הסגנון התעשייתי הייחודי הראשון של המדינה.

לקראת סוף אוקטובר 1929 החלו המניות בבורסת וול סטריט לצנוח במהירות, ובתוך חודש בלבד הבורסה קרסה ומחקה עושר של מיליארדי דולרים. בבת אחת אנשים רבים עברו מעושר לעוני. בעקבות הקריסה החלה תקופה המכונה "השפל הכלכלי הגדול": משבר כלכלי כלל-עולמי שנמשך כעשור. ב-1934 עמדה האבטלה בארצות הברית על 27%, יותר מחמשת אלפים בנקים קרסו, ואנשים רבים שמו קץ לחייהם. אי הוודאות הכלכלית והאבטלה גררו ירידה חדה בצריכה, ובעקבותיה צמצום בייצור והאטה בצמיחה הכלכלית.

הנשיא פרנקלין ד' רוזוולט (Franklin D. Roosevelt), שהחל לכהן ב-1933, האמין שהדרך לצאת מהמשבר היא להמשיך ולהניע את הכלכלה בעזרת מעורבות ממשלתית להגברת הצריכה. הוא הציג תוכנית כלכלית ששמה הניו דיל (New Deal), שכללה הרחבת התעסוקה בעזרת עבודות ציבוריות, קיצור שבוע העבודה לחמישה ימים, שמירה על מחירי המוצרים והטבות סוציאליות שונות. גישה זו מנוגדת למסורת הכלכלה הקפיטליסטית האמריקאית, שעיקרה היעדר מעורבות ממשלתית "בשוק החופשי".

הניו דיל לא פסח על תחום העיצוב. מיזם מרכזי בתוכנית היה ארגון תעסוקה שסיפק עבודה למיליוני אנשים. אחד מאגפיו, "תוכנית האמנות הפדרלית" (Federal Art Project), העסיק יותר מחמשת אלפים מעצבים ואמנים. עיקר העבודה נעשתה בקישוט של מאות מבני ציבור חדשים ובעיצוב כרזות. האחראי על עיצוב הכרזות היה מעצב ממוצא גרמני, ריכרד פלואט (Richard Floethe), שלמד בבאוהאוס בשנות העשרים (ראו פרק 4.3). פלואט הנחה את המעצבים לשלב בין "הטיפוגרפיה החדשה" (ראו פרק 4.4) לסגנון האר דקו (ראו פרקים 4.5 ו-4.6). הוא לקח מהטיפוגרפיה החדשה את הזוויות הדינמיות, והוסיף לכך איור אילוסטרטיבי צבעוני שהיה פשוט וענייני. במשך כשמונה שנים נוצרו במסגרת זו יותר משלושים וחמישה אלף עיצובים ייחודיים, מהם הודפסו כשני מיליון כרזות. הכרזות פרסמו אירועים ופעילויות שהיו שייכים למדינה או מומנו על ידה, כגון תערוכות, קונצרטים, שמורות טבע, גני חיות וכדומה, ולא תוצרים מסחריים.

היוזמה הכלכלית לחילוץ ארצות הברית מהמשבר הכלכלי לא הייתה של הממשל בלבד. גם אנשים פרטיים ובהם מעצבים החליטו להירתם למאמץ הכלכלי. ראשון שבהם היה המעצב נורמן בל גדס (Norman Bel Geddes). גדס למד אווירודינמיקה – מדע חדש של מחקרים בתנועת מטוסים וכלי רכב. המדענים חקרו את הצורות היעילות ביותר לתנועה בטבע, וגילו שהצורה האידיאלית למינימום חיכוך והתנגדות אוויר הייתה של טיפת מים: גוף בעל מעטפת חלקה, מחודד בצד אחד ומעוגל בצד השני, שמפחית את החיכוך באוויר. גדס היה מי שהביא את האווירודינמיקה לעיצוב. בשנת 1929 הוא תכנן מטוס ענקי בעל תשעה מפלסים, מעין ספינת תענוגות שמימית, שנקרא "Airliner No. 4". המטוס העתידי היה אמור לכלול אולם נשפים, אולם קולנוע, מסעדות ועוד. הוא לא נבנה מעולם, אבל הצית את הדמיון בקרב מעצבים רבים. יותר מכול תרם לכינון הסגנון ספרו של גדס "אופקים" (Horizons), שפורסם ב-1932, ובו עיצובים אווירודינמיים ריאליסטיים יותר למכוניות ואוטובוסים.

העיצוב האווירודינמי קיבל את השם "קו זורם", "סטרימליין" (Streamline), בזכות הצורות הזורמות שנתנו תחושת תנועה מהירה הפורצת קדימה. הסטרימליין עורר באנשים תקווה לעתיד טוב יותר. העיצוב הדינמי היה ביטוי ויזואלי לאמונה בקדמה טכנולוגית, בכוחו של המדע, בכוח האנושי להיחלץ ממשברים ובכוח הכלכלי של ארצות הברית, שתחלץ את המדינה מהשפל הכלכלי. העיצוב החל להיתפס כדבר שיכול לעודד את הצריכה ולהגביר מכירות על ידי שיפור הנראות והתפקוד של המוצר. בכך היה העיצוב לא רק פתרון להתנגדות הרוח בנסיעה מהירה, אלא גם פתרון להתנגדות הצרכנים לקנייה. עיצוב המוצרים כך שהיו נחשקים ככל האפשר נתפס כפעולה פטרוטית של מעצבים שמדרבנים את הצרכנים לקנות ולהחיות את הכלכלה גם בעת מחסור.

עיצובי הסטרימליין כללו בעיקר שימוש באלומיניום ובבֶּקְלִיט, חומר חדש שהומצא בתחילת המאה העשרים אך יוצר בייצור תעשייתי רק מ-1929. הבֶּקְלִיט היה החומר הסינתטי הראשון ששולב במוצרי צריכה. הוא היה עמיד בפני הולכת חום וחשמל ובפני תגובות כימיות, ולכן היה מעולה בשימוש ברדיו וברכיבים אלקטרוניים, בתי נורה, חלקים ברכבים,

מצלמות, טלפונים וחלקי רובים. חשוב מזה, הֶבְקָלִיט ניתן לעיצוב בצורות מגוונות ולכן התאים במיוחד לעיצוב בסגנון הסטרימליין – גם הֶבְקָלִיט וגם הסטרימליין היו מבריקים וחדשניים.

מעצבי הסטרימליין כוננו מקצוע חדש: מעצבים-יועצים, המציעים שירותי עיצוב חיצוניים לחברות. אחד המעצבים-היועצים הבולטים היה ריימונד לואי (Raymond Loewy). לואי ניסח את עקרון המאיה (MAYA), לפיו יש לעצב באופן המתקדם ביותר שיתקבל על ידי הקהל הרחב (Most Advanced Yet Acceptable). במסגרת עבודתו כמעצב-יועץ הוא הועסק בעיצוב מחדש (redesign) של מוצרים ורכבות. בלי לשנות את המפרט הטכני, אלא רק באמצעות הוספת חיפוי על החלקים המכניים, הוא העניק למוצרים צורה זורמת שהקנתה להם תחושה עתידנית והפכה את המוצר לידידותי יותר ומאיים פחות. לעיצובים מחדש הייתה השפעה חיובית על המכירות: מקרר הקולדספוט (Coldspot) שעוצב מחדש ב-1934 העלה את המכירות ב-500%.

בעיצוב הפנים, הסטרימליין הופיע בעיקר במטבח. בהמשך לעבודתה של קריסטין פרדריק (ראו פרק 3.2), עוצב לראשונה מטבח מודרני לגמרי שהוסיף על העקרונות שקבעה גם מדיח כלים, כירה מובנית, תנור חשמלי, מקרר ומוצרי חשמל נוספים בקו נקי, פשוט וזורם. בעיצוב גרפי התבטא הסטרימליין בפוסטרים שמפרסמים מוצרים וחברות, בנקודות מגוז קיצוניות, בפונטים בהטיה ובאיוורים ריאליסטיים של דברים לא ריאליסטיים בניגודיות גבוהה. עיצוביו של ארתור רייזבו (Arthur Radebaugh) לתאגיד האלומיניום והברונזה בון (BOHN) מבטאים מגמה זו היטב. רייזבו יצר כרזות ובהן עיצובים נועזים ודרמטיים של כלי תחבורה בדיוניים המוצגים מנקודות מגוז קיצוניות, שהעצימו את התנועה והדרמטיות. הכרזות מעבירות תחושה אופטימית של אמונה בקדמה ובטכנולוגיה.

ב-1939, חודשים ספורים לפני פרוץ מלחמת העולם השנייה, נפתחה התערוכה העולמית בניו יורק, "עולם המחר" (The World of Tomorrow). התערוכה הציגה את הטכנולוגיות המתקדמות ביותר, ובהן הטלוויזיה הראשונה, רובוט דמוי אדם, את החומר הפלסטי החדש ניילון ועוד. התערוכה כללה גם ביתנים בעיצוב נועז, כשהבולט מכולם היה הביתן של ג'נרל מוטורס (General Motors). בהשקעה כספית אדירה עיצב בל גדס את התערוכה כעיר העתיד, שכל בנייניה ורכביה סטרימליין. עד לנעילת התערוכה באוקטובר 1940 ביקרו בה 45 מיליון אנשים. אמנם בשל ההשקעה הכספית הגדולה הייתה התערוכה כישלון מסחרי, אבל היא סימנה את סוף המשבר הכלכלי, העלתה את המורל האמריקאי ויצרה אופטימיות לגבי העתיד. הסגנון הגיע אל סופו עם הצטרפותה של ארצות הברית למלחמת העולם השנייה בסוף 1941.

נושאים לדיון	
• נורמן בל גדס, אווירודינמיקה בעיצוב המוצר: עתידני, קו זורם, תעשייתי, מדעי.	
דוגמה	Norman Bel Geddes – Motor car no. 8, from his book “Horizons”, 1931
• יישום חומר פלסטי חדש: בֶּקְלִיט (Bakelite).	
דוגמה	Henry Dreyfuss – Hoover 150 vacuum cleaner, 1933-1936
• עיצוב מחדש (redesign) של מוצרים.	
דוגמה	Raymond Loewy – Gestetner Duplicator before and after his redesign, 1929
• התערוכה העולמית בניו יורק, 1939.	
דוגמה	Henry Dreyfuss – Democracy diorama in the Perisphere, New York's World Fair, 1939
• תערוכת פוטורמה (Futurama) של ג'נרל מוטורס (General Motors):	
	Norman Bel Geddes – Futurama exhibition for General Motors, New York World's Fair, 1939

- עיצוביו של ארתור ריידבו (Arthur Radebaugh) לתאגיד האלומיניום והברונזה בון (BOHN).

דוגמה Arthur Radebaugh – Motor annual show number, November 1935

הצעות להרחבה ודין

- מעצבים-יועצים כמקצוע חדש, ורעיונותיהם:

נורמן בל גדס (Norman Bel Geddes) וספרו "אופקים" (Horizons), 1932.
 ריימונד לווי (Raymond Loewy) ועקרון ה-MAYA.
 וולטר דורוויין טיג (Walter Dorwin Teague) ורעיון הבידול הצבעוני.
 בקמינסטר פולר (Buckminster Fuller) ורעיון ההתייעלות האנרגטית.
 הנרי דרייפוס (Henry Dreyfuss) ומדע הארגונומיה.

- הפרשנות של פרנק לוייד רייט לסגנון הסטרימליין.

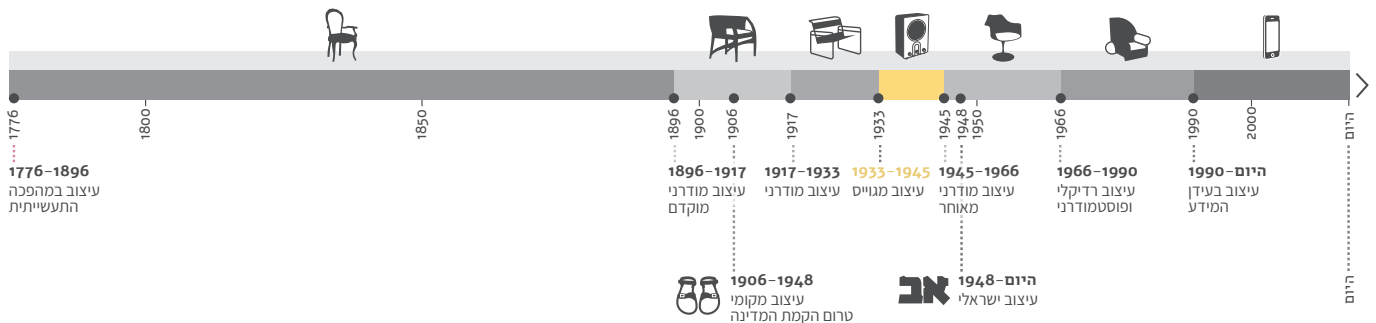
דוגמה Frank Lloyd Wright – Great Workroom of the Johnson Wax Headquarters building interior, 1936

- תוכנית האמנות הפדרלית (Federal Art Project) וריצ'רד פלוטה (Richard Floethe) כמנהלה. מאפיינים סגנוניים: שילוב בין אר דקו לסגנון הטיפוגרפיה החדשה (New Typography).

דוגמה Richard Floethe – "Poster Exhibition" poster for the Federal Art Project, 1939

- מדעני האווירודינמיקה, המהנדסים ג'ון נורת'רופ (Northrop John) וקלרנס ג'ונסון (Clarence Johnson).

פרק 5: עיצוב מגויס



בשנות העשרים של המאה העשרים החלו להתחזק מפלגות ימין לאומניות ברחבי אירופה, ובתוך כעשור תפסו את השלטון, ביטלו את הדמוקרטיה והנהיגו במקומן משטרים דיקטטוריים אלימים. מנהיגי משטרים אלה הבינו את כוחו של העיצוב ביצירת תמיכה ואהדה לשלטונם בקרב העם. בעידודם ובהדרכתם יצרו המעצבים פולחן אישיות שהציג את הדיקטטור כאדם נעלה ועל-אנושי, שהצדיק את כל פעולותיו והחלטותיו. הם גם עיצבו מוצרים, תערוכות ובניינים שביטאו את אופי המשטר, עוררו דעת קהל חיובית וחיזקו את תחושת הזהות לאומית.

פרק זה סוקר את העיצוב באיטליה הפאשיסטית (פרק 5.1), ברוסיה הסטליניסטית (פרק 5.2) ובגרמניה הנאצית של היטלר (פרק 5.3). כחלק מגיבוש הזהות הלאומית המקומית נדחה במשטרים אלה המודרניזם האוניברסלי, האנונימי, השמאלני והסוציאליסטי שהתפתח במהלך שנות העשרים (ראו פרקים 4.1-4.4). במקומו פנה העיצוב שוב לקלאסיקה והתאים אותה לעידן המודרני המתועש. הפרק דן בעיצוב במדינות אלה מתוך השוואה בין הסגנונות שפותחו בהם ובהשפעתם זה על זה, וכן במידת הכפייה שהפעיל המשטר על היוצרים. כמו כן הפרק מראה כיצד השפיעה המלחמה על העיצוב בדמוקרטיה בריטניה וארצות הברית (פרק 5.4), בעלות הברית שנלחמו נגד מדינות הציר. הפרק מראה כיצד גם במדינות הדמוקרטיות העיצוב שימש כאמצעי לגיבוש ולביטוי זהות המשטר והלאומיות.

5.1. העיצוב באיטליה הפאשיסטית

הפרק מציג את האופן שבו הפוטוריזם והנובצ'נטו התגייסו לתמיכה במשטר הפאשיסטי של בניטו מוסוליני, וכיצד הנובצ'נטו התבסס לבסוף כמייצג המשטר.

בשנת 1922 הורכבה באיטליה ממשלה חדשה שכללה את המפלגה הפאשיסטית בראשותו של בניטו מוסוליני (Benito Mussolini). במהלך אותה שנה ארגן מוסוליני צעדות והפגנות תמיכה בו, שגרמו למלך למנותו לראשות ממשלת איטליה עוד באותה שנה. משמונה, ביטל מוסוליני את המשטר הדמוקרטי, ובמקומו השליט משטר טוטליטרי רודני. הוא כינה את עצמו "הדוצ'ה" (הדוכס, באיטלקית: Il Duce), כינוי של שליטי העבר ברפובליקות המלוכניות של איטליה, שנבחרו לתפקיד לכל תקופת חייהם. כדי לשמור על שלטונו המוחלט הפעיל מוסוליני כוח רב בעזרת ארגון "החולצות השחורות" ובעזרת משטרה חשאית, שפעלו נגד מתנגדי המשטר – הקומוניסטים, הסוציאליסטים והאנרכיסטים. בשנת 1928 הוצאו רשמית כל המפלגות אל מחוץ לחוק, בוטלו הבחירות לפרלמנט, והמפלגה הפשיסטית הייתה למפלגה היחידה.

מוסוליני רצה שהאמנות והעיצוב יתמכו במשטר הפאשיסטי, אבל הוא לא יצר מנגנון מוסדי שיכתיב את סגנון העיצוב הראוי לכך או שיפקח ויצנזר ביטויים לא ראויים. מציאת השפה החזותית המתאימה הוטלה אפוא על היוצרים עצמם. בין היוצרים והתיאורטיקנים שנרתמו למשימה ניטשו ויכוחים על הסגנון המתאים. דיונים סוערים התנהלו בין דמויות מפתח משני סגנונות מרכזיים שפעלו באותה תקופה באיטליה: הנובצ'נטו (באיטלקית: Novecento), סגנון שנוצר באותה

תקופה ושילב בין העיצוב ברומא העתיקה למודרניזם, והפוטוריזם (באיטלקית: Futurismo), סגנון אוונגרד שהתמקד בהשפעת התיעוש והמיכון על קצב החיים והשפיע על האר-דקו (ראו פרק 4.5).

המניפסט הפוטוריסטי (באיטלקית: Manifesto del Futurismo), שכתב פיליפו תומאזו מארינטי (Filippo Tommaso Emilio Marinetti) ב-1909, היה הבסיס האסתטי של התנועה הפאשיסטית בתחילת דרכה. המניפסט הילל את התנועה המהירה של כלי הרכב ואת הטכנולוגיה כחוויה אסתטית, וקרא להיאבק באלומות בעבר ההיסטורי, ובמוזיאונים ובספריות המציגים אותו, ולהתקדם במהרה לעולם המודרני. אך מבין שני הסגנונות נעשה סגנון הנובצ'נטו (Novecento) הדומיננטי יותר והמקושר יותר עם המשטר הפאשיסטי. את הסגנון קידמה אהובתו של מוסוליני, מרגריטה צרפתי (Margherita Sarfatti), שהייתה מומחית לרומא העתיקה, כתבה מאמרים בנושא וערכה בשמו של מוסוליני את ביטאון המפלגה הפאשיסטית. צרפתי והמצדדים בנובצ'נטו ביקשו להציג את מוסוליני כמקימה מחדש של האימפריה הרומית, שנחרבה במאה החמישית, בעזרת חידושים מודרניים בעיצוב העתיק. יתרה מזאת, השפה החדשה אפשרה להם להציג את מוסוליני כאדם פשוט שעלה לגדולה בזכות כישרונותיו ונחישותו, שלא כמו מנהיגי עבר, שעלו מתוך האצולה ויצגו בסמלים הרלדיים (של בתי אצולה).

המפלגה הפאשיסטית אימצה סמלים מרומא העתיקה: סמל אחדות העם הרומי, הפסקס (Fasces), שצורתו זמורות הכרוכות יחד סביב גרזן, שימש כלוגו המפלגה; סמל לגיונות הצבא הרומי, "נס הלגיון" (Aquila), שצורתו עיט אוחז בפסקס, הוטבע על גבי מטבעות; סמל העיר רומא, פסל הזאבה הקפיטולינית, נשלח לערים שונות בארצות הברית לחיזוק הקשר עם האמריקאים; המוטו SPQR (לטינית: Senatus Populusque Romanus, "הסנאט והעם של רומא"), שהופיע ברומא העתיקה על דגלי הלגיונות הרומאים, על גמלוני מבנים ועל מטבעות, נחקק בהוראת מוסוליני על כמה מבנייני רומא ועל מכסי הביוב. המשטר הפאשיסטי לא הגביל את היוצרים לסגנון אמנותי אחיד, והסמלים השונים – ובמיוחד הפסקס – הופיעו בווריאציות עיצוביות מגוונות, הן לקידום המשטר והן לקידום יצרניות פרטיות מסחריות.

בנוסף לכך התקיים פולחן אישיות בקנה מידה רחב, שנועד להאדיר את דמותו של מוסוליני. בכל מקום ברחבי איטליה – בכרזות, על בניינים, על מטבעות, בפסלים ועוד – הופיעו פניו כשהן מסותתות במבט נחוש, בדומה לעיצוב ראשי המצביאים הרומים, שנדמו לאלים יותר מאשר לבני אדם. אך המוטיבים הרומיים קיבלו "טוויסט" מודרני. דוגמה במשאל העם של שנת 1934 התבקשו האיטלקים להצביע בעד או נגד הנציגים ברשימה הפאשיסטית. זה לא היה משאל עם אמיתי, כי הייתה רק מפלגה אחת ולא היה אפשר להחליף את המתמודדים ברשימה. למרות זאת נעשה מאמץ אדיר לשכנע את המצביעים להצביע בעד. מטה המפלגה הפאשיסטית האיטלקית חופה בחיפוי ענקי ועליו הופיעה בשכפול המילה "כן" (Sì), בפונט סן-סריפי פשוט ומודרני. על גבי החיפוי הוצב תבליט ענקי ומסותת בקווים חזקים של פניו של מוסוליני, המביט מטה אל הרחוב במבט חמור. פתקי ההצבעה עם המילה "כן" היו בצבעי הדגל האיטלקי עם סמל הפסקס, בעוד פתקי ההצבעה עם המילה "לא" היו לבנים. העיצוב המודרני, הישיר, הבוטה והחסכוני העביר למצביעים מסר חד וברור.

בנוסף על פולחן האישיות עוצבו כרזות תמיכה רבות במשטר. בכרזות רבות הופיעו דמויות של אנשים פשוטים בקווים כלליים עם תווי פנים מטושטשים או אחידים. לעיתים קרובות הוצבו הדמויות בשכפול, מה שיצר אפקט של המון אחיד, כמו הזמורות בסמל הפסקס. הדמויות הוצגו כשהן הולכות בנחישות ובגאווה ומביעות תמיכה בפאשיזם. בכרזות אחרות הופיעו הסמלים הרומיים, ובמיוחד הפסקס והעיט, אך לא הייתה להם זיקה לרומא העתיקה – הם עוצבו בדומה לכרזות האר-דקו (ראו פרקים 4.5-4.6), עם מעט טקסט ודימוי אחד. בנוסף, המודרניות של הפונט הסן-סריפי הועצמה בעזרת זוויות דינמיות, והדימוי המאויר בלט בצבעוניותו ושידר כוחניות.

גם באדריכלות ניכרת הזיקה לרומא העתיקה, מתוך כוונה להביא לאיטליה המודרנית את הגאווה ההיסטורית ואת תחושת הלאומיות השבה לגדולתה. הבניינים נבנו מאותם חומרים ששימשו לבניית רומא העתיקה – שיש, טוף געשי ואבן גיר – כדי להקנות להם מראה של גדולה ונצחיות. עם זאת, נעשו שינויים כדי להתאים את הבנייה לרוח המשטר החדש. המבנים של האדריכלות הפאשיסטית כמו נדחסו לתיבות גיאומטריות בעלות קירות ופינות ישרים והיו נטולי עיטורים. נוקשותם ופשטותם העבירו תחושת פחד ויראת כבוד.

דוגמה מופתית לגישה אדריכלית זו היא אזור המגורים והמסחר EUR (באיטלקית, קיצור של: Esposizione Universale Roma), שפירושו היריד הבינלאומי של רומא). בשנת 1935 בחר מוסוליני אזור בדרום רומא שבו רצה שיוקם היריד העולמי של 1942 כחלק מחגיגות עשרים השנים לתחילת המשטר הפאשיסטי. תוכניתו לא יצאה לפועל בגלל מלחמת

העולם השנייה, אך כמה מהמבנים נבנו ונשארו עד היום. מבין כולם בולט ארמון התרבות האיטלקית (באיטלקית: The Palazzo della Civiltà Italiana), שאמור היה לאכלס את תערוכת התרבות הרומית. הבניין נראה כקולוסאום מרובע: הוא בעל מפתחים מקושטים הניצבים זה מעל זה כמו בקולוסאום שברומא, אך צורתו קובייתית וקירותיו ישרים, ומאחר שהמפתחים המקושטים קטנים ביחס לעובי העמודים, והחלונות מוסתרים בעומק הקיר, מתקבל רושם של חללים שחורים פעורים המקנים למבנה חזות קשה ואלימה.

מוסוליני החזיק בשלטון עד 1943, ואז הדיחה אותו המועצה הפאשיסטית העליונה. כשנתיים לאחר מכן, בעת שניסה להימלט לאוסטריה, ירו בו הפרטיזנים והרגו אותו. עם מותו של מוסוליני הגיעו האדריכלות והעיצוב הפאשיסטיים באיטליה לסופם.

נושאים לדיון	
• עיצוב בסגנון הנובצ'נטו והשינויים שנעשו כדי להתאים את הבנייה לרוח המשטר החדש; שילוב בין ביטויים אסתטיים היסטוריסטיים לעיצוב עכשווי.	
Giò Ponti and Richard-Ginori – jug, Classical Conversation, Gilt porcelain, c. 1927	דוגמה
The Headquarters of Mussolini's Italian Fascist Party, Rome, 1934	דוגמה
Michele Busiri Vici – Italian Pavilion, New York World's Fair, 1939	דוגמה
• יישומים שונים של סמלי המשטר שהועתקו מרומא העתיקה: סמל הפסקס (Fasces), נס הלגיון (Aquila), פסל הזאבה הקפיטולינית, המוטו SPQR.	
XVIII Kingdom 50 cent Fascist Eagle coin, Italy 1940	דוגמה
• כרזות בסגנון פאשיסטי והשראה מעיצוב בסגנון אר-דקו; שילוב לוגו המפלגה בעיצוב בנושאים שונים.	
Lucio Venna – Fila pencils advertisement poster, 1938	דוגמה

הצעות להרחבה ודיון	
• עיצוב החולצות השחורות של מוסוליני.	
• ספרו של גוסטב לה בון, "הפסיכולוגיה של ההמון" (1895).	
• אמנות פוטוריסטית.	

5.2. העיצוב בברית המועצות – ריאליזם סוציאליסטי (1934-1945)

הפרק סוקר את כינונם של הריאליזם הסוציאליסטי בעיצוב ושל הקלסיציזם הסוציאליסטי והבארוק הסטליניסטי באדריכלות כסגנונות שייצגו את ברית המועצות הסטליניסטית.

לאחר מותו של לנין ב-1924 (ראו פרק 4.2) ניטשו מאבקים על מקומו של המנהיג החדש שיעמוד בראש ברית המועצות. בסוף שנות העשרים הצליח יוסיף סטלין (Joseph Stalin) לבסס את מעמדו כיוורש ללנין. הוא המשיך להנהיג במדינה משטר קומוניסטי, אך כשליט יחיד של המדינה. בניגוד ללנין, שחתר למהפכה עולמית, סטלין דגל בלאומנות בדלנית שהוגבלה לברית המועצות. סטלין ביטל את התוכנית הכלכלית של לנין, ובמקומה יצר את תכנית החומש לתיעוש מהיר ולקולקטיביזציה של החקלאות. השינויים שהנהיג עוררו התנגדות מצד הפועלים והחקלאים, אך סטלין הוביל מדיניות תקיפה שכללה רצח מתנגדים, מאסר ועבודות כפייה, שהביאו למותם של בין אחד-עשר מיליון לארבעים מיליון אנשים.

סטלין סבר שלאומנות ולעיצוב חיוביים תהיה השפעה לטובה על אזרחי המדינה. אך הוא סבר שהסגנון הקונסטרוקטיביסטי של ימי לנין (ראו פרק 4.2) לא יכול להשיג מטרה זו, כי הוא מופשט, אליטיסטי ולא ברור להמונים. האוונגרד הקונסטרוקטיביסטי הוקע כבורגני ו"מנון", ובהדרגה פחתה לגיטימיות הסגנון, והאמנים החלו להירדף על ידי המשטר, עד שלבסוף נאסר עליהם לעבוד בסגנון זה. ב-1932 נסגרו כל חברות האדריכלות והעיצוב הפרטיות, ובמקומן הוקמו "איגוד האדריכלים הסובייטים" ו"האקדמיה הסובייטית לאדריכלות", שהיו בפיקוח ממשלתי.

מוסדות אלו קידמו את הריאליזם הסוציאליסטי (Socialist Realism), סגנון שהתפתח בברית המועצות עוד בשנות העשרים. הסגנון האדיר את הערכים הקומוניסטיים באמצעות תיאור חיובי של פועלים וחקלאים בסצנות מחיי היומיום. דמויות הוצגו כאנשים מושלמים, עם גוף בריא, פנים אינטליגנטיות וחיוך חברותי על רקע נוף תעשייתי או חקלאי משגשג. לצד עונג אסתטי שאפו היוצרים להעביר לצופים מסר שכדי להיות בריאים ומאושרים צריך לעבוד. לכן כינה סטלין את האמנים הריאליסטים "מהנדסים של הנשמה" בנאום שנשא ב-1932. למעשה היה הריאליזם הסוציאליסטי יותר אידיאליזם: הוא הציג את המשטר באור חיובי ואופטימי, ואת החיים בברית המועצות כמושלמים.

משנת 1934 הוכרז הריאליזם הסוציאליסטי כסגנון הרשמי, ויוצרים רבים התגייסו מרצונם ליצור בסגנון זה. במקביל החל המשטר לאכוף את הסגנון בכל תחומי היצירה: נאסר להציג אמנות מופשטת, סוריאליסטית, אקספרסיוניסטית וכן דימויים דתיים או ארוטיים. נאסר גם להציג את הקומוניזם באור שלילי או בגישה מורכבת שכללה יופי לצד כיעור. ביטויים חזותיים שליליים היו מותרים רק אם התייחסו למקום ולזמן אחרים.

הריאליזם הסוציאליסטי בא לידי ביטוי בין היתר בפולחן האישיות של סטלין כמנהיג עליון. דיוקנאות הרואיים שלו הוצגו בציוור, בפיסול ובכרזות, בתיאורים נטורליסטיים ולא מחניפים, ששידרו אמינות וכנות. בניגוד לאיטליה הפאשיסטית, שקידשה את דמותו של מוסוליני בנפרד מהעם (ראו פרק 5.1), סטלין הוצג בפגישותיו עם הפועלים והחקלאים או לצד דמויותיהם של גיבורי הקומוניזם לנין (ראו פרק 4.2) ומרקס (ראו פרק 2.2). בכרזות רבות שעוצבו בתקופת שלטונו מופיעות דמויות של חיילים, פועלים, חקלאים ונוער, כשמבטם רגוע, בוטח ונחוש, כמו הפסלים הקלאסיים, והם מאוירים מעט מלמטה, בזווית המעצימה ומאדירה את עמידתם הגאה והזקופה, המראה את חוסנו של העם ואת גאוות הפרולטריון. בניגוד לתקופת לנין, סמל המפלגה הקומוניסטית – פטיש מוצלב עם מגל וכוכב אדום – הופיע על כרזות באופן קבוע, כשמעליו כוכב אדום שסימל את שלטונה של המפלגה הקומוניסטית.

באדריכלות ובעיצוב פנים היה הסגנון הדומיננטי הקלסיציזם הסוציאליסטי (Socialist Classicism). בעוד שבאיטליה הייתה זיקה לעבר הרומי (ראו פרק 5.1), בברית המועצות לא היה מקור היסטורי מתבקש אחד, ולכן האדריכלות נשענה על מודרניזציה של הניאו-קלאסיקה באופן רחב יותר. דוגמה לכך היא הביתן הסובייטי שביריד העולמי של פריז בשנת 1937, בעיצובו של האדריכל בוריס יופן (Boris Iofan). הביתן הורכב מעמודים גבוהים, כמו מקדש קלאסי, אך הם היו בעלי קירות ישרים שיצרו תיבות בדירוג עולה וצר שהעניק למבנה מראה עוצמתי. בראש הבניין הוצב פסל מפלדת אל-חלד מבהיקה של הפסלת ורה מוכינה (Vera Mukhina) ושמו "הפועל ואשת הקולחוז" (The Worker and Kolkhoz Woman). הפסל, שגובהו 24.5 מטר, הציג גבר ואישה מניפים פטיש ומגל בתנועה משותפת קדימה, כאילו טיפסו במעלה הבניין והגיעו לשיא ולניצחון. הביתן הסובייטי ניצב בתערוכה מול הביתן הנאצי (ראו פרק 5.3). שני הביתנים, בעלי האידיאולוגיות המנוגדות, זכו במדליית זהב על העיצוב.

עם סיומה של מלחמת העולם השנייה הגיע הסגנון לשיאו, ובניינים רבים נבנו בגישה זו. דוגמה מופתית היא שבעת גורדי השחקים המכונים "שבע האחיות", שנבנו בשנים 1947-1953, וכוללים מלונות, בנייני דירות, את בניין האוניברסיטה של מוסקבה ועוד. כמו הבית הסובייטי, הם בנויים כתיבות המונחות זו על גבי זו באופן מדורג (מעין "עוגת חתונה"), ומזכירים את בנייני האר-דקו האמריקאיים (ראו פרק 4.6). בתקופה זו היה עיצוב הפנים מקושט מאוד. שלב זה בהתפתחות הסגנון מכונה גם "בארוק סטליניסטי" (Stalinist baroque), אף כי הוא פשוט יותר ופחות מצועצע מהבארוק שאפיין את העיצוב האיטלקי והצרפתי במאות ה-16-18. תחנות הרכבת התחתית של מוסקבה שנבנו בין 1938 ל-1958 עוצבו בגישה זו. התחנות עוטרו בעיטורים ענקיים על גבי הקירות והתקרה, בנברשות ובפמוטים גדולים, בעמודים תומכים מקושטים, בפסלים ובציורים שהוצבו על הקירות ומוסגרו במסגרות עצומות מקושטות ומצופות בזהב.

אחרי מותו של סטלין ב-1953 היה ניקיטה חרושצ'וב (Nikita Khrushchev) למנהיג המפלגה. חרושצ'וב גינה את האיסורים הרבים שהטיל המשטר של קודמו על האמנות והעיצוב, ודחה את הריאליזם הסוציאליסטי, את הקלסיציזם הסוציאליסטי ואת הבארוק הסטליניסטי. אמנים, מעצבים ואדריכלים התחילו להתנסות בכיוונים חדשים, אך השינוי היה איטי מאוד. סופם של הסגנונות נראה רק בשלהי שנות השישים, אך יוצרים רבים פעלו בסגנון הריאליזם הסוציאליסטי עד לפירוק ברית המועצות ב-1991, אז הוסרו לגמרי הגבלות המשטר הקומוניסטי על סגנון.

נושאים לדין
• הריאליזם הסוציאליסטי:
• בעיצוב פולחן האישיות של סטלין.
דוגמה Iraklii Toidze – Under the banner of Lenin, under the leadership of Stalin, forward to the victory of communism! poster, 1949
• בעיצוב דמויות חזקות ומפוסלות, כמסמלות את חוסנו של העם.
דוגמה Glory to those who Defend our Country, 1948 (unknown designer)
• בחינוך הדור הצעיר לאהבת המשטר, לחיים נכונים ולהכרת טכנולוגיות חדשות.
דוגמה V. Lebedev – Yesterday and Today, children book, 1931
• הקלסיציזם הסוציאליסטי באדריכלות.
דוגמה Ivan Taranov and Nadezhda Bykova – Sokolniki metro station, Moscow 1935
• עיצוב הבית הסובייטי בתערוכה העולמית בפריז, 1937:
Boris Iofan – World fair pavilion, Paris, 1937
ופסלה של ורה מוכינה:
Vera Mukhina – The Worker and Kolkhoz Woman, 1937

הצעות להרחבה ודין
• עיצוב "ארמון הסובייטים" (Palace of Soviets) והתחרות שנערכה בין השנים 1931-1933:
Boris Iofan – Soviet pavilion, Paris, 1937

• תערוכת "הישגי המשק העממי" (VDNKh), מוסקבה, 1939.
דוגמה ביתן הגלידה בתערוכה (The Ice-Cream Pavilion, Moscow), בהקבלה לדיסני וורלד
• הקבלה בין עיצוב הפנים בתקופת סטלין לבין הבארוק האיטלקי והצרפתי במאות ה-16-18.
• הקמת איגוד האדריכלים הסובייטים והאקדמיה הסובייטית לאדריכלות, בפיקוח המשטר.

5.3. העיצוב בגרמניה הנאצית

הפרק מציג את מעורבותו של היטלר ביצירת זהות עיצובית למשטר הנאצי, את המעורבות הגבוהה של המשטר בעיצוב מוצרים, את פעילות משרד התעמולה ואת האדריכלות הנאצית.

בשנת 1933 ניצחה המפלגה הנאצית בבחירות, והיטלר מונה לקנצלר גרמניה. בתוך מספר חודשים פירק היטלר את הדמוקרטיה. כל המפלגות למעט המפלגה הנאצית בוטלו, והמשטר הפך לחד-מפלגתי. בראשית 1934 בוטלה האוטונומיה המדינית והשלטונית של מדינות גרמניה, וגרמניה הפכה לאזור אחד, "הרייך השלישי". באותה שנה נפטר הנשיא פאול פון הינדנבורג והיטלר מינה את עצמו לפיהרר (בגרמנית: Führer) – נשיא גרמניה ומפקד הצבא הגרמני. היטלר הנהיג שלטון דיקטטורי שייחודו בחוקי גזע ששללו זכויות אזרח מכל מי שאינו ממוצא ארי. משנת 1938 החל היטלר בסיפוח אוסטריה ובהשתלטות על צ'כוסלובקיה, כחלק ממדיניות הרחבת גבולות המחיה של הרייך השלישי. כשפלש לפולין בספטמבר 1939 נפתחה מלחמת העולם השנייה. במהלך המלחמה נרצחו בשיטתיות מיליוני אנשים, בהם יהודים, צוענים, כהי עור, הומוסקסואלים, נכים ומתנגדי משטר.

מבין הדיקטטורות של התקופה (ראו פרקים 5.1-5.2), העיצוב הלאומני בגרמניה הנאצית היה המובהק והעקבי ביותר, בזכות הקמת גופים ייעודיים שהקפידו על הזהות העיצובית שהכתיב היטלר עצמו. היטלר היה הראשון שזיהה את הפוטנציאל של שימוש בזהות עיצובית בקידום המשטר. בספרו "מיין קאמפף" (Mein Kampf – "מאבקי") שפורסם ב-1925, עיצב את הלוגו שהיה עתיד לשמש בכל הפרסומים הרשמיים של המפלגה: דגל אדום ועליו צלב קרס שחור בתוך עיגול לבן. האדום ייצג לדידו את הסוציאליזם, הלבן את הלאומנות, וצלב הקרס את ניצחון הגזע הארי. הסמל נשמר בקפדנות, תוך שמירה על הפרופורציות המדויקות של רכיביו, בכל הפרסומים של המשטר, וזאת בניגוד לאיטליה הפאשיסטית של מוסוליני ולברית המועצות של סטלין. חשוב לציין שצלב הקרס הופיע בתרבויות שונות לאורך אלפי שנים, ובחלקן סימל מזל טוב. אימוץ הסמל על ידי הנאצים והזוועות שנעשו בשמו שינו את משמעותו.

למרות הגישה המינימליסטית והמודרנית של הלוגו, היטלר היה אמביוולנטי כלפי העיצוב המודרניסטי שפותח בבאוהאוס (ראו פרק 4.3) ויושם באדריכלות הבינלאומית (ראו פרק 4.4) לפני עלייתו לשלטון. בדומה למודרניסטים הוא ראה בטכנולוגיות החדשות דרך הכרחית להצגת קדמה ועליונות טכנולוגית. אך הוא סבר שהביטוי החזותי האוניברסלי פסול, משום שלא הראה את ייחודו של הגזע הארי. יתרה מזאת, המודרניזם הושפע מהקונסטרוקטיביזם הרוסי (ראו פרק 4.2), שייצג את הקומוניזם (בתקופת לנין), מהאויבים האידיאולוגיים הגדולים של הנאצים. לכן אחת מהוראות הראשונות הייתה פירוק בית הספר באוהאוס (ראו פרק 4.3).

כדי לפתח זהות אחידה למשטר הנאצי הקים היטלר את "משרד הרייך לתעמולה ולהשכלת העם" (בגרמנית בקיצור: RMVP), והתעמולן יוזף גבלס (Joseph Goebbels) מונה לעמוד בראשו. המשרד ריכז את השליטה על כל אמצעי התקשורת, התרבות והבידור במדינה, ופעל לצנזר את היצירה בהתאם לאידיאולוגיה הנאצית. המשרד היה אחראי לתעמולה אינטנסיבית שיצרה פולחן אישיות אדיר, ששאב השראה מפולחן האישיות של מוסוליני (ראו פרק 5.1) וסטלין (ראו פרק 5.2). היטלר הוצג על בניינים, בכרזות, בסרטים, על בולי דואר ומטבעות ועוד, כדמות הרואית, אדם שעלה מן העם הפשוט לדרגת אל, מנהיג שגאל את האומה הגרמנית משפל והביא אותה לשגשוג שמגיע לה. בדומה לעיצוב בברית המועצות של סטלין (ראו פרק 5.2), הופיעו בכרזות גם דמויות של אזרחים, חיילים וילדים שהתאפיינו בקווים פיסוליים מוגדרים, ולעיתים אורו מלמטה, בזווית שהעצימה את חוזקן. בשונה מברית המועצות של סטלין ומאיטליה של מוסוליני, וחלק ממגמת דחיית המודרניזם האוניברסלי וה"קומוניסטי", עודד היטלר חזרה לטיפוגרפיה גותית. כך עוצבו וריאציות חדשות לגופנים גותיים שמקורם בגרמניה של ימי הביניים, כגון פרנקטור (Franktur).

גבלס הכיר בפוטנציאל התעמולה ברדיו ובטלוויזיה, אך הטכנולוגיות האלו היו חדשות בגרמניה והמכשירים יקרים. לכן הוא הפנה משאבים לייצור מכשירים זולים וזמינים לציבור הרחב. בשנת 1933 עיצב המעצב הגרמני וולטר מריה קרסטינג (Walter Maria Kersting) את "מקלט העם" (בגרמנית: Volksempfänger), מכשיר פונקציונלי וקל לתפעול במחיר נוח. הרדיו קלט רק תחנות גרמניות ואוסטריות, וכך הבטיח שיגיע לאזרחים רק מידע שהשלטון מעוניין בו. באוגוסט 1939 הושקה ה"טלוויזיה לעם" (בגרמנית: Volksfernseher), שקלטה רק ערוץ אחד, כמו טלוויזיות אחרות באותה תקופה. בעיצוב ובייצור הטלוויזיה השתתפו כמה יצרניות גרמניות מובילות, במטרה לייצר עשרת אלפים יחידות.

אך עם תחילת המלחמה עברו המפעלים לייצור אמצעי לחימה, ולבסוף יוצרו חמישים יחידות בלבד, שהותקנו בבתי חולים צבאיים ובמחלקות ממשלתיות.

בנוסף למשרד התעמולה הוקם גוף ממשלתי גדול לתרבות הפנאי, בשם "כוח דרך הנאה" (בגרמנית, בקיצור: KdF). הגוף הציע שלל פעילויות פנאי במחירים נמוכים לאזרחי המדינה. אחד הפרויקטים השאפתניים והמפורסמים ביותר של הארגון היה עיצוב "מכונית לעם". היטלר יצר סקיצה למכונית בהשראת מודל טי של הנרי פורד (ראו פרק 3.2), וביקש ממהנדס הרכבים פרדיננד פורשה (Ferdinand Porsche) לפתח אותה לרכב זול שיתאים למשפחות פועלים. המכונית יוצרה מ-1938 ונקראה פולקסווגן ("מכונית העם". בגרמנית: Volkswagen). היא יועדה לרכישה בתשלומים שהוחתמו בחוברת מיוחדת. אך עם תחילת המלחמה הוסב המפעל של פורשה לייצור ג'יפים צבאיים, ואף לקוח לא קיבל את המכונית. למרות כישלון הפולקסווגן וה"טלוויזיה לעם", העיצובים המוצלחים והפרסומים השונים נטעו בלבבות האזרחים תחושת גאווה לאומית ואמונה בדרכי המשטר.

בשנת 1934 מינה היטלר את אלברט שפר (Albert Speer) לאדריכל האישי שלו. בהשראת אדריכלות הנובצ'נטו האיטלקית והקלסיציזם הסוציאליסטי הרוסי פיתח שפר שפה חזותית ששילבה בין הקלאסיקה למודרניזם. אך הוא הגדיל את המבנים לממדים לא אנושיים, שגימדו את הפרט והציגו את המדינה ככוח עצום ואינסופי. דוגמה מופתית לכך היא אתר הכינוסים של המפלגה הנאצית (בגרמנית: Reichsparteitagsgelände) בעיר נירנברג. האתר כלל בימת נואמים עצומה ברוחב שלוש מאות ושישים מטר, שעיצובה התבסס על המזבח הדורי שבעיר היוונית העתיקה פרגמון (Pergamon). שפר הגדיל את המזבח מאוד, כדי להראות שכוחה של האימפריה הגרמנית גדול יותר מזה של האימפריה היוונית העתיקה.

שפר עיצב גם את הביתן הנאצי בתערוכה העולמית של פריז בשנת 1937. הוא עיצב אותו כמגדל גבוה של עמודים, הדומים לעמודים בעלי סדר דורי, אך מרובעים ובעלי קווים ישרים שהקנו להם מראה נוקשה ועוצמתי. בלילה הוארו המרווחים שבין העמודים בדרמטיות בזרקורים. בראש המגדל התנוססו נשר וצלב קרס. בחזית הבניין הוצב פסלו של יוזף טורק (Josef Thorak), "חברות" (Comradeship), ובו שני גברים ענקים עירומים, אוחזים ידיים בנוקשות ומביטים קדימה בהחלטיות. הפסלים ניאו-קלאסיים, אך מונומנטליים ומשדרים עוצמה ונוקשות, במקום הנינוחות שאפיינה את הפסלים היווניים. הביתן הוצב מול הביתן של ברית המועצות (ראו פרק 5.2). שני הביתנים, בעלי האידיאלוגיות המנוגדות, זכו במדליית זהב על העיצוב.

לקראת סיום הקרב על ברלין התאבדו היטלר ובת זוגו אווה בראון בבונקר בברלין, גרמניה הנאצית הובסה במלחמת העולם השנייה, והמשטר הנאצי, ואיתו העיצוב הנאצי, הגיע לקצו. רבים מהמבנים עומדים על תלם גם כיום. חלקם משמשים כמעין אנדרטאות לתקופה הנוראה ההיא, וחלקם, כגון המשכן לאמנות במינכן, משמשים כמוזיאונים פעילים וכמרכזי תרבות.

נושאים לדיון
• הקמת ארגון "כוח דרך הנאה" (KdF – Kraft durch Freude): • עיצוב המכונית פולקסווגן (מכונית העם); מעורבותו של היטלר בעיצוב המכונית; הקשר להנרי פורד ולמודל טי: Ferdinand Porsche – KdF-Wagen, later known as Volkswagen ("People's Car") Beetle, 1938 • עיצוב מקלט רדיו לעם (Volksempfänger), והנגדתו לעיצוב מקלטי רדיו קודמים; תעמולת רדיו: Walter Maria Kersting – Volksempfänger ("people's receiver"), 1933 • עיצוב מקלט טלוויזיה אחיד (Volksfernseher). • האדריכל של היטלר, אלברט שפר: השפה הניאו-קלאסית בממדים ובמרחבים עצומים.

דוגמה Albert Speer – German pavilion, World's Fair, Paris, 1937
• עיצוב סמלי המשטר: ההיסטוריה של צלב הקרס כמסמל מזל טוב, אימוץ הסמל בידי הנאצים ושינוי המשמעות; עיצוב דגל המפלגה הנאצית על ידי היטלר. • טיפוגרפיה: לפני המשטר הנאצי התאפיינה בפונטים סן-סריפיים; לאחר התמנות היטלר לקנצלר הפונט הסן-סריפי מגונה כבולשביקי, והבלקלטר ה"גרמאני" דומיננטי שוב.
דוגמה Lucian Bernhard – Your money helps you fight! (So hilft dein Geld Dir kämpfen!), 1917
• כרזות תעמולה: • דה-הומניזציה של היהודים:
דוגמה כרזה לתערוכת "Eternal Jews" משנת 1937. Unknown designer – poster for the 'Eternal Jews' exhibition, 1937
• האלהה של הגזע הארי:
דוגמה Ludwig Hohlwein – "A New People" cover of the Nazi Party Office of Racial Politics calendar, 1938
• כרזות פולחן האישיות של היטלר:
דוגמה Unknown – Election poster with a head shot of Adolf Hitler taken by Heinrich Hoffmann, 1932.

הצעות להרחבה ודין
• עטיפת המהדורה הראשונה של הספר "מיין קאמפף" ("מאבקי") מאת אדולף היטלר, 1925. • תערוכת "אמנות מנוונת" (בגרמנית: Entartete Kunst), 1937. • ואלטר הק (Walter Heck) וקרל דיביטש (Karl Diebitsch), מעצבי חברת הוגו בוס (Boss Hugo) – עיצוב החולצות החומות של פלוגות הסער הנאציות (SA) ומדי האס-אס השחורים. • המעצב ג'ון הרצפלד כמתנגד לנאציזם.
דוגמה John Heartfield (Helmut Herzfeld) – Adolf, The Superman: Swallows Gold and Spouts Rubbish, 1932

5.4. העיצוב בבריטניה ובארצות הברית – בעלות הברית במלחמת העולם השנייה

הפרק דן בהתגייסות העיצוב לתמיכה במשטרים הדמוקרטיים של בריטניה וארצות הברית, שהיו בעלות הברית בתקופת המלחמה.

עם פלישת גרמניה הנאצית לפולין בספטמבר 1939 כרתו מספר מדינות, ובהן בריטניה וצרפת, ברית צבאית משותפת נגד מדינות הציר – גרמניה, איטליה, יפן ומדינות נוספות. ביוני 1941 הצטרפה אליהן ברית המועצות בראשותו של סטלין (ראו פרק 5.2), ואחרי המתקפה היפנית על פרל הארבור, בדצמבר 1941, הצטרפה גם ארצות הברית. המדינות התחייבו להקדיש את כל משאביהן ללחימה במדינות הציר ולא לערוך איתן הסכמי שלום נפרדים.

המלחמה השפיעה על העיצוב גם במדינות הדמוקרטיות מבין מדינות הברית. השפע שאפיין את התקופה שבין שתי מלחמות העולם נעצר בבת אחת. הורגש מחסור בחומרי גלם, כי הם שימשו את הצבא לייצור אמצעי לחימה, וכן בפועלים במפעלי הייצור, משום שעובדים רבים התגייסו ללחימה. המחסור והמצוקה הובילו מדינות שונות להגביל את ייצור הטובין. המחסור הורגש במיוחד בבעלות הברית האירופאיות. הן ספגו הפצצות של חיל האוויר הגרמני, מה שהוביל לאובדן בתים ורכוש פרטי ובעקבות זאת לעלייה בביקוש לרהיטים חדשים וזולים.

בבריטניה הוקם בשנת 1942 גוף ממשלתי בשם "הוועדה המייעצת לעיצוב המוצר" (Utility Furniture Advisory Committee) כדי לספק מענה למצוקת הריהוט. על הוועדה הוטלה האחריות להבטיח שהמשאבים המעטים הקיימים ינוצלו באופן מיטבי – במיוחד עץ, כי בעתות שלום יובא העץ ממדינות אחרות, ובזמן המלחמה פסק הייבוא כמעט כליל. הוועדה הייתה אחראית למוצרים בכל השלבים: מהרגולציה על ספקי העץ, דרך סגנון הרהיטים וניהול הייצור במפעלים ועד להנחיית הצריכה. הרהיטים שעוצבו במסגרת פעילותה יוצרו ב-700 מפעלים ברחבי המדינה, באיכות משתנה בהתאם למפעל המייצר. בצורתם הכללית הזכירו הרהיטים את רהיטי הארטס אנד קראפטס (ראו פרק 2.2), אך הם יוצרו בייצור תעשייתי, והפגינו פשטות, תכליתיות חמורה, דלות והיעדר עיטורים. ההגבלות הממשלתיות כפו על הציבור לקנות רק את הרהיטים האלה, שהושמו בקיצוב לכל אורך המלחמה, וקנייתם הוגבלה לזוגות צעירים ולמי שביתם אבד בשל ההפצצות.

הרהיטים הוצגו בתערוכת הריהוט התכליתי (Utility Furniture Exhibition) שנפתחה ב-1942. בתערוכה עוצבו חללי מגורים שהציגו לקהל איך צריך להיראות הבית החסכוני של תקופת המלחמה. עיצובם היה שונה בתכלית מהעיצוב האנגלי המסורתי: הקירות היו חשופים וללא טפטים, שולחן האוכל ללא מפה, וכלי האוכל היו לבנים וללא עיטורים. החסכנות החמורה שיקפה את אורח החיים הסגפני והמודרני שהוועדה המייעצת רצתה שהציבור יסגל. וכך, בשל אילוצי המלחמה, נכנס העיצוב הפונקציונלי, החסכוני והתעשייתי לבתיהם של תושבי בריטניה.

חסכנות ושמרנות הוכתבו גם בתחום האופנה. באמצע 1941 הנהיגה לשכת המסחר רגולציה בחומרי הגלם לייצור בגדים כגון צמר, עור, כותנה וכדומה. המפעלים הונחו לייצר בגדים תכליתיים (Utility clothing), בהיקף של כ-85 אחוזים מכלל הייצור. משרד המסחר שכר את טובי המעצבים האנגלים כדי לעצב קולקציה לדוגמה. הבגדים שעוצבו היו פשוטים, פרקטיים ונטולי עיטורים, מבד באיכות בסיסית אך טובה. חלקם הזכירו את מדי הצבא – בכיסיהם שבאזור החזה ובחגורות בגובה המותניים. מטרת הממשל הייתה לאפשר לבני המעמדות הנמוכים לקנות בגדים בתקופת מחסור, וכן למנוע מהקונים האמידים יותר מבחר שיעודד אותם לרכוש מעבר לצרכים הבסיסיים ביותר. לבגדים הוספה התגית "CC41", והוטלה עליהם מגבלת מחיר.

המלחמה הסתיימה ב-1945, אך המחסור בבריטניה נמשך. ב-1946 פתחה הוועדה המייעצת במוזיאון ויקטוריה ואלברט (Victoria & Albert Museum) תערוכת עיצוב ששמה "בריטניה יכולה לעשות את זה" (Britain Can Make It). בשמה של התערוכה טמון כפל משמעות: הוא העיד על כוונת האוצרים לסייע לבריטניה להתאושש מהמלחמה, וכן להדגיש את הייצור המקומי תוצרת בריטניה. בתערוכה הורחב מעט היצע הרהיטים, והוצגו שלוש קולקציות של רהיטים. אך הנוקשות החסכוניות עמדה בניגוד לטעם האהוב על הציבור הרחב לפני המלחמה ולעושר שאפיין את התקופה ההיא. הציבור השתוקק לרהיטים מעוטרים, והחסכנות שנכפתה העידה על מחסור מתמשך.

חוקי הוועדה לגבי העיצוב הוקלו משנת 1948, ובהתאמה גדל מגוון הרהיטים. בנוסף, המעצבים הבריטים החלו לחקות את העיצוב הסקנדינבי (ראו פרק 6.2). הסקנדינבים היו מומחים ברהיטי עץ, שהיה החומר העיקרי ששימש לרהיטים

במדינות אלו, והריהוט הסקנדינבי היה אמנם חסכני למדי ונעדר קישוטים, אבל המוצרים עוצבו בחן רב. בשנת 1952 הופסקה לחלוטין פעילות הוועדה, ובאותה שנה בוטלו גם הגבלות הצנע על רהיטים.

השינוי בעיצוב הורגש בבריטניה בתחומי עיצוב נוספים. מכשיר הרדיו היה באותה תקופה הדרך העיקרית של האזרחים להתעדכן במה שקורה בחזית המלחמה ובעורף. אך כשפרצה המלחמה ב-1939 הקדישו יצרני הרדיו בבריטניה את משאביהם לייצור ציוד רדיו שיועד לצבא. כתוצאה מכך הורגש מחסור ברכיבים לייצור רדיו אזרחי ובטכנאי רדיו שיתקנו מכשירים אזרחיים, שכן רבים מהם התגייסו לצבא. כדי להתגבר על המחסור הורה הממשל הבריטי לארבעים יצרניות לייצר מכשיר רדיו סטנדרטי וזול, המכיל כמה שפחות רכיבים. המכשיר שעוצב נקרא "רדיו שירות" (Utility Radio), והוא יוצר בחברות השונות באופן זהה. המכשיר הוגבל לקליטת גלי רדיו בינוניים, כך שנקלטו בו רק תחנות ה-BBC. רדיו זה נמכר בהיקף של כ-175 אלף יחידות, ומחירו היה נמוך. למרות הדמיון למכשיר "מקלט העם" הגרמני (ראו פרק 5.1), בגרמניה עוצבו מספר וריאציות של רדיו במחיר זול, ומכשירים יקרים יותר היו קיימים בשוק לטובת בעלי היכולת. עם זאת, המכשיר האנגלי היה היחיד שהוצע לרכישה בתקופת המלחמה.

לעומת בריטניה, כשארצות הברית נכנסה למלחמה, לא חל שינוי של ממש בעיצוב האזרחי, ולא הומצאו סגנונות או גישות חדשות לעיצוב. פרט למתקפה על פרל הארבור (Pearl Harbour) המלחמה לא התרחשה על אדמת ארצות הברית, ולכן יכלו האזרחים האמריקאים להמשיך בחיים רגילים יחסית, ואף לקיים את התערוכה העולמית של ניו יורק ב-1939 (ראו פרק 4.7). למלחמה הייתה גם השפעה מיטיבה על הכלכלה האמריקאית, שעוד ניכרה בה סימני השפל הכלכלי הגדול. האמריקאים הפנו את מרב מאמצי התיעוש והמשאבים כדי לייצר אמצעי לחימה. הייצור המוגבר החזיר את המפעלים לפעילות, והוא זה שהוציא לבסוף את הכלכלה האמריקאית מהמשבר הכלכלי. עם זאת, נאסר לייצר מכשירי רדיו וטלוויזיות בארצות הברית במהלך המלחמה.

השינוי העיקרי שהורגש בארצות הברית היה בתפוצה אדירה של כרזות תעמולה שעוצבו כדי לעודד את האוכלוסייה האזרחית וכדי לרתום אותה למאמץ המלחמתי. הכרזות עודדו את התגייסות הגברים לצבא ואת תמיכת העורף בחיילים שבחזית, הן עודדו קניית איגרות מלחמה (War Bonds), הזכירו לא לשוחח על עניינים צבאיים מחשש להאזנות, חינכו לחיסכון בכסף ובמזון, וכן הציגו את רשעות האויב בקריקטורות מאיימות.

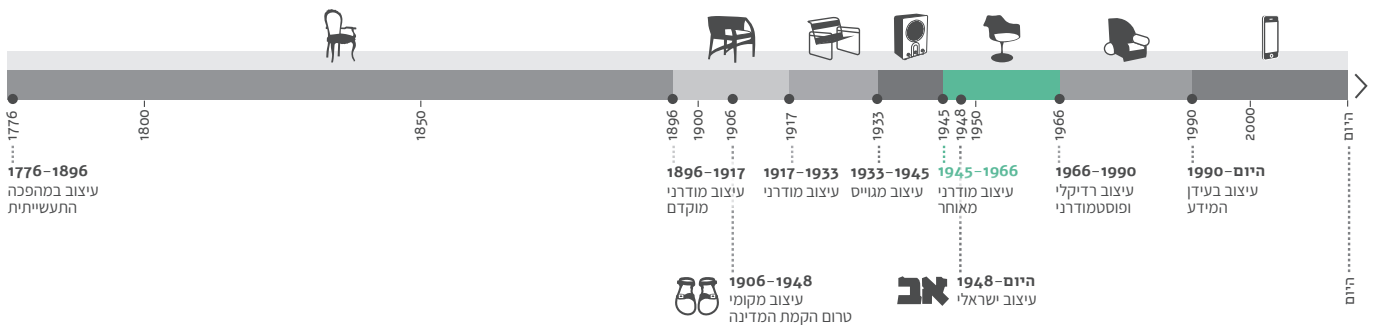
הכרזות הובילו גם לשינוי בתפקיד האישה. בעקבות הגיוס המסיבי לצבא נוצר מחסור בידיים עובדות במפעלים שייצרו אמצעי לחימה. כדי לעודד עבודת נשים יזם הממשל הפדרלי מסע תעמולה שכוון בעיקר אל עקרות הבית, ובמסגרתו עוצבו כרזות שקראו לנשים לעבוד בבנייה או במפעלים לייצור פצצות, טנקים, ספינות ומטוסים. הנשים הופיעו בכרזות ובעיתונות לבושות בבגדי עבודה "גבריים", כשהן מרתכות, ממסמרות וקודחות. ב-1942 יצא שיר בשם "רוזי הממסמרת" (Rosie the Riveter) שהיה ללהיט ברחבי המדינה, והדמות הפכה לאייקון שהופיע בכרזות, בשיר פופולרי, בסיפורים ברדיו ואף בסרט הוליוודי באותו שם שיצא לאקרנים ב-1944. במאי 1943 הופיעה דמותה של רוזי הממסמרת באיורו של המאייר האמריקאי נורמן רוקוול (Norman Rockwell) על עטיפת גיליון ה"סאטרדיי איבנינג פוסט" (The Saturday Evening Post). רוזי השירית מוצגת בזמן הפסקת אוכל כשהיא אוכלת כריך, מכונת המסמור על רגליה, היא רומסת ברגליה את ספרו של היטלר, "מיין קאמפף", ודגל ארצות הברית מתנוסס מאחוריה.

גם חברות פרטיות השתמשו במוטיב האישה החזקה. הכרזה "אנחנו יכולות לעשות את זה!" (We Can Do It!) בעיצובו של ג'יי הווארד מילר (J. Howard Miller) פורסמה בפברואר 1943 בחברת מוצרי החשמל וסטינגהאוס (Westinghouse). הכרזה פנתה לנשים שעבדו בחברה כדי לעודד אותן לעבוד קשה ומהר יותר. היא הוצגה בחברה לשבועיים בלבד, אך נהייתה ברבות הימים למפורסמת מבין הכרזות המייצגות את התקופה. התעמולה כוננה את עבודת הנשים כפעולה פטריוטית, ונשים רבות הצטרפו לראשונה למעגל העבודה. בשנים 1940-1944 גדל מספר הנשים בשוק העבודה ב-57%, והגיע ל-20 מיליון.

נושאים לדין
• באנגליה:
• הקמת הוועדה המייעצת לעיצוב המוצר (Utility Furniture Advisory Committee) והפיקוח החמור על העיצוב עד 1948; הדמיון לסגנון הארטס אנד קראפטס אך בייצור תעשייתי; עיצוב חללי מגורים על ידי הוועדה המייעצת לעיצוב המוצר.
דוגמה בתערוכת Utility Furniture Exhibition, 1942
• עיצוב אופנה תכליתי: בגדי CC41.
• תערוכת "בריטניה יכולה לעשות את זה" (Britain Can Make Exhibition), במוזיאון ויקטוריה ואלברט, לונדון, 1946.
• כרזות המעודדות התגייסות למלחמה.
דוגמה Pat Keely – We Beat 'em before. We will Beat 'em again, 1940's
• כרזות המעודדות קניית איגרות מלחמה (War Bonds).
דוגמה Let's Make him "Heil" with both Hands! Buy Bonds poster, 1942 (unknown designer)
• כרזות הקוראות לשתיקה מחשש להאזנות.
דוגמה Charles J. Noke – Talk Less. You Never Know poster, 1940's
• כרזות המעודדות גיוס נשים למפעלי ייצור אמצעי לחימה.
דוגמה Philip Zec, Women of Britain – Come into the Factories, 1941
• כרזות המעודדות חיסכון.
דוגמה HM Bateman – Save Fuel for Battle, for the Ministry of Fuel and Power, 1942
• כרזות המציגות את רשעות האויב.
דוגמה Utility Furniture-ה, קטלוג Abram Games, This Child Found a "Blind", 1943
• בארצות הברית:
• כרזות המעודדות התגייסות למלחמה.
דוגמה U.S. Office of War Information – Americans will always Fight for Liberty, 1943
• כרזות המעודדות קניית איגרות מלחמה (War Bonds).
דוגמה United States Department of the Treasury – Keep us Flying, Buy War Bonds, 1943

• כרזות הקוראות לשתיקה מחשש להאזנות.
דוגמה Office for Emergency Management – Enemy Ears are Listening, 1942
• כרזות המעודדות חיסכון.
דוגמה U.S. Office of War Information – Set it Up – Wear it Out – Make it Do, 1943
• כרזות המעודדות גיוס נשים לצבא ארצות הברית.
דוגמה Bradshaw Crandell – Are you a Girl with Star-Spangled Heart, Join the WAC Now. Thousands of Army Jobs Need Filling! Women's Army Corp. for the Recruiting Publicity Bureau of the United States Army, c. 1943
• דמותה של "רוזי הממסמרת" (Rosie the Riveter):
דוגמה Norman Rockwell – Saturday Evening Post cover featuring Rosie the Riveter, 1943
הצעות להרחבה ודין
• ספרו של אדוארד ברני (Edward Bernay), "תעמולה" (Propaganda), משנת 1928.

ג.6. העיצוב המודרני המאוחר



עם סיום מלחמת העולם השנייה החלה תקופת שיקום, וכלכלות העולם שבו במהרה לתפקוד מלא ושגשגו יותר מאי-פעם. השינוי המהיר קיבל את השם "הנס הכלכלי", והוא נמשך עד משבר הנפט העולמי בשנת 1973. בתקופה זו היה ברור לכול שייצור תעשייתי הוא הכרח. פריטי יוקרה מעוטרים ומוצרים בעבודת יד הפכו לנחלתם של בעלי יכולת כלכלית גבוהה בלבד, ואילו חלק הארי של הייצור התעשייתי הושקע במוצרים זולים ופשוטים שיוצרו ביעילות כדי להוריד עלויות ולפנות לקהל הרחב.

בתקופה זו, העיצוב שלקח חלק במשימת השבת הכלכלה והחיים לסדרם פנה לשתי גישות הפוכות רעיונית. בגרמניה, שהתאוששה מהנאציזם, בחרו המעצבים להמשיך בנקודה שבה עצרו מעצבי הבאוהאוס (ראו פרק 4.3). הסגנון שפיתחו נקרא **עיצוב טוב** (Good Design) (פרק 6.1). הסגנון היה פשוט, פונקציונלי, ארגונומי, גיאומטרי, מיוצר מחומרים איכותיים, בצבעוניות מינימלית, וחשוב מכול: אוניברסלי, כדי להראות שאין הבדל בין הלאומים. במקביל התוודעו מדינות המערב וארצות הברית ל**עיצוב הסקנדינבי** (פרק 6.2) שהחזיק בערכים זהים ונהיה פופולרי מאוד. לעומת העיצוב הגרמני, באיטליה, שהתאוששה מהפאשיזם, התגבש לראשונה סגנון איטלקי ייחודי שנקרא **עיצוב יפה** (Bel Design) (פרק 6.3). הסגנון היה משעשע, משחקי, צבעוני ונועז. הוא שיקף את רצונם של האיטלקים להחזיר את השמחה לחיים לאחר תקופה אפלה. **העיצוב בארצות הברית** (פרק 6.4) הציג מעין גישת אמצע פרגמטית בין העיצוב הטוב, העיצוב הסקנדינבי והעיצוב היפה.

6.1. "עיצוב טוב" (Good Design)

הפרק עוקב אחר התפתחות "העיצוב הטוב" בעיצוב מוצר ובאדריכלות ואחר הסגנון השווייצרי (Swiss style) בעיצוב גרפי. אלו סגנונות מודרניסטיים ששיקפו כמיהה להמשיך לפתח את החזון העיצובי של הבאוהאוס, שגדע המשטר הנאצי.

ב-8 במאי 1945 נכנעה גרמניה הנאצית, ומלחמת העולם השנייה הסתיימה. התאוששות הגרמנים לוותה בהתפכחות מהנאציזם ובניסיון להחזיר את הדמוקרטיה לשלטון ואת החיים למסלולם. והנה, לא רק שגרמניה השתקמה במהירות, אלא גם עשתה מהפך בכלכלה, מהפך שנודע לימים בכינוי "הנס הכלכלי". עד סוף שנות החמישים הייתה גרמניה המערבית לאחת הכלכלות החזקות בעולם.

אחד ממובילי השינוי היה המעצב השווייצרי-גרמני מקס ביל (Max Bill). ביל למד בבאוהאוס בתקופת דסאו (ראו פרק 4.3). אחרי שנתיים של לימודים חזר לעיר מולדתו ציריך שבשווייץ והקים בה סטודיו לעיצוב גרפי שיצר בסגנון הטיפוגרפיה החדשה (ראו פרק 4.4). ב-1949 הוא אצר בציריך תערוכה ששמה "הצורה הטובה" (בגרמנית: Die Gute Form). "הצורה הטובה" שיקפה את מה שביל למד בבאוהאוס: עיצוב פשוט, פונקציונלי, חסר עיטורים, אוניברסלי ועל-זמני. בתערוכה הוצגו שמונים פאנלים שהנגידו בין מוצרים בעלי "צורה טובה" למוצרים שהגיעו אחרי המלחמה מארצות הברית לאירופה. מאותה שנה התקיימו תערוכות אלו אחת לשנה, וכללו פרסים ליוצרים מטעם ארגון הוורקבונד השווייצרי (Schweizerischer Werkbund). ב-1953 חזר ביל לגרמניה והקים בית ספר לעיצוב בעיר אולם (Ulm) עם

שניים מידידו: אינגה שול (Inge Scholl), שהייתה בת למשפחה של מתנגדי המשטר הנאצי, ובן זוגה, הטיפוגרף אוטל אייכנר (Otl Aichner). השלושה ראו בבית הספר את ממשיכו של הבאוהאוס, גם בתוכני הלימוד וגם בנטייה הפוליטית שמאלה. מטרתם הייתה לעזור לבנות מחדש את התרבות הגרמנית מהיסודות באמצעות עיצוב, ולבטא רוח אנטי-פאשיסטית, בינלאומית ודמוקרטית.

בית הספר באולם אמנם נסגר אחרי ארבע-עשרה שנות פעילות בלבד, אך השפעתו על העיצוב הייתה מרחיקת לכת. שיתוף פעולה בין מרצה בבית הספר הנס גוגלוט (Hans Gugelot) למעצב הבית של חברת בֶּרָאן דיטר רמס (Dieter Rams) הוביל לעיצוב פטפון שכונה "ארון הקבורה של שלגיה" (Snow White's Coffin) בשנת 1956. הפטפון היה מינימליסטי, והביע את ערכי "הצורה הטובה" שהטמיע ביל בבית הספר. רמס המשיך ועיצב את כל מוצרי החברה בשפה זו, המבוססת על תיבות בצורות גיאומטריות בסיסיות, חומרים המוצגים בטבעיותם, צבעוניות מרוסנת, שכללה בעיקר גוון בהיר של קרם, וכפתורים ומתגים מינימליסטיים, שסודרו על גריד גיאומטרי וא-סימטרי. העיצובים המינימליסטיים והמוקפדים היו פשוטים וברורים להפעלה, והבטיחו שלא יהיו קונפליקטים אסתטיים בין המכשירים.

בראשית שנות השבעים של המאה העשרים ניסח רמס עשרה עקרונות לעיצוב טוב, והם: 1. חדשנות. 2. שימושיות. 3. אסתטיקה. 4. בהירות שימוש. 5. חוסר התבלטות. 6. כנות. 7. משך חיים ארוך. 9. דיוק עד לפרט האחרון. 9. ידידותיות לסביבה. 10. מינימליזם ("Good Design Is as Little Design as Possible"). "העיצוב הטוב" שפיתח רמס לחברת ברָאן התקבל בגרמניה כאות לחזרת הגישה האוניברסלית של הבאוהאוס. הוא החזיר את האמונה ברציונליות של העיצוב המודרני, החותר למציאת עיצוב "טוב", "אמיתי" ו"הגיוני".

השפעת הבאוהאוס והסגנון הבינלאומי ניכרה גם במדינות אחרות שחזרו לפעילות אחרי המלחמה, בכל תחומי העיצוב. בעיצוב פנים ואדריכלות מעצבים המשיכו לפתח את הסגנון הבינלאומי (ראו פרק 4.4). האדריכל הגרמני לודוויג מיס ון דר רוהה (Ludwig Mies van der Rohe), שהיה המנהל השלישי של הבאוהאוס (ראו פרק 4.3) והממונה על פרויקט אחוזת ויסנהוף (ראו פרק 4.4), היגר לארצות הברית ב-1937. הוא התמקם בשיקגו ותכנן גורדי שחקים בגישת "עור ועצמות" שפיתח עוד בשנות העשרים: גורדי שחקים העשויים שלד פלדה וקירות מסך. בניין סיגראם (Seagram Building) שהוא תכנן בניו יורק בשנת 1958, גורד השחקים הראשון שנבנה בגישה זו, הפך במהרה למודל לחיקוי ברחבי העולם.

בצרפת פיתח לה קורבוזיה (Le Corbusier) את הסגנון הבינלאומי למודל מגורים קהילתי בשם יחידת מגורים: טיפוס של מגדל מגורים אוניברסלי, הכולל בתוכו שטחים וחללים ציבוריים ומתאים לכל האוכלוסיות. לה קורבוזיה בנה את בנייני מבטון חשוף (בצרפתית: Béton brut), שהציג את החומר באמיתותו, גישה שקיבלה את השם "אדריכלות ברוטליסטית" (Brutalist architecture). דוגמה לשילוב בין מודל המגורים הקהילתי לאדריכלות הברוטליסטית הוא "העיר הקורנת" (בצרפתית: Cité Radieuse) שתכנן, ונבנתה בשנים 1947-1952 במרסיי שבצרפת. היא כללה יחידות דיור סטנדרטיות, מאובזרות במטבחים קומפקטיים בעיצובה של שרלוט פריאן (Charlotte Perriand). המטבחים התבססו על "מטבח פרנקפורט" של מרגרט שוטה ליהוצקי (ראו פרק 4.4), אך היו חופשיים יותר מבחינת התכנון והצבעוניות. גם מודל יחידת המגורים הועתק ברחבי העולם.

בעיצוב הגרפי ניכרת ההשפעה האדירה של הטיפוגרפיה החדשה שפיתח המעצב הגרמני יאן טשיכהולד (Jan Tschichold) בתקופת הבאוהאוס (ראו פרק 4.4). טשיכהולד ברח מגרמניה לשווייץ הניטרלית כשהנאצים עלו לשלטון, ובימי המלחמה המשיך לקדם את הטיפוגרפיה החדשה. בזכות פעילותו, הסגנון – שבימי הבאוהאוס היה אוונגרד ומוכר למעטים – נהיה מקובל בשווייץ. אך לאחר המלחמה התנער טשיכהולד מעקרונות הטיפוגרפיה החדשה וטען שהכללים דומים בנוקשותם לאיסורים שהוטלו על העיצוב בתקופה הפאשיסטית. במיוחד הוא יצא נגד הפונטים הסן-סריפיים, וטען שהם כלל לא קריאים יותר מפונטים סריפיים.

המעצבים שאימצו את רעיונותיו והעריצו אותו נדהמו מההיפוך בדעותיו ודחו את הצהרותיו. למורת רוחו הם עיצבו פונטים סן-סריפיים רבים חדשים. המפורסם שבהם הוא הליוטיקה (Helvetica) של הטיפוגרף מקס מידינגר (Max Miedinger) משנת 1957. הפונט נחל הצלחה בינלאומית מיידית, וכמות עצומה של לוגואים עשו בו שימוש. המעצבים אף הגדילו לעשות ועיצבו כרזות עם צורות גיאומטריות בלבד, שהביעו את נושא הכרזה בהפשטה, ללא דימויים ריאליסטיים כלל. כמו כן הם המציאו את שיטת הגריד, שעל פיה ניתן לסדר באופן מדעי, שיטתי ורציונלי מידע גרפי. ספרו של יוזף מולר-ברוקמן (Joseph Müller-Brockmann) "מערכת הגריד בעיצוב גרפי" (Grid Systems in Graphic Design) משנת

1968 היה המפורסם מבין הספרים שעסקו בגריד. על פי ברוקמן, יש לחתור לבהירות, למובנות, לקריאה מהירה ולכך שהמידע יישאר בזיכרון. לשם כך יש לסדר את המידע לפי סדר חשיבות – מה שחשוב יותר צריך להיות גדול יותר; על הכותרות להיות באותו גודל בכל העמודים; על הטקסט הרץ להיות באותו גודל בכל העמודים; על המרחקים בין הכותרות לכותרות המשנה להיות שווים; אותו סוג תוכן צריך להיות באותו צבע, וכן הלאה. הכללים והחוקים המשיכו את המסורת המודרניסטית הרציונליות והביאו אותה למחוזות מדעיים.

עקרונות העיצוב הגרפי השוויצרי – הפונטים הסן-סריפיים, הקומפוזיציות הא-סימטריות, יישור הטקסט לצד אחד, השארת מרווחים לבנים, שילוב צילומים ועימוד על גבי גריד שיטתי – קודמו ברחבי העולם בזכות מגזינים שעוצבו והודפסו בשווייץ. מולר-ברוקמן לימד בבית הספר באולם, והיה בין העורכים של מגזין בית הספר "אולם" (ulm). המגזין סקר את התיאוריות והרעיונות המודרניסטיים בעיצוב האירופי מאז הבאהאוס. בשאיפה לפנות לקהל אירופי רחב פורסם המגזין באנגלית, צרפתית וגרמנית. מגזין פופולרי נוסף שהוא ערך היה "גרפיקה חדשה" (בגרמנית: Neue Grafik) שפורסם בגרמנית ובאנגלית. מגזינים אלו הפיצו את בשורת העיצוב השוויצרי ברחבי העולם המערבי, ובתוך שנים אחדות התקבע הסגנון הגרפי השוויצרי ("Swiss style") כסגנון הגרפי המרכזי בעולם המערבי.

נושאים לדיון
• מקס ביל (Max Bill) ושהותו בשווייץ בתקופת המלחמה; תערוכת "הצורה הטובה" (Die Gute Form) 1949.
• הקמת בית הספר בעיר אולם (Ulm), עיצובים שיוצרו במסגרת בית הספר באולם.
דוגמה ulm – Journal of the Ulm School for Design, issue no. 1, Oct. 1958
• דיטר ראמס (Dieter Rams) כמעצב חברת בֶּרָאן; עשרת עקרונות העיצוב הטוב (Good Design).
דוגמה Hans Gugelot and Dieter Rams – Braun SK4 radio-phonograph combination, 1956 המכונה "ארון הקבורה של שלגיה", (Snow White's Coffin)
• מיס ון דר רוהה וגורדי השחקים בגישת "עור ועצמות": עשויים שלד פלדה וקירות מסך.
דוגמה Ludwig Mies van der Rohe – Seagram Building, New York, 1958
• אדריכלות ברוטליסטית באירופה: לה קורבוזיה ופייר ז'נרה.
דוגמה Le Corbusier, Pierre Jeanneret – Unité d'Habitation (La Cité Radieuse), Marseille 1952
• עיצוב המטבח הקומפקטי ליחידות דיור סטנדרטיות.
דוגמה Charlotte Perriand – Unité d'Habitation kitchen, Marseille, 1947-1952
• הסגנון השוויצרי – עיצוב גרפי לפי הכללים שהכתיב יאן טשיכהולד (Jan Tschichold) בספרו "הטיפוגרפיה החדשה" (The New Typography, 1928).
דוגמה Max Bill – Affiches Konkrete Kunst, 1944
• עיצוב פונטים אוניברסליים ותפוצתם הרחבה.
דוגמה Max Miedinger – Helvetica typeface, 1957

• פיתוח שיטת הגריד.

דוגמה Joseph Müller-Brockmann – Grid Systems in Graphic Design, 1968

הצעות להרחבה ודיון

• הסגנון הבינלאומי בארצות הברית: לודוויג מיס ון דר רוהה (Ludwig Mies van der Rohe), פיליפ ג'ונסון (Philip Johnson) ותערוכת אדריכלות מודרנית: תערוכה בינלאומית (International:Modern Architecture Exhibition) במוזיאון לאמנות מודרנית (MoMA), 1932.

• אדריכלות ברוטליסטית בצ'אנדיגאר (Chandigarh) שבהודו.

6.2. העיצוב הסקנדינבי

הפרק מציג את תולדות העיצוב הסקנדינבי, את הקונפליקט שהתפתח בשנות השלושים בין העיצוב המסורתי למודרני, את כינונו של העיצוב הדמוקרטי ואת השפעתו על מדינות המערב בשנות החמישים.

במדינות הסקנדינביות – שוודיה, פינלנד, דנמרק ונורווגיה – התפתח מאמצע המאה התשע-עשרה סגנון עיצובי ייחודי, שהשפיע רבות על העיצוב האירופי והאמריקאי, משנות החמישים של המאה העשרים. כדי להבין את מקורו של הסגנון שהתפתח במדינות הסקנדינביות יש לבחון את תולדות העיצוב במדינות אלה.

רק לקראת אמצע המאה התשע-עשרה התחילו להרגיש את המהפכה התעשייתית במדינות הסקנדינביות. נציגים של התעשייה והמסחר בשוודיה ראו את התוצאות הקשות של התיעוש באנגליה, שהוביל לאיכות מוצרים ירודה ולירידה באיכות חיי הפועלים (ראו פרקים 2.1 ו-2.2), והחליטו לפקח על התעשייה כדי להימנע מתוצאות דומות. ב-1845 הוקם ארגון המעצבים הראשון בעולם, ושמו "הצורה השוודית" (Svensk Form). מטרת הארגון הייתה ליצור קשר בין התעשייה למעצבים, לשפר את העיצוב השוודי, להעלות את רמת הטעם הכללי של הציבור, לחזק את הכלכלה הלאומית באמצעות ייצור סחורות טובות באיכות גבוהה, למנוע ייבוא של מוצרים זולים ונחותים ולהפיץ את העיצוב השוודי גם מחוץ למדינה. לעומת ארגונים דומים ברחבי אירופה, כגון הוורקבונד הגרמני שהוקם אחריו (ראו פרק 2.1), הארגון השוודי ביקש לשמר את מלאכת היד והפולקלור, ולהשאיר את הסטנדרטים השוודיים הגבוהים של ייצור ורנקולרי: בעבודת יד ובחומרים מקומיים (בעיקר עץ וצמר כבשים). אחרי שוודיה נוסדו מוסדות דומים בשאר המדינות הסקנדינביות: בפינלנד ב-1875, בדנמרק ב-1907 ובנורווגיה ב-1918.

גם בעיצוב פנים התגבש אופי כפרי מיוחד, שכלל רהיטים פשוטים ועדינים בגוני עץ או פסטל, קירות בצבע אחיד וחמים, ובדים ושטיחים בדיגום פרחוני או מפוספס בצבעי פסטל. בשנת 1899 עמדה הסופרת הפמיניסטית אלן קי (Ellen Key) על ייחודו של העיצוב הסקנדינבי בקונטרס בשם "יופי לכולם" (בשוודית: Skönhet För Alla, באנגלית: Beauty for All). היא טענה שעיצוב הוא עניין חברתי ומוסרי: אם הבתים שלנו יהיו יפים, החברה שלנו תהיה טובה. ובמילים אחרות, דרך החינוך לאסתטיקה גבוהה המתאימה לכולם אפשר לחולל מהפכה חברתית.

בתחילת המאה העשרים חל מפנה בעיצוב הסקנדינבי לגישה תעשייתית יותר. מנהל ארגון "הצורה השוודית", גרגור פולסון (Gregor Paulsson), ביקר ב-1912 בברלין ופגש שם את כל צמרת הוורקבונד הגרמני (ראו פרק 2.1). בעקבות כך הוא פרסם ב-1919 קונטרס בשם "אובייקטים יומיומיים יפים יותר" (בשוודית: Vackrare Vardagsvara, באנגלית: More Beautiful Everyday Objects), שפנה ליצרנים בדרישה לייצר מוצרים לא אליטיסטיים, זולים, המיועדים לשכבה הסוציאקונומית הבינונית והנמוכה. פולסון ראה בייצור מוצרים באסתטיקה תעשייתית איכותית ובעיצוב פשוט ופונקציונלי חובה חברתית. הקונטרס נחשב לאבן דרך בעיצוב השוודי והסקנדינבי בכלל. הוא כונן את המושג עיצוב דמוקרטי (Democratic Design): עיצוב ראוי, נגיש ובר-השגה להמונים, המיוצר באיכות טובה.

הקונטרס עורר פולמוס בעיצוב הסקנדינבי בין המצדדים בעיצוב המודרני והדמוקרטי שייצג פולסון ובין המצדדים בגישת העיצוב הוורנקולרי, שזכתה לתמיכת איגוד הקראפט הביתי השוודי (Swedish Home Craft Association) מסיבות אידיאולוגיות ולתמיכת היצרניות הגדולות מסיבות מסחריות – הן היו מעוניינות לשמור על קהל הלקוחות העשיר שלהן שרכש מוצרי יוקרה. שתי הגישות השונות הופיעו יחד בתערוכה הבינלאומית שארגן פולסון בשטוקהולם (The Stockholm Exhibition) ב-1930. הבניינים שאכלסו את התערוכה וחלק ניכר מהמוצרים עוצבו בסגנון הבינלאומי (ראו פרק 4.4), אך מוצרים רבים שילבו את המסורת הכפרית עם מודרניות בינלאומית או היו יוקרתיים ומעוטרים וכיוונו למעמד הגבוה.

כדי לשכנע את הקהל הרחב בנחיצותו של המודרניזם פרסמו פולסון ומעצבים נוספים בתערוכה מניפסט בשם "קבלו!" (בשוודית: acceptera), ובו דרישה נחרצת ממעצבים לקבל את אורח החיים המודרני, את הפונקציונליזם, הסטנדרטיזציה והייצור ההמוני כבסיס לשינוי חברתי. בעקבות התערוכה והמניפסט קמו שתי תנועות שהתנגדו זו לזו: הפונקציונליסטים (בשוודית: Funkis) והמסורתיים (בשוודית: Tradis). האחרונים טענו כנגד הראשונים שהעיצוב המודרני מעקר מהמוצרים את השוודיות שלהם.

למרות ההתנגדות למודרניזם, המניפסט השפיע על מעצבים רבים. באדריכלות ניכרת השפעה זו בשיכון סודרה אנגבי (Södra Ängby) שהוקם בפאתי שטוקהולם. השיכון נבנה בשנים 1933-1939 בסגנון הבינלאומי, בדומה לשיכון

ויסנהוף שנבנה בשטוטגרט ב-1927 בסגנון זה (ראו פרק 4.4). אך לעומת השיכון הגרמני, המעצבים השוודים שמו דגש בחיי הקהילה ובשוויוניות. הם פיתחו גישה שכונתה "הבית של האנשים" (בשוודית: Folkhemmet), שביטאה את מדיניות הרווחה השוודית שהנהיגה המפלגה הסוציאל-דמוקרטית אשר זכתה בבחירות ב-1932 – מעין דרך אמצע בין הקפיטליזם לסוציאליזם.

בעיצוב מוצר ניכרת הגישה הדמוקרטית בשנות השלושים במיוחד בעבודתו של המעצב הפיני אלוור אלטו (Alvar Aalto). בתחילת שנות השלושים פגש אלטו מעצבים מהבאוהאוס ונחשף לרהיטים פורצי הדרך שעוצבו בצינורות פלדה מכופפים ומצופים כרום (ראו פרק 4.3). בעקבות המפגש הוא חיפש דרך לייצר מוצרים פשוטים ופונקציונליים בשימוש בחומר גלם נפוץ בפינלנד – עץ. הטכנולוגיה שפיתח הייתה למינציית עץ: הדבקת שכבות עץ דקות ולחיצתן לתבנית שיוצרת קימור. אחד מרהיטיו המפורסמים, המיוצר עד היום, הוא שרפרף E-60 שעיב בשנת 1934. השרפרף עשוי מושב עגול פשוט וארבע רגליים בלמינציה, המקומרות מתחת למושב. האוניברסליות והפשטות שלו אייקוניות. במסגרת הוזלת מחירי המוצרים והנגשתם לקהל הרחב החלה חברת איקאה, שהוקמה ב-1943, לעצב רהיטים שהתאימו להובלה באריזה שטוחה, מאמצע שנות החמישים. המוצר הראשון שתוכנן לאריזה שטוחה היה שולחן אוכל קטן בעיצובו של גיליס לונדגרן (Gillis Lundgren) ב-1956. רהיטים אלה היו בשורה לצרכנים, שיכלו לקנות את המוצר הפשוט להרכבה, ולחסוך את מחיר ההובלה הביתה ואת מחיר ההרכבה. המוצרים הדמוקרטיים דוגלים בפשטות, בקווים נקיים, בחומרים טבעיים ובמחירים זולים היוצרים חיים ביתיים נעימים ונוחים.

פריצת הדרך של העיצוב הסקנדינבי מחוץ לגבולות המדינות הצפוניות התרחשה רק לאחר המלחמה, בשנות החמישים, בזכות תערוכות שהתקיימו בארצות הברית: הביתן השוודי בעיצובו של סוון מרקליוס (Sven Markelius) בתערוכה העולמית בניו יורק 1939 (ראו פרק 4.7), הביתן הפיני שעיב אלטו באותו יריד, ותערוכת "עיצוב בסקנדינביה" (Design in Scandinavia) שהוצגה במספר מדינות בארצות הברית בשנים 1954-1957. התערוכות קידמו את אורח החיים הסקנדינבי, ההומניסטי והדמוקרטי. המוצרים היו פונקציונליים ותעשייתיים, אבל שלא כמו הפונקציונליזם הגרמני הדוגמטי, הם היו מעודנים, חנניים ופשוטים באסתטיקה שלהם, ושיקפו תרבות הומניסטית, מאופקת ובעלת כבוד למסורת.

נושאים לדיון
פיתוח ריהוט בלמינציה בשנות השלושים.
דוגמה Alvar Aalto – E60 Stool, 1932-1933
הקמת איקאה ופיתוח האריזה השטוחה.
דוגמה Gillis Lundgren – Lövet flat pack, for Ikea, 1956
עיצוב דמוקרטי (Democratic design) לחברה סוציאליסטית.
דוגמה Wilhelm Kage – Praktika, for Gustavsberg, 1933
השוואה בין הפונקציונליזם של העיצוב הסקנדינבי לפונקציונליזם האירופי של סגנון הבאוהאוס.
דוגמה Axel Einar Hjorth – Furniture and interior design, for the Stockholm Exhibition, for Nordiska Kompaniet, 1930 לעומת Gunnar Asplund – Paradise Restaurant, Stockholm Exhibition, 1930
אדריכלות פונקציונלית לחברה סוציאליסטית בפרויקט סודרה אנגבי (Södra Ängby).
דוגמה Uno Åhrén – Södra Ängby, 1938

הצעות להרחבה ודיון

• ציוריו של קרל לרסון (Carl Larsson) מסדרת "בית" (A Home), 1895.

Carl Larsson – Cosy Corner, from 'A Home' series, c. 1895 **דוגמה**

• בעיצוב גרפי, שילוב בין עיצוב המסורת למינימליזם הפונקציונלי.

Tapio Wirkkala – Design in Scandinavia poster, 1954 **דוגמה**

6.3. עיצוב באיטליה – "עיצוב יפה" ו"עיצוב פופ"

הפרק מציג את העיצוב האיטלקי הסגנוני והידידותי, שביטא את רצון האיטלקים להתנער מהעבר הפאשיסטי האפל ולפתוח אופק לתרבות חדשה ומלאת שמחה.

אחרי מלחמת העולם השנייה החלו האיטלקים בתקופת שיקום במטרה להתנער מהעבר הפאשיסטי האפל (ראו פרק 5.1), לחדש את התרבות ולתמוך בדמוקרטיה. היוזמה לקידום העיצוב לא הגיעה מהמוסדות האקדמיים, כמו בגרמניה (ראו פרק 6.1), אלא מחברות קטנות מערי הצפון, מילאנו וטורינו, שייצרו רהיטים, כלים ומוצרי חשמל. החברות השקיעו כסף ומאמצים בתמיכה בכתבי עת לעיצוב, בארגון תערוכות עיצוב, בהענקת פרסים למעצבים ובהפצת שמעו של העיצוב האיטלקי בעולם. תערוכת הטריאנלה הבינלאומית במילאנו, שנוסדה בשנות העשרים והופסקה בזמן המלחמה, חידשה את פעילותה ב-1947. התערוכות היו זירה תוססת של מפגש, רעיונות וויכוחים, מקום עלייה לרגל למעצבים וליצרנים מרחבי העולם. עיצוב היה נושא לשיחה לא רק בין מעצבים ויצרנים, אלא גם של פילוסופים ותיאורטיקנים, אשר ניהלו דיונים פומביים על עיצוב במגזינים לעיצוב ולאדריכלות. כך שיתפה התעשייה האיטלקית פעולה ביצירת התרבות החומרית באיטליה ובגיבוש ייחודה.

העיצוב שקידמו היצרניות היה הפוך לסגנון "העיצוב הטוב" שפותח בגרמניה באותה תקופה (ראו פרק 6.1), אף שבשני המקומות העיצוב נועד להיות פונקציונלי ולשקם את החברה ההרוסה מהמלחמה. העיצוב הגרמני היה מאופק, בעל מעט צבע ואוניברסלי, ואילו העיצוב האיטלקי היה ניסיוני ונועז וביטא חופש מכל מה שקדם לו. החברות כיוונו את מוצריהן מלכתחילה לשכבה עילית מצומצמת של בעלי אמצעים, ולכן אפשרו למעצבים חופש פעולה ניכר ליצור מוצרי איכות שמאופיינים בנועזותם האסתטית הייחודית, כדי להשפיע על טעם הקהל ולא כדי לנהות אחריו. המוצרים עוצבו מתוך גישה ידידותית, יומיומית, שמחה וצבעונית, החוגגת את החיים הטובים. הם הנחילו את הרעיון שהמוצר הוא כמו ידיד של האדם, היו בעלי אופי מוגדר ולעיתים אף נשאו שם פרטי.

ניתן להבדיל בין שני סגנונות עיצוב מוצר שפותחו באיטליה באותה תקופה: אחד הוא "עיצוב יפה" (באיטלקית: Bel design), סגנון מעודן ויוקרתי יותר, לעיתים בעל קווים המזכירים את סגנון הסטרימליין (ראו פרק 4.7). דוגמה מוקדמת היא הווספה (Vespa) של פיאג'ו (Piaggio) משנת 1946, בעיצובו של קורדיניו ד'אסקניו (Corradino D'Ascanio). ד'אסקניו התבקש לעצב רכב חזק וזול לאדם אחד. הוא הציב את המנוע מעל הגלגל האחורי ועליו מושב, ובחזית הציב מגן נגד לכלוך ומים, כך שהרכב התאים גם לנשים שלבשו חצאיות. הווספה הזכירה בקוויה הזורמים מפאה לפאה את סגנון הסטרימליין האמריקאי, אך צורותיה המעוגלות גרמו לרכב להיראות שובב וידידותי יותר.

הסגנון השני התפתח באיטליה מסוף שנות החמישים ונקרא "עיצוב פופ" (Pop design). סגנון זה היה יותר רדיקלי, ניסיוני ובעל זיקה לתרבות הפופ. רוב עיצובי הפופ יוצרו מפלסטיק צבעוני מסוגים שונים שיוצר במהלך מלחמת העולם השנייה בייצור תעשייתי. הפלסטיק נתפס כשחרור מעול העבר: הוא היה אופנתי, זול, קל, צבעוני, ולא היה כרוך במחויבות לטווח ארוך. זה היה חומר מושלם לדור הצעיר, שרצה להשליך מאחוריו את העבר ולא להשתמש ברהיטים של ההורים שהזכירו זמנים רעים. הפלסטיק גם אפשר מגוון רחב של צורות ודרגות קושי, וכך נפתח פתח לעיצובים יצירתיים, אופנתיים, פורצי דרך, אופטימיים, חופשיים, משחקיים ונועזים. אחת הדוגמאות המופתיות לעיצוב זה היא מכונת הכתיבה שעיצב אטורה סוטצאס (Ettore Sottsass) לחברת אוליבטי (Olivetti) ב-1969. המכונה האדומה עוצבה כדי להיות ניידת ואישית, ושמה "ולנטינה" (באיטלקית: Valentine), אהובה.

ביטוי נוסף לעיצוב פופ הוא בעיצוב רהיטים על טהרת הפלסטיק הצבעוני. המעצבת אנה קסטלי פריארי (Anna Castelli Ferrieri) עיצבה לחברת קרטל (Kartell) שולחנות ומערכות אחסון מפלסטיק איכותי בצבעים חזקים. ריצ'רד סאפר (Richard Sapper) ומרקו זנוסו (Marco Zanuso) עיצבו ב-1964 כיסא לילדים שהיה הראשון שיוצר בהזרקת פוליאטילן: המושב הוזרק ביחידה אחת, וכל אחת מארבע הרגליים חוברה למושב. לכיסא יש מגרעת בחלקו האחורי, כך שניתן לערום את הכיסאות זה על גבי זה, כמשחק לילדים. יוצרו גם רהיטים מחומרים פלסטיים רכים, כגון הכורסה "אפ" (UP) של גאיטנו פשה (Gaetano Pesce) משנת 1969, העשויה קצף פוליאוריתן ביחידה אחת, בלי שום מבנה תומך.

האופי המשחקי והשובב של העיצוב האיטלקי בא לידי ביטוי במיוחד בעבודתם פורצת הדרך של האחים קסטליוני (Castiglioni Brothers), שעיצבו לראשונה רהיטים שהתבססו על רדי-מייד. כיסא מזדרו (Mezzadro) שעיצבו ב-1957 הורכב ממושב טרקטור שחובר לפלדה מכופפת. הכיסא הציב פונקציה חדשה ומשחקית לכיסא, נדנוד למעלה ולמטה.

עיצוב הפנים האיטלקי הושפע מנחיתת האדם הראשון על הירח ב-1969, אירוע שצפו בו כחצי מיליארד אנשים ברחבי העולם. הרעיון של מגורים על הירח הלהיב את המעצבים, והם תכננו מרחבי מגורים לעולמות עתידניים. דוגמה המעצב האיטלקי ג'ו קולומבו (Joe Colombo) יצר בית עתידני בתערוכת ויזיונה (Visiona) ביריד הרהיטים בקלן בשנת 1969. הבית כלל שלושה מתחמים, בהם חדר מגורים ובו מיטה גדולה, וכן רדיו וטלפון ומצית מוטמעים (Built in), מטבח קומפקטי מאובזר בכל המכשירים החשמליים וחדר רחצה בצורת ספֶרה המזכירה חללית.

בעיצוב הגרפי ניכרה השפעתו של העיצוב הבינלאומי השוויצרי (ראו פרק 6.1), הפופולרי באותה תקופה, בכרזות מינימליסטיות שכללו את שם החברה ואיור בלבד. אך בניגוד לביטויים של הסגנון השוויצרי במדינות הדוברות גרמנית, המעצבים הגרפיים האיטלקים רצו לשדר תחושת שמחה וחופש. הגרפיקה האיטלקית הייתה אילוסטרטיבית, נושא הכרזה הופיע בגדול כדימוי בצילום או באיור, בעל אופי שובב, משחקי וחינני, והלוגו היה קטן מאוד. במקום הטהרנות הטיפוגרפית של הסגנון השוויצרי שולבו יחד פונטים סריפיים וסן-סריפיים. אחת המעצבות הבולטות בסגנון זה היא לורה לם. לם נולדה בשווייץ ולמדה בציריך עיצוב גרפי, ועברה למילאנו אחרי המלחמה. היא עיצבה לחברות איטלקיות מובילות כרזות הכוללות איורים בקו חופשי שהראו את האישה הצעירה והחופשית במרכז, כבעלת חיים עצמאיים, ללא תלות בגברים.

נושאים לדיון	
• חברות מסחריות משפיעות, ובראשן אוליבטי, ארטמיד זנוטה, נושאות את דגל היצירתיות והיוזמה ומפתחות סגנון שיכתיב את המגמות בדעת הקהל.	
• "עיצוב יפה" (Bel Design): עיצוב מעודן ויוקרתי המציג את המוצר כידיד.	
דוגמה	Corradino D'Ascanio – Vespa 98cc, 1946
• "עיצוב פופ" (Pop design): שימוש בפלסטיק מאיכות גבוהה ובחומרים תעשייתיים איכותיים, שילוב רדי-מייד. חלק מהמוצרים עשויים פלסטיק, צבעוניים, מבטאים סגנון חיים צעיר, בהשראת אמנות הפופ.	
דוגמה	Anna Castelli Ferrieri – Componibili container wall, for Kartell, 1967
• בעיצוב פנים, השראה מנחיתת האדם הראשון על הירח כהישג עתידני לאנושות.	
דוגמה	Joe Colombo – Central Living Blocks At Visiona, 1969
דוגמה	Verner Panton – Visiona 2, 1970
• מעצבים שלמדו בבתי ספר לעיצוב בשווייץ מביאים עמם את הסגנון השוויצרי (Swiss style) לאיטליה, ומשנים אותו: מינימליזם בשילוב דימויים גדולים, בצילום או באיור, בעלי אופי משחקי וחינני.	
דוגמה	Max Huber – La Rinascente Golf catalogue cover, c. 1955
• דמות האישה החופשית בעבודותיה של לורה לם.	
דוגמה	Lora Lamm – Pirelli per lo Scooter, Pirelli, Italy, 1959

הצעות להרחבה ודיון

- מעצבים לא איטלקים שיצרו בסגנון זה: אירו סארינן (Eero Saarinen), ורנר פנטון (Verner Panton), יריו קוקאפורו (Yrjö Kukkapuro), אירו ארניו (Eero Aarnio), פולקה יאנסון (Folke Jansson).
- מותגי האופנה גוצ'י (Gucci), ולנטינו (Valentino), פייר קרדין (Pierre Cardin).

6.4. עיצוב בארצות הברית

הפרק דן בעיצוב בתקופת השגשוג הכלכלי של ארצות הברית אחרי מלחמת העולם השנייה, תקופה שהתאפיינה בהחדרת חומרים חדשים כמו עץ לבדוד בריהוט ופלסטיק לייצור של מוצרי צריכה, בפיתוח ריהוט שיצר סינתזה בין סגנונות אירופיים ובחידושים בתחום הגרפי.

סיומה של מלחמת העולם השנייה הביא בארצות הברית לתקופה אופטימית ולפריחה כלכלית אדירה שחתמה את תקופת השפל הכלכלי ונתנה תחושה שעידן של עושר נמצא בפתח. תופעת ה"בייבי בום" – עלייה חדה במספר הילודים – התחילה מיד לאחר המלחמה, ונמשכה עד אמצע שנות השישים. העלייה בילודה הובילה לרכישת בתים גדולים יותר, ומשפחות רבות עברו לפרברים. בקרב אוכלוסיית הפרברים הגדלה נעשה נפוץ לקנות שני רכבים לכל משפחה, כדי להגיע לעיר. הגדלת המשפחות גרמה גם להגדלת סל הקניות, וכך קמו בפרברים הקניונים הראשונים – מרכזי קניות עצומים שהכילו חנויות מכל הסוגים. ריכוז הסחורות בחלל אחד הגביר את הצריכה: התפתחו תחומי הגינון, הספורט ו"עשה זאת בעצמך". הביקוש לחופשות גדל, וחברות תעופה הגדילו את היצע הטיסות שלהן. התפתחה תעשיית כלי אוכל לשימוש חד-פעמי, ובעקבותיה תעשיית מזון מהיר ומסעדות דרייב-אין, שאפשרו קנייה מהירה של מזון זול. הפנטזיה של החיים האורבניים והפרבריים וההישענות על תחבורה פרטית, כפי שהציגו המעצבים הבולטים ביריד "עולם המחר" של ניו יורק ב-1939, התממשה. לא לחינם נקראת תקופה זו "תור הזהב של הקפיטליזם".

לעיצוב היה מקום חשוב בתרומה לשינויים אלו. הטלוויזיה שהוצגה בתערוכה העולמית בניו יורק ב-1939 (ראו פרק 4.7) הייתה כבר אז מצרך מבוקש, אך בשנות המלחמה נאסר לייצר טלוויזיות (ראו פרק 5.4). ב-1942 היו רק חמשת אלפים טלוויזיות בארצות הברית. אחרי המלחמה חודש הייצור, וב-1953 גדל המספר לעשרים מיליון. הטלוויזיה החליפה את הרדיו, והייתה יעילה מאוד בעידוד תרבות הצריכה באמצעות פרסומות.

סוגים חדשים של פלסטיק, שיוצרו במהלך המלחמה לצרכים צבאיים, הוסבו לייצור של מוצרי צריכה. חברת דו-פונט (DuPont) ייצרה במהלך המלחמה פוליאטילן לבידוד מכשירים אלקטרוניים. עם סיום המלחמה החל אחד מעובדי החברה, ארל טאפר (Earl Tupper), לחקור את החומר, והוא יצר חומר חדש, עמיד, גמיש וחצי-שקוף. חומר זה שימש לעיצוב כלי אוכל שנקראו טאפרוור (Tupperware) ושימשו לאחסון מזון בכלים עם מכסים אטומים וגמישים. חברת וסטינגהאוס (Westinghouse) ייצרה במהלך המלחמה פורמייקה (Formica), חומר פלסטי קשיח יותר לבידוד רכיבים אלקטרוניים. לאחר המלחמה עזבו הממציאים את וסטינגהאוס ויצרו משטחים דקים של החומר לחיפוי שולחנות, קירות, דלתות, ועוד. הפורמייקה שווקה כחומר קל לניקוי, פרקטי ומודרני. היא הייתה צבעונית ופתחה פתח לאפשרויות עיצוב מגוונות במטבח ובחדר השירותים. בשנות החמישים כולם רצו מטבח פורמייקה, והדרישה התפשטה במהרה לכל אירופה.

בריהוט התגבש סגנון שהיה מעין סינתזה בין "העיצוב הטוב" הגרמני (ראו פרק 6.1), העיצוב הסקנדינבי (ראו פרק 6.2) ו"העיצוב היפה" האיטלקי (ראו פרק 6.3). כיום נוהגים לקרוא לסגנון זה "מודרניזם של אמצע המאה" (Mid-century modern). הוא מאופיין בגישה דמוקרטית ואוניברסלית, אבל פחות גיאומטרית ונוקשה מזו של הסגנון "העיצוב הטוב", עם צורות פשוטות שמקבלות היטב את מבנה הגוף, ויש בהן מן המשחקיות. בין המעצבים המובילים היו ג'ורג' נלסון (George Nelson), הארי ברטויה (Harry Bertoia) וצמד המעצבים ריי וצ'רלס אימס (Ray and Charles Eames). בני הזוג אימס היו באותה תקופה כוכבים של התרבות האמריקאית. הם עיצבו יחד כיסאות למשרד, לבית ולילדים, שהיו פונקציונליים ותעשייתיים, מחומרים חדשים אך ידידותיים למראה, מזמינים לשימוש וצבעוניים. רהיטי התקופה יוצרו בחברות גדולות כגון הרמן מילר (Herman Miller) ונול (Knoll). בני הזוג אימס עסקו גם בעיצוב והפקה של סרטוני תדמית, בעיצוב פנים ובאדריכלות.

בעיצוב גרפי, מעצבים שלמדו בשווייץ הביאו את הסגנון השווייצרי לארצות הברית, ושם הוא קיבל ביטוי חינוני ומשחקי יותר, בדומה לעיצוב הגרפי באיטליה של התקופה. אך רוב מעצבי הכרזות והפרסומות חזרו לגרפיקה שמרנית. העיצובים כללו דימוי אחד גדול ומאור, לרוב של גבר או אישה המציגים מוצר – רכב, גרבוני, משטחי פורמייקה וכדומה – ומתחת להם טקסט רב בפונט סריפי המסביר על המוצר, מחולק לשתי תיבות ומיושר לשני הצדדים. החזרה לעיצוב השמרני ביטאה את רצון האמריקאים להשיב את הסדר על כנו, גם בתחום החברתי. בעוד שבתקופת המלחמה נקראו הנשים

לעבוד במפעלים והופיעו בכרזות כשהן לבושות בבגדי עבודה, אחרי המלחמה הן הוצגו בעיקר ברחבי הבית, בלבוש שמרני שכלל שמלה ארוכה, כשהן מבצעות מטלות שנחשבו "נשיות": בישול, ניקיון וכדומה.

בתחומים גרפיים אחרים יצרו המעצבים האמריקאים עיצובים חסרי תקדים. אלכס שטיינווייס (Alex Steinweiss) חולל מהפך בעיצוב עטיפות לתקליטים. עד אז היה הכיתוב על גבי התקליט סטנדרטי, והעביר את התוכן ללא תוספת של גרפיקה ייחודית, כך שכל התקליטים דמו מאוד זה לזה בעיצובם. כששטיינווייס נשכר לעצב עטיפות לחברת קולומביה רקורדס הוא יצר לראשונה שפה גרפית ייחודית לכל אלבום, אשר ביטאה את תוכנו באיור או בצילום, בצבעוניות ובטיפוגרפיה. בין 1945 ל-1973 הוא עיצב כאלפיים תקליטים ייחודיים לקולומביה רקורדס ולחברות אחרות.

סול באס (Saul Bass) הכניס את תחום העיצוב לקולנוע. הוא עבד במשך ארבעים שנים עם הבמאים ההוליוודיים הגדולים ביותר, כולל אלפרד היצ'קוק, סטנלי קובריק ומרטין סקורסזה, ועיצב להם פתיחי קולנוע ייחודיים. עד אז הסרטים נפתחו כשהקרדיטים – שם הסרט ושם המפיק, שמות השחקנים וכדומה – היו סטטיים. לרוב הוקרנו הכתוביות על גבי הווילונות של הקולנוע, ורק עם סיום ההקרנה הורמו הווילונות והסרט התחיל. באס ראה בפתיח דרך להכין את הקהל לסרט. פתיחי הקולנוע שלו העבירו לצופה את מהות הסרט באופן מטפורי. הם שילבו טיפוגרפיה בתנועה ובמוזיקה והוספו לתחילת הסרט כחלק בלתי נפרד ממנו. הפתיח הראשון שעיצב, לסרט "האיש בעל זרוע הזהב" ב-1955, הקנה לו את פרסומו. עד מהרה צבר הרעיון פופולריות, והוא מיושם גם כיום.

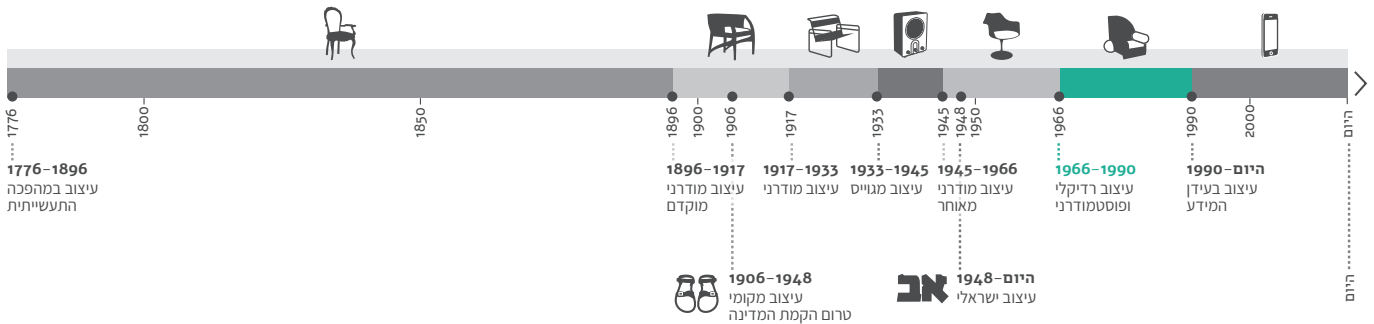
לדיסלב סוטנר (Ladislav Sutnar), מעצב צ'כי שהיגר לארצות הברית אחרי מלחמת העולם השנייה, היה בין המפתחים הראשיים של תחום האינפוגרפיקה. הוא פיתח שפה גרפית להצגה של נתונים רבים ומורכבים, כך שיעברו בצורה ברורה ופשוטה לקוראים, באמצעות דימויים, גרפים וטבלאות. כחסידי של המודרניזם שפותח בבאוהאוס (ראו פרק 4.3), הוא עיצב את האינפוגרפיקה בשפה גרפית פשוטה, על ידי שימוש בצורות גיאומטריות, בצבעי היסוד ובפונטים סן-סריפיים. עבודתו התוותה את דרכם של מעצבי האינפוגרפיקה של המאה העשרים ואחת.

נושאים לדין	
• יישומים של פלסטיקה ממלחמת העולם השנייה: ארל טאפר (Earl Tupper) וכלי טאפרוור (Tupperware) לאחסון מזון, פורמייקה בעיצוב הפנים בכל חללי המגורים.	
• המודרניזם של אמצע המאה (Mid-century modern): סגנון היוצר סינתזה בין ה"עיצוב הטוב" גרמני ל"עיצוב היפה" האיטלקי.	
דוגמה	Texas Instruments – Regency TR-1 transistor radio, 1954
• צמד המעצבים ריי וצ'רלס אימס ועבודתם המשותפת, הרהיטים שיצרו, אדריכלות בית המגורים שלהם בהשראת הדה סטיל, לעומת עיצוב הפנים העשיר.	
דוגמה	Ray and Charles Eames – Fiberglass Chairs, 1950
דוגמה	Ray and Charles Eames – Eames house, Los Angeles, 1949
דוגמה	Ray and Charles Eames – The Powers of Ten, 1968
• מעצבים שלמדו בשווייץ מביאים עמם את הסגנון השווייצרי (Swiss style) לארצות הברית.	
דוגמה	Herbert Matter – Harry Bertoia ad, c. 1950
• לצד הטמעת הגרפיקה השווייצרית, ניכרת מגמת חזרה לגרפיקה שמרנית, כגון בפרסומות למכוניות קדילק.	
דוגמה	General Motors – 58 Chevrolet poster, 1958

• מעצבים אמריקאים מרחיבים את גבולות התחום הגרפי:
• אלכס שטיינווייס (Alex Steinweiss) מעצב עטיפות לתקליטים.
Alex Steinweiss – Shostakovitch Piano Concerto album cover, 1946 דוגמה
• סול באס (Saul Bass) מעצב פתיחי וידיאו מונפשים.
Elaine Makatura, Saul Bass – Spartacus title sequence, 1960 דוגמה
• לדיסלב סוטנר (Ladislav Sutnar) מעצב אינפוגרפיקה.
Lora Lamm – Pirelli per lo Scooter, Pirelli, Italy, 1959 דוגמה

הצעות להרחבה ודין
• המודל השיווקי של טאפרוור (Tupperware), שהגתה בראוני וייס (Brownie Wise).
• עיצוב מכונות רחבות ושטוחות, דומיננטיות של צבעי פסטל, התאמה לנשים ועיצוב בידי נשים.
• רהיטי ברזיל מודרן (Brazil modern).
Lina Bo Bardi – Yellow Armchair, for Studio D'arte Palma, 1940s דוגמה

פרק 7: העיצוב הרדיקלי והפוסט-מודרני



בשנות השישים של המאה העשרים החלו להישמע קולות בגנות העיצוב המודרני. הביקורות פנו כלפי שלוש התפיסות המרכזיות של העיצוב המודרני, כפי שבאו לידי ביטוי בשנות השגשוג שאחרי מלחמת העולם השנייה: נגד התפיסה הגרמנית-שווייצרית, שהמשיכה את מסורת הבאוהאוס (ראו פרק 6.1), נגד התפיסה האיטלקית, שחתרה ליצור חיים שמחים וטובים (ראו פרק 6.3) ונגד התפיסה האמריקאית, שפעלה משיקולים של הגברת הצריכה (ראו פרק 6.4). חלקו הראשון של פרק 7 מוקדש לסקירת הביקורת על העיצוב המודרני (פרק 7.1). חלקו השני של הפרק מראה כיצד יושמה הביקורת בעיצוב הרדיקלי והפוסט-מודרני (פרק 7.2). הדיון מציג את תגובתם הביקורתית של מעצבים על העיצוב המודרני, ראשית בהופעת העיצוב הרדיקלי – גישה אנטי-עיצובית בלתי מסחרית שנועדה לנגח את מוסכמות המודרניזם, ולאחר מכן בעיצוב הפוסט-מודרני, שהייתה לו אותה מטרה אך פעל למטרות מסחריות. הדיון מסתיים בשנת 1990, עם שחר עידן המידע.

7.1. הביקורת על העיצוב המודרני

הפרק מציג את הביקורת הנוקבת שהוטחה בעיצוב המודרני – הן ביחס לייצור היתר והן ביחס לפונקציונליזם הגרמני – מסוף שנות השישים. הפרק נחתם בהצעתו של רוברט ונטורי לזנוח את המודרניזם וליצור מתוך "סתירה ומורכבות".

בתחילת שנות השישים התעוררה "תרבות נגד" רחבה בארצות הברית, של צעירים שנולדו בתקופת הבייבי-בום שאחרי מלחמת העולם השנייה (ראו פרק 6.4). חבריה יצאו במחאה כנגד תרבות הצריכה האמריקאית, נגד השפעת המוגזם של הייצור והפרסום האגרסיבי בארצות הברית ונגד מלחמת וייטנאם שהחלה ב-1959 וגבתה קורבנות רבים מכל הצדדים. הם הטיפו לשוויון, לזכויות נשים, לשלום ולאהבה ולדאגה לטבע, ולכן נקראו "ילדי הפרחים" (או "היפים"). תרבות הנגד חוללה מהפכה בנורמות החברתיות הנוגעות ללבוש, מוזיקה, סמים, מיניות, לימודים פורמליים וצריכה.

במקביל להתעוררות בקרב הצעירים כתבו תיאורטיקנים של התרבות ביקורות חריפות על תרבות הצריכה האמריקאית. בין המבקרים הבולטים של התקופה היה התיאורטיקן האמריקאי ונס פקארד (Vance Packard). ב-1960 הוא פרסם את "יצרני הזבל" (The Waste Makers), ספר שניתח את השיטות האמריקאיות להגברת הצריכה. הספר מתח ביקורת חריפה על שיטות שיווק שונות, ובמיוחד על אסטרטגיית ההתיישנות הדינמית (Planned obsolescence), שמעודדת צרכנים לקנות יותר מכפי יכולתם. הוא קבע שלצריכת היתר יש השפעה שלילית על החברה האמריקאית, וכי היא הופכת בהדרגה לחברה חולנית (ראו נספח 7.1 א').

ביקורת שנייה פנתה כלפי השימוש האינטנסיבי בנפט לייצור של חומרים פלסטיים. משנות החמישים (1946) ועד 1973 עלה הייצור של כימיקלים סינתטיים לתעשיית הפלסטיקה ולתעשיות אחרות באלפי אחוזים, אבל מחיר הנפט נשאר זהה. גל העיצוב בפלסטיקה הגיע לשיא ולמפנה ב-1973, כשפרץ משבר האנרגיה העולמי. ארגון המדינות המייצאות נפט (OPEC) החליט לצמצם את אספקת הנפט למדינות העולם המערבי ולהעלות את מחירו. ההחלטה של OPEC

העלתה בבירור את הפגיעות של הנפט כמשאב טבע מתכלה ואת פגיעות הכלכלה שמסתמכת עליו. ב-1979 התחיל משבר נפט חמור עוד יותר, בעקבות תחילתה של המהפכה באיראן. השיבושים באספקה גרמו לעליית מחירים של הנפט ומוצריו במדינות המערב. התוצאה הייתה שיתוק כמעט מוחלט של התחבורה במדינות מערב אירופה ובארצות הברית, האטה של קצב הייצור ועלייה במחיר מוצרי הפלסטיק.

במקביל לתמורות הכלכליות החלו מוצרי הפלסטיק שיוצרו בשנות השישים להראות סימני התבלות משמעותיים בשנות השבעים. הפלסטיק, שבשנות השישים נחשב לחומר יפה, צבעוני, חדש ומפתה, החל להיתפס כחומר שלא מחזיק מעמד: רהיטי הפיברגלס השתפשפו והתכערו, הלמינציה שכיסתה את כל הבית הפכה לשם נרדף לחומר עייף, סדוק ומכוער. לראשונה הובן שהפלסטיק נראה הכי טוב כשהוא יוצא מהמפעל, אבל הוא נקרע או נסדק במהירות, וככל שעובר הזמן נוספים לו שריטות וכתמים. בנוסף, החלו להופיע פרסומים שהפלסטיק רעיל בהרכבים מסוימים, ושהייצור התעשייתי גורם לזיהום ולהתחממות הגלובלית, אשר מובילים אותנו במהרה למשבר אקולוגי.

וכך, באמצע שנות השבעים, החלו להבין את השלכות השימוש במשאבים מתכלים. כדור הארץ מוגבל במשאביו, הרים של אשפה מתחילים להיערם, חלק מהחומרים הפלסטיים לא מתכלים ולא ניתנים למחזור, אחרים מתכלים, אבל במשך אלפי שנים, ויקר ומסובך למחזר אותם, והמחזור מוריד מאיכות החומר. הפלסטיק כבר לא הולל כחומר מודרני ואטרקטיבי. הוא החל להיתפס כחומר זול ובעייתי, והמוצרים שהיו עשויים ממנו נתפסו כחסרי טעם ולא ידידותיים לסביבה. הפלסטיקה קיבלה שם רע: חיים ארוכים עד להתכלות, אבל קצרים בשימוש.

שתי התובנות – בדבר הבעיות החברתיות שיוצרת תרבות הצריכה ובדבר ההשלכות החמורות של השימוש במשאבים מתכלים – השפיעו על המעצב והתיאורטיקן האמריקאי ויקטור פפנק (Victor Papanek). בספרו "עיצוב לעולם האמיתי: אקולוגיה אנושית ושינוי חברתי" (Design for the real world : human ecology and social change), שפורסם ב-1971, הוא יצא נגד עיצוב אובייקטים שמעודדים חברה בזבזנית, וביקש שנפנה לעידן חדש של עיצוב מוסרי מבחינה סביבתית וחברתית. הספר הראה שעיצוב יכול להפחית את הזיהום, את הרעב העולמי, את ההתיישנות המובנית, ועוד. הוא היה מיד לרב-מכר, וממשיך להשפיע גם היום (ראו נספח 7.1 ב').

גם "העיצוב הטוב" (Good design) הגרמני (ראו פרק 6.1), שכמעט התעלם מהחידושים בפלסטיקה, דחה את ההתיישנות המובנית ושאל לעיצוב נצחי, ספג ביקורת נוקבת. באמצע שנות השישים, אדריכלים, מבקרי תרבות ופילוסופים בגרמניה ובמקומות אחרים החלו להתבטא נגד העקרונות הטהרניים של הפונקציונליסטים ולהציף את הבעיות שיצרה האדריכלות הברוטליסטית. טענתם העיקרית הייתה שהאדריכלות המודרניסטית אינה אנושית. כלומר, שהרציונליזם האובייקטיבי התעשייתי, שמעצב לכל האנשים כאילו היו אותו אדם, יצר אדריכלות נעדרת רגש ומנוכרת לצורכי האדם (הסובייקט) וערים לא אנושיות.

שיא הדיון היה בהרצאה שנשא אחד הפילוסופים הגרמנים הגדולים של המאה העשרים, תאודור אדורנו (Theodor W. Adorno). ההרצאה, "פונקציונליזם היום" (Functionalism Today), נישאה בארגון הוורקבונד הגרמני ב-1965, שמימן ב-1927 את התערוכה "אחוזת ויסנהוף" אשר ייסדה את הסגנון הבינלאומי באדריכלות (ראו פרק 4.4). בהרצאה זו ניסח אדורנו ביקורת נוקבת על העקרונות שקידם ארגון הוורקבונד. הוא דחה את הפונקציונליות האוניברסלית בעיצוב וטען שכשהרציונל כופה את עצמו על הרצונות הסובייקטיביים הוא הופך לאלים. הוא הציע שהעיצוב יתמקד בפונקציונליות סובייקטיבית שמקורה בנורמות חברתיות מקומיות (ראו נספח 7.1 ג').

שנה מאוחר יותר, ב-1966, פרסם האדריכל האמריקאי רוברט ונטורי (Robert Venturi) בארצות הברית את ספרו "מורכבות וסתירה באדריכלות" (Complexity and Contradiction in Architecture). ונטורי התנגד נחרצות לגישה הפונקציונלית של האדריכלות המודרנית, מסיבות אסתטיות. הוא גרס שהטהרנות המודרנית הופכת את העיצוב למשעמם. בהיפוך על קביעתו של האדריכל לודוויג מיס ון דר רוהה (Ludwig Mies van der Rohe) "פחות זה יותר" (Less is More) (ראו פרקים 4.3, 6.1) קבע ונטורי ש"פחות זה משעמם" (Less is Bore). הוא כתב בזכות אדריכלות שמצליחה לשלב ניגודים: גבוה ונמוך, יקר וזול, מינימליסטי ומקושט, וכדומה. ונטורי ביטא קול של אדריכלים ומעצבים שהרגישו שהבטחת המודרניזם לתקן את העולם נכשלה, וכי הדוקטרינה המודרנית נעשתה חסרת חיים. הספר הפולמוסי זכה להצלחה מסחררת, ונחשב למבשר הפוסט-מודרניזם באדריכלות ובעיצוב (ראו נספח 7.1 ד').

בשנת 1968 יצאו ונטורי, האדריכלית האמריקאית דניס סקוט בראון (Denise Scott Brown), האדריכל הצעיר סטיבן איזנור (Steven Izenour) וקבוצת סטודנטים מבית הספר לאמנות ולאדריכלות של אוניברסיטת ייל (Yale) לסיור מחקרי בעיר השעשועים וההימורים לאס וגאס. הם קראו לסיור זה "ללמוד מלאס וגאס, או ניתוח צורה כמחקר עיצוב" (Learning from Las Vegas, or Form Analysis as Design Research). לאס וגאס הייתה ועודה מאורגנת מסביב לסטריפ – כביש מרכזי שמימינו ומשמאלו מוקמו חניונים, בתי קזינו, מלונות, ברים וכנסיות בריבוי סגנונות שהודבקו יחד כמו בקולאז' אקראי ולא מאורגן. בעקבות המחקר פורסם הספר "ללמוד מלאס וגאס" (Learning from Las Vegas) ב-1972. הספר מכיל ניתוח מרחבי, צורני וסגנוני של העיר, הכולל מיון (טקסונומיה) של צורות, סימנים וסמלים, ניתוח של שלטי הפרסום המסחרי, התאורה, ועוד. הטענה המרכזית בספר היא שהביטויים החזותיים של לאס וגאס טומנים בחובם סמלים היוצרים תקשורת עם הצופים, והם קודמים לצורה. האדריכלות המודרנית נמנעה מביטויים אלו כי עיטור נקשר במשמעות בתוך תרבות מסוימת, וזו הסיבה לכך שהבניינים המודרניסטיים הם חסרי אופי, שקטים וריקים.

זרמים חברתיים וביקורות אלה היו תמריץ לתחילת התנועה הפוסט-מודרנית בעיצוב. הפוסט-מודרניסטים מאוחדים בדעה שהמודרניזם נכשל בהפיכת העולם למקום טוב יותר באמצעות המדע והרציונל החותרים לאמיתות אוניברסליות.

נושאים לדיון
• ביקורת על המשך הייצור בחומרים פלסטיים למרות משבר האנרגיה העולמי שהכה במדינות המערב בשנות השבעים.
• ביקורת על תרבות הצריכה והשלכותיה התרבותיות.
קריאה מתוך: Vance Packard, The Waste Makers, 1960 (ראו נספח 7.1 א').
• ביקורת על השלכות השימוש במשאבים מתכלים.
קריאה מתוך: Victor Papanek, Design for the Real World, 1971 (ראו נספח 7.1 ב').
• ביקורת על חוסר האנושיות של האדריכלות המודרניסטית.
קריאה מתוך: Theodor Adorno, Functionalism Today, 1965 (ראו נספח 7.1 ג').
• ביקורת על האחידות האסתטית של העיצוב המודרני.
קריאה מתוך: Robert Venturi, Complexity and Contradiction in Architecture, 1966 (ראו נספח 7.1 ד').

הצעות להרחבה ודיון
• עיון בספר: Robert Venturi, Denise Scott Brown, Learning from Las Vegas, 1972.

נספחים

נספח 7.1 א'

Vance Packard, The Waste Makers, (1960).

"The recent fascination of many businessmen with **"planned obsolescence"** has been one of the major developments of the postwar period. Its use as a strategy to influence either the shape of the product or the mental attitude of the consumer represents **the quintessence of the throwaway spirit.**" (pp. 53-4)

"For our purposes in examining modern marketing practices, we should refine the situation by distinguishing three different ways that products can be made obsolescent. There can be: **Obsolescence of function.** In this situation an existing product becomes outmoded when a product is introduced that performs the function better. **Obsolescence of quality.** Here, when it is planned, a product breaks down or wears out at a given time, usually not too distant. **Obsolescence of desirability.** In this situation a product that is still sound in terms of quality or performance becomes "worn out" in our minds because a styling or other change makes it seem less desirable." (p. 55)

"...the lives of **most Americans** have become so intermeshed with acts of consumption that they **tend to gain their feelings of significance in life from these acts of consumption** rather than from their meditations, achievements, inquiries, personal worth, and service to others." (p. 315)

"...the environment for a satisfying style of life is being undermined by all the emphasis on ever-greater productivity and consumption. As a result, the nation faces the hazard of developing **a healthy economy within the confines of a psychologically sick and psychologically impoverished society.**" (p. 316)

נספח 7.1 ב'

Victor Papanek, Design for the Real World: Human Ecology and Social Change, 1971.

"There are professions more harmful than industrial design, but only a very few of them. And possibly only one profession is phonier. Advertising design, in persuading people to buy things they don't need, with money they don't have, in order to impress others who don't care, is probably the phoniest field in existence today. Industrial design, by concocting the tawdry idiocies hawked by advertisers, comes a close second. Never before in history have grown men sat down and seriously designed electric hairbrushes, rhinestone-covered file boxes, and mink carpeting for bathrooms, and then drawn up elaborate plans to make and sell these gadgets to millions of people. Before (in the 'good old days'), if a person liked killing people, he had to become a general, purchase a coal-mine, or else study nuclear physics. Today, industrial design has put murder on a mass-production basis. By designing criminally unsafe automobiles that kill or maim nearly one million people around the world each year, by creating whole new species of permanent garbage to clutter up the landscape, and by choosing materials and processes that pollute the air we breathe, designers have become a dangerous breed. And the skills needed in these activities are taught carefully to young people." (p. 14)

"Design must become an innovative, highly creative, cross-disciplinary tool responsive to the true needs of men. It must be more research oriented, and we must stop defiling the earth itself with poorly-designed objects and structures." (p. 15)

"Design must be meaningful. And 'meaningful' replaces the semantically loaded noise of such expressions as 'beautiful', 'ugly', 'cool', 'cute', 'disgusting', 'realistic', 'obscure', 'abstract', and 'nice', labels convenient to a bankrupt mind when confronted by Picasso's 'Guernica', Frank Lloyd Wright's Falling water, Beethoven's Eroica, Stravinsky's Le Sacre du printemps, Joyce's Finnegans Wake. In all of these we respond to that which has meaning." (p. 25)

"Form follows function', Louis Sullivan's battle cry of the 1880's and 1890's, was followed by Frank Lloyd Wright's 'Form and function are one'. But semantically, all the statements from Horatio Greenough to the German Bauhaus are meaningless. The concept that what works well will of necessity look well has been the lame excuse for all the sterile, operating-room-like furniture and implements of the twenties and thirties. A dining table of the period might have a top, well-proportioned in glistening white marble, the legs carefully nurtured for maximum strength with minimum materials in gleaming stainless steel. And the first reaction on encountering such a table is to lie down on it and have your appendix extracted." (p. 25)

נספח 7.1 ג'

Theodor Adorno, "Functionalism Today", 1965.

"The position of subjective expression, then, is occupied in architecture by the function for the subject. Architecture would thus attain a higher standard the more intensely it reciprocally mediated the two extremes — formal construction and function.

The subject's function, however, is not determined by some generalized person of an unchanging physical nature but by concrete social norms. Functional architecture represents the rational character as opposed to the suppressed instincts of empirical subjects, who, in the present society, still seek their fortunes in all conceivable nooks and crannies. ... **Architecture worthy of human beings thinks better of men than they actually are.** It views them in the way they could be according to the status of their own productive energies as embodied in technology."

"Living men, even the most backward and conventionally naive, have the right to the fulfillment of their needs, even though those needs may be false ones. **Once thought supersedes without consideration the subjective desires for the sake of truly objective needs, it is transformed into brutal oppression.** ... Even in the false needs of a human being there lives a bit of freedom. ... Hence there are those to whom legitimate architecture appears as an enemy; it withholds from them that which they, by their very nature, want and even need."

נספח 7.1 ד'

Robert Venturi, Complexity and Contradiction in Architecture, 1966.

"Architects can no longer afford to be intimidated by the puritanically moral language of orthodox Modern architecture. I like elements which are hybrid rather than "pure," compromising rather than "clean," distorted rather than "straightforward," ambiguous rather than "articulated," perverse as well as impersonal, boring as well as "interesting," conventional rather than "designed," accommodating rather than excluding, redundant rather than simple, vestigial as well as innovating, inconsistent and equivocal rather than direct and clear. I am for messy vitality over obvious unity. I include the non sequitur and proclaim the duality. I am for richness of meaning rather than clarity of meaning; for the implicit function as well as the explicit function. **I prefer "both-and" to "either-or," black and white, and sometimes gray, to black or white.** A valid architecture evokes many levels of meaning and combinations of focus: its space and its elements become readable and Workable in several ways at once. **But an architecture of complexity and contradiction has a special obligation toward the whole: its truth must be in its totality or its implications of totality. It must embody the difficult unity of inclusion rather than the easy unity of exclusion. More is not less**". (p. 16)

"I question the relevance of analogies between pavilions and houses, especially analogies between Japanese pavilions and recent domestic architecture. They ignore the real complexity and contradiction inherent in the domestic program-the spatial and technological possibilities as well as the need for variety in visual experience. **Forced simplicity results in oversimplification.** In the Wiley House, for instance, in contrast to his glass house, Philip Johnson attempted to go beyond the simplicities of the elegant pavilion. He explicitly separated and articulated the enclosed "private functions" of living on a ground floor pedestal, thus separating them from the open social functions in the modular pavilion above. But even here the building becomes a diagram of an oversimplified program for living-an abstract theory of either-or. Where simplicity cannot work, simpleness results. Blatant simplification means bland architecture. **Less is a bore.**" (p. 17)

7.2. העיצוב הרדיקלי והפוסט-מודרני

הפרק דן בהתפתחות העיצוב הרדיקלי והפוסט-מודרני כתגובת נגד לעיצוב המודרני. הפרק מראה כיצד קבוצות של עיצוב רדיקלי, שלא פעלו באופן מסחרי, היו המניע לגיבושו של העיצוב הפוסט-מודרני המסחרי.

בהשראת הזרמים הרדיקליים החברתיים שפעלו בשנות השישים (ראו פרק 7.1) החלה להתגבש תנועה המכונה "עיצוב רדיקלי" או "אנטי-עיצוב". התנועה כוללת מספר קבוצות שהוקמו בעיקר איטליה, באנגליה ובארצות הברית. הקבוצות היו שותפות בביקורתן על העיצוב המודרניסטי, שהבטיח לתקן את העולם, ונכשל. לשיטתן, העיצוב המודרני רק משמש תמריץ לצריכה, מקיים את הבורגנות ומשמר את החלוקות החברתיות הקיימות והלא צודקות. מטרתן הייתה לערער על ההגמוניות של העיצוב המודרניסטי כמבטא חברה מוסרית, צודקת ושוויונית.

הקבוצות השונות גרסו שאפשר לשנות את העולם לא רק דרך פעילות פוליטית או מלחמות אלא דרך עיצוב ואדריכלות. הן לא חתרו לממש או למכור את עיצוביהן (אף כי חלק קטן מהעבודות מיוצר ונמכר עד היום), ולכן הרשו לעצמן להביע מסרים אקספרסיביים, דמיוניים, שנונים, פואטיים, אירוניים ומופרכים, שחרגו מההיגיון הישר. במקום לתת פתרון לצורך טכני, הן הציעו עיצוב ניסיוני ונועז, שפתח פתח לדמיון ופנה לאדם כסובייקט ייחודי. אחת הקבוצות המפורסמות הייתה סופר-סטודיו (Superstudio), שהוקמה ב-1966 בפירנצה וכללה כעשרים סטודנטים לאדריכלות. ב-1969 הציגה הקבוצה את הפרויקט "אנדרטה רציפה: מודל אדריכלי לעיור כללי" (The Continuous Monument: an Architectural Model for Total Urbanization), מעין מודל אלטרנטיבי לחיים על כדור הארץ. קולאז'ים פסיכדליים הציגו עולם דיסטופי שבו האדריכלות המודרנית מגיעה לשיא גרוטסקי ומשתרעת על פני ערים ונופים טבעיים, ועולם חסר מבנים שבו יש רק משטח ריק ועליו גריד שמחבר הכול. העבודות שימשו מטפורה לגלובליזציה ולהתפשטות הבלתי מבוקרת של האדריכלות המודרנית ההומוגנית.

ב-1972 נפתחה במוזיאון לאמנות מודרנית בניו יורק (MoMA) התערוכה "איטליה: הנוף הביתי החדש" (Italy: The New Domestic Landscape). התערוכה הראתה שהעיצוב האיטלקי חצוי בין שתי מגמות מנוגדות: "העיצוב היפה" ו"עיצוב הפופ" המסחריים, שזכו לתמיכת משרד המסחר האיטלקי ויוצרו בתעשייה (ראו פרק 6.3), עמדו בניגוד חריף לעיצובים הרדיקליים של סופר-סטודיו, ארכיזום אסוסיאטי (Archizoom Associati), יו-אף-או (UFO). בעברית: עב"ם), סטודיו 65 (Studio65) וקבוצות אנטי-עיצוב אחרות, שכללו בעיקר מיצבים ואיורים לא מסחריים. התערוכה חשפה את הפעילות הענפה של העיצוב הרדיקלי, אשר הגדיר מחדש את תפקיד העיצוב: כלי לביקורת תרבות, הדורש מהמשתמשים להפעיל את המחשבה.

ב-1976 הקימו אלסנדרו מנדיני (Alessandro Mendini), אנדריאה ברנזי (Andrea Branzi), אלסנדרו גריירו (Alessandro Guerriero) ואטורה סוטצאס (Ettore Sottsass) (הנדון פרק 6.3) במילאנו את קבוצת העיצוב הרדיקלי "אלכימיה" (Alchimia). הקבוצה עיצבה מוצרים שיצאו נגד הערכים של העיצוב המודרניסטי. בשנת 1979 הם הציגו את התערוכה הראשונה שלהם "באו.האוס" (Bau.haus). שם התערוכה העיד על תוכנה: פירוק באמצעות העיצוב של רעיונות בית הספר באוהאוס (ראו פרק 4.3). בתערוכה הוצגו עיצובים לא פונקציונליים שיוצרו בחוסר יעילות, היו קישוטיים וצבעוניים ולא הביעו את אמת החומר. גם קבוצה זו לא שאפה למסחריות. המוצרים היו פריטים יחידניים (ON-OFF) שהוצגו בתערוכות, במופעים ובתפאורות.

בתחילת שנות השמונים התגבש העיצוב הרדיקלי לכדי העיצוב הפוסט-מודרני. המפנה התרחש בשנת 1981, כשאטורה סוטצאס וחברים נוספים עזבו את "אלכימיה" בטענה שאבות-טיפוס ניסיוניים ופריטים יחידניים ופרובוקטיביים לא יכולים להשפיע על הקהל הרחב. סוטצאס הקים חברת עיצוב מסחרית בשם ממפיס (Memphis), וצירף מעצבים מיפן, מארצות הברית, מצרפת וממדינות נוספות. חברי הקבוצה סברו שניתן להביע את אותם רעיונות במוצרים מסחריים כדי להיכנס לבתים ולשנות את האופן שבו אנשים חיים ביומיום.

הקבוצה עיצבה רהיטים בעלי נראות בולטת ודומיננטית עם הבעה חזקה וצבעוניות עזה. בכל המוצרים הפונקציונליות הייתה משנית להבעה האסתטית. לחלק מהעיצובים היו במות רחבות שהזכירו את מצרים העתיקה או מבניות של טוטמים אפריקניים. בחלק מהמוצרים ניכר דמיון לבעלי חיים. עיצובים אחרים התייחסו לדמיונים הלוקחים מהתרבות הפופולרית. פרשנויות ורמזים כאלו היו אסורים לפי ההיגיון המודרניסטי. חלק מהמוצרים שילבו יחד חומרים שבסוף

שנות השבעים נראו מיושנים, כגון צינורות כרום מכופפים, פיברגלס ופורמייקה, וחומרים יוקרתיים כגון שיש. שילוב החומרים ערער על ההיררכיות בין גבוה לנמוך, יקר וזול.

מעצבי מוצר רבים נוספים עיצבו ברוח הפוסט-מודרנית, והביעו כל אחד בדרכו מחאה על קיבעונות המודרניזם. בשנת 1981 הקים המעצב הישראלי-אנגלי רון ארד עם קרולין תורמן (Caroline Thorman) את סטודיו וואן-אוף (One-Off). עיצובי הסטודיו כללו פריטים יחידניים רדיקליים בעלי אופי תעשייתי. בין הפריטים היו מערכת סטריאו מבטון שבור, ספה שהורכבה מכיסאות של מכונית רובר שנמצאו במזבלה וכורסה מפלדה קפיצית חדה ומאיימת. עיצובי הסטודיו כמו אמרו שעיצוב הוא ביטוי של תרבות שבורה, מאיימת ומלוכלכת.

באדריכלות התרחש המפנה הפוסט-מודרני כשאדריכלים נענו לקריאתו של האדריכל רוברט ונטורי (Robert Venturi) לתכנן מבנים בהתאם לעיקרון "סתירה ומורכבות באדריכלות" (ראו פרק 7.1). הבניין הפוסט-מודרני הראשון היה בניין פורטלנד (Portland building) שעיצב מייקל גרייבס (Michael Graves) ב-1982. מאפייניו הפוכים לגישת "עור ועצמות" של לודוויג מיס ון דר רוהה: הוא נראה גולמי וכבד, מזכיר מעין מקדש גיאומטרי מסיבי ומונומנטלי עם חלונות קטנטנים, מצופה באבנים ורדרדות וחומות ומעוטר בצורה גסה עם סרטים, כמו אריזת מתנה. הבניין הפך לסמל של האדריכלות הפוסט-מודרנית.

אדריכלים אחרים נמנעו מההסיטוריציות והקישויות של בניין פורטלנד, וביססו את התנגדותם לאדריכלות המודרנית על שבירת הקונסטרוקטיביות. הם פיתחו את הדה-קונסטרוקציה (deconstructivism), אדריכלות המפרקת מבחינה רעיונית את המבנה המודרניסטי והפונקציונליסטי. מרבית הבניינים בסגנון זה כוללים מבנה בסיסי מעוקם בדרך ייחודית, וחלקם עשויים גם מקטעים מזוותים הפונים לכיוונים שונים, כשהמכלול כמו מאחה את החלקים השונים. כזה הוא מוזיאון ויטרה (Vitra Design Museum) שתכנן האדריכל פרנק גרי (Frank Gehry) בשנת 1989 בגרמניה. המוזיאון נראה כמו איחוי אקראי של שברי חלקים של מבנה קונסטרוקטיביסטי שגובבו יחד, חלקם נוטים באלכסון. הבניינים שומרים לרוב על שפה אחת והיגיון עקבי אחד, ובבדלים בבירור זה מזה. ייחודיות הבניינים הבהירה שאין כזה דבר עיצוב נכון אוניברסלי אחד.

בתחום העיצוב הגרפי, מבשרי הפוסט-מודרניזם היו תנועה קטנה בסן פרנסיסקו, שיצרה בסוף שנות השישים כרזות פסיכדליות. המעצבים שיקפו בכרזות את חווית השימוש בסמים משבשי תודעה. הטקסט כמו הוצב על גלים מעוקמים ונדחס עם איורים מעוותים של דמויות למעין עיסה רציפה בצבעים בוהקים ומשלימים. מוביל התנועה היה המעצב וס וילסון (Wes Wilson), שבין 1966 ל-1968 היה אמן על עיצוב הכרזות להופעות באודיטוריום פילמור שבעיר. הטיפוגרפיה הפסיכדלית הייתה כמעט לחלוטין לא קריאה, אבל העבירה היטב את המסר: העולם חופשי והרמוני והמוזיקה מחברת את כולם.

פריצת הדרך המשמעותית לכיוון של פוסט-מודרניזם בעיצוב גרפי התרחשה דווקא בשווייץ, מעוז העיצוב הגרפי המודרני והאוניברסלי. ב-1968 הוזמן המעצב הגרמני וולפגנג ויינגרט (Wolfgang Weingart) ללמד בבית הספר לעיצוב בבזל. במסגרת עבודתו הוא החל לערער על הסדר המוחלט ועל הניקיון הרציונלי של הסגנון השווייצרי (ראו פרק 6.1). הוא התייחס לטקסט כחומר גלם למשחק, ויצר חומרים גרפיים עם פונטים מטושטשים, ריווח לא זהה בין אותיות וארגון שנדמה אקראי. עבודתו הבהירה שהפונקציה של הטקסט היא העברת מסר, והמסר יכול לעבור בדרכים נוספות פרט לסידור לפי גריד רציונלי. סדרת הרצאות שנשא ויינגרט ב-1972 בבתי ספר לעיצוב בארצות הברית וכן סטודנטים שלמדו אצלו יצרו את תנועת "הגל החדש" (New Wave).

אפריל גריימן (April Greiman) הייתה אחת מהסטודנטים של ויינגרט. בכרזות שעיצבה היא יצרה עומק בעזרת שכבות של משטחי טקסטורות ודימויים גרפיים שהיו חסרי קשר ישיר לנושא הכרזה, בגדלים שרירותיים ובצבעוניות אינטנסיבית. הטקסטים ששילבה היו כמעט בלתי קריאים. בשנת 1984 יצא מחשב המק (Mac) הראשון, וגריימן הייתה אחת הראשונות שהשתמשו בו. בעזרת המחשב היא יצרה דימויים מתוחים, פונטים מעוותים וטקסטורות מפוקסלות. הכרזות של גריימן ומעצבי הגל החדש נראו כמו חידות שאין בהן היגיון ואין להן פתרון, אבל הן עוררו סקרנות רבה בקרב הצופים.

המעצב דייוויד קרסון (David Carson) פיתח את העיצוב הגרפי הפוסט-מודרני לכיוון אחר. כגולש גלים מקצועי הוא מונה בסוף שנות השמונים למעצב הראשי של כמה מגזינים של גלישה וסקייטינג. השפה הגרפית שפיתח דמתה

בעקרונותיה לאדריכלות הדד-קונסטרוקציה: הוא פירק את הטיפוגרפיה על ידי גזירה, קיצוץ וחיתוך האותיות, במין כאוס מלא אנרגיה, עוצמה וביטחון. עיצוביו של קרסון הראו שקריאות ותקשורת הן לא בהכרח אותו דבר, וכי אפשר ליצור תקשורת שתהיה בלתי קריאה. הסגנון קיבל את השם גראנג' (Grunge). בעברית: לכלוך, זיהום).

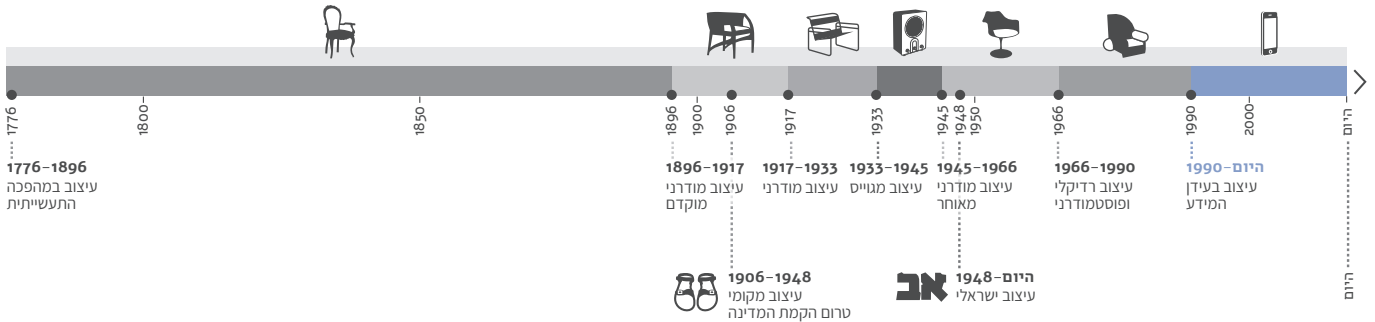
לסיכום, אי אפשר להבין את העיצוב הפוסט-מודרני בלי להבין את המודרניזם. הביקורת הגדולה של הפוסט-מודרניזם היא שהעיצוב המודרני השליך את העבר כדי להיות מעבר לסגנון, וכך גם איבד את משמעות התרבות וגם אינן את הסובייקט הייחודי לטובת סובייקט גנרי שלא קיים במציאות. העיצוב הפוסט-מודרני היה אפוא ביטוי להשתחררות מהגבלות המודרניזם, לתחושה של חופש ולחזרה של היחיד ושל תרבויות ספציפיות ומגוונות למרכז הבמה.

נושאים לדין
עיצוב רדיקלי בקבוצות העיצוב האיטלקיות בשנות השישים: סופר-סטודיו (Superstudio), ארכיזום אסוסיאטי (Archizoom Associati), יו-אף-או (UFO), סטודיו 65 (Studio65).
הקמת "אלכימיה", והתערובות של חברי הקבוצה: תערוכת Bau.haus, 1979 ותערוכת I Mobili Infinito Exhibition, 1981 במילאנו.
הקמת ממפיס (Memphis) ועבודותיהם של חברי הקבוצה בהשוואה לעיצוב המודרני.
במקום מקוריות, עיצוב המתייחס למסורות עיצוב קודמות.
דוגמה Alessandro Mendini – Redesigned Thonet Chair, for Studio Alchimia, 1978
במקום פונקציונליות, מוצרים לא פונקציונליים.
דוגמה Dan Friedman – Fountain Table, for the Formica Corporation, 1988
במקום פשטות, עיצוב בצורות מורכבות וריבוי בעיטור.
דוגמה Nathalie du Pasquier – fabric designs, 1981-1982
במקום יעילות, מוצרים לא יעילים.
דוגמה Ettore Sottsass – Carlton room divider, for Memphis, 1981
במקום אוניברסליות, מוצרים כנגזרת של תרבות.
דוגמה Michael Graves – Alessi Signature Kettles, 1985
במקום אמת החומר, סקיומורפיזם ושלילת אמת החומר.
דוגמה Howard Meister – Nothing Continues to Happen, 1981
עבודתו של רון ארד בעיצוב פריטים יחידניים (one-off) בעלי אופי תעשייתי.
דוגמה Ron Arad – Concrete Stereo, 1983

• רוברט ונטורי ועיצוב הבית הפרטי לאמו: Robert Venturi – Vanna Venturi House, Philadelphia, 1964
• רעיון הדה-קונסטרוקציה וביטוי באדריכלות.
דוגמה Daniel Libeskind – Jewish Museum Berlin, 1999
• הסגנון הפסיכדלי כמבשר העיצוב הגרפי הפוסט-מודרני.
דוגמה Bonnie Maclean – The Yardbirds, The Doors, 1967
• וולפגנג ויינגרט (Wolfgang Weingart) חלוץ סגנון הגל החדש (New Wave).
דוגמה Wolfgang Weingart – Kunsthalle Basel kunstcredit, 1977
• אפריל גריימן ועיצוב בהשפעת תוכנות גרפיות ממוחשבות.
דוגמה April Greiman – Changing Concepts of Space in Architecture & Art Lecture Series poster, 1986
• סגנון הגראנג' (Grunge) וההשראה מטיפוגרפיה ורנקולרית.
דוגמה David Carson – Ray Gun magazine, 1990's

הצעות להרחבה ודין
• שימוש בהומאז' (Homage) ובפסטיש (Pastiche) בעיצוב גרפי.
דוגמה Paula Scher – Swatch Watch poster, 1985
• פיליפ ג'ונסון (Philip Johnson) כנציג האדריכלות המודרנית והמעבר לאדריכלות פוסט-מודרנית.
דוגמה Philip Johnson & John Burgee – AT&T Building, New York, USA, 1984
• מעצבי אופנה מרכזיים: ג'יאני ורסאצ'ה (Gianni Versace), דולצ'ה וגבאנה (Dolce & Gabbana), ג'ורג'יו ארמני (Giorgio Armani); ויוויאן וסטוד (Vivienne Westwood); המוזיקאי-מפיק הבריטי מלקולם מקלארן (Malcolm McLaren).

פרק 8: עיצוב בעידן המידע



שלוש המצאות טכנולוגיות שהתפתחו בראשית שנות התשעים של המאה העשרים – מחשבים ביתיים, טלפונים סלולריים אישיים ואינטרנט – מסמנות את סוף תקופת התיעוש, שהתחילה עם המהפכה התעשייתית, ואת תחילת עידן המידע (Information Age). עידן המידע מאופיין בייצור, צריכה, החלפה ואגירה של מידע. כולנו מייצרים תמונות, וידאו וטקסטים, והמידע נשלח מיד ונשמר באינטרנט באיכותו המקורית. ייצור מידע אינו שמור עוד רק לבעלי מקצוע כמו אנשי אקדמיה, אנשי רוח ועיתונאים, אלא פתוח לכל אדם.

עידן המידע הביא לשינויים תרבותיים מרחיקי לכת. התרבות שהתפתחה בשני העשורים הראשונים של המאה העשרים ואחת שמה דגש רב יותר מכל תקופה קודמת בחשיבות האינדיבידואל ובביטוי האישי של כל פרט ופרט בחברה; התקשורת המיידית האיצה את קצב החיים; המסחר הפך לגלובלי, וחברות מסחריות מייצרות בכל העולם; תאגידים אוספים מידע על צרכנים ומייצרים פרסום ממוקד. אלו רק מקצת התמורות שהתרחשו בפחות משני עשורים.

פרק זה סוקר את העיצוב בעידן המידע, מהעשור האחרון של המאה העשרים, לאור השינויים הטכנולוגיים, החברתיים והתרבותיים המאפיינים את התקופה. הפרק מתמקד בשני זרמים מרכזיים הממשיכים זרמים מהמאה העשרים: **העיצוב הניאו-מודרני** (ראו פרק 8.1) ממשיך את העיצוב המודרני בהיצמדות לעקרונות הפונקציונליזם המינימליסטי והרציונלי כפי שהתגבשו בגרמניה של אחרי מלחמת העולם השנייה, ו**העיצוב הפוסט-מודרני העכשווי** (ראו פרק 8.2) ממשיך את העיצוב הפוסט-מודרני, בהתכוונותו לערער על עקרונות המודרניזם ולהציע חלופה פלורליסטית, ביקורתית ופולמוסית. בנוסף, הפרק סוקר את **העיצוב הפרמטריציסטי** (ראו פרק 8.3), המהווה סגנון חדש ומקורי, שביסודו החצנת היכולות הטכנולוגיות החדשות של המאה העשרים ואחת.

8.1. העיצוב הניאו-מודרני

הפרק מציג את הסגנון הניאו-מודרני מנקודת מוצא השוואתית מול הסגנון המודרני ומראה כיצד המעצבים הניאו-מודרניים מתאימים את העיצוב המודרני של שנות החמישים למאה העשרים ואחת, בהיבטים טכנולוגיים וביחס לשינויים בתרבות הגלובלית.

העיצוב הניאו-מודרני הוא בין סגנונות העיצוב הנפוצים בתקופתנו. בעיצוב מוצר, בעיצוב פנים ובאדריכלות הוא מהווה חידוש של "העיצוב הטוב" (Good Design) לצד הטמעת העיצוב האמריקאי משנות החמישים (ראו פרק 6.4). בעיצוב גרפי הוא בגדר חידוש של ה"סגנון השוויצרי" (ראו פרק 6.1) לצד הטמעת ביטויים פוסט-מודרניים (ראו פרק 7.2). תחילת העיצוב הניאו-מודרני בראשית שנות השמונים, בתקופה שבה פרח הסגנון הפוסט-מודרני (ראו פרק 7.2), והוא קיים ופועל גם בימינו.

בשנת 1984 שכר מייסד אפל (Apple) סטיב ג'ובס את המעצב הגרמני הרטמוט אסלינגר (Hartmut Esslinger) ואת סטודיו העיצוב שלו פרוג (Frog) לשם עיצוב כל מוצרי חברת אפל. במשך כשש שנים גיבש הסטודיו את הקונספט הסגנוני של כל מוצרי החברה בהתאם ל"שפת שלגייה" (Snow White design language) שגיבש דיטר ראמס (Dieter Rams) לחברת בראון בשנות החמישים. כמו עיצוביו של ראמס לבראון, גם העיצוב הניאו-מודרני עושה שימוש אינטנסיבי בצבע אחד (בעיקר גוונים של קרמים ואפורים עם לבן או שחור), חותר לפשטות (נטול עיטורים), נוטה להשתמש בצורות גיאומטריות פשוטות, פונקציונלי (עונה על צורך שהוגדר מראש), יעיל (הן באופן ייצורו והן בשימוש המיועד לו), נאמן לאמת החומר (מקפיד להציג את החומר בתכונותיו האמיתיות), אוניברסלי ועל-זמני (מתאים לכל אדם בכל זמן ובכל מקום).

אך שלא כמו בעיצוב המודרני, הערך "מקוריות" אינו מתקיים בעיצוב הניאו-מודרני, בהיותו היסטוריסטי: הוא מחקה את "העיצוב הטוב" במאפייניו החזותיים, עד שניתן למצוא זהות בין מוצרים שעיצב דיטר ראמס לחברת בראון בשנות החמישים למוצרים שעוצבו בחברת אפל. דוגמה – מכשיר האיפוד (iPod) של אפל משנת 2002 דומה בעיצובו למכשיר הרדיו T3 שעיצב ראמס לבראון ב-1958. בעיצוב רהיטים ניכרת השפעה של סגנון הריהוט מאמצע שנות החמישים בארצות הברית, סגנון המכונה "רהיטי אמצע המאה" (Mid-century furniture), המהווה בעצמו מעין איחוי של הריהוט הסקנדינבי והאיטלקי של אותה תקופה (ראו פרק 6.4). דוגמה – בעיצובי חברת ארפר (Arper) האמריקאית, בעיצוביהם של רונאן וארווין בורולק (Ronan and Erwan Bouroullec) ועוד. יתרה מזאת, רהיטי המופת של שנות החמישים – של בני הזוג אימס (Ray and Charles Eams), של הארי ברטויה (Harry Bertoia) ואחרים – ממשיכים להיות מיוצרים כיום אצל היצרניות הגדולות.

חדשנותו של הניאו-מודרניזם לעומת המודרניזם באה לידי ביטוי בכמה היבטים. ראשית, בהתאמת "העיצוב הטוב" לטכנולוגיות חדשות, כגון מסכי מגע דקים המאפשרים ליצור מכשירים דקים וקלים יותר המתמקדים בתצוגה ויזואלית. שנית, במכוונות להתמודדות עם מורכבות המידע וריבוי, גורמים המצויים במהותו של עידן המידע. התפיסה הניאו-מודרנית גורסת שעיצוב צריך להביא שקט ולאפשר לנו להתרכז, כי הטכנולוגיה מעמיסה עלינו המון מידע. לכן העיצוב הניאו-מודרני חותר ליצירת סדר ולהפחתה, ככל האפשר, של הפרעות. הצורות גיאומטריות, הכפתורים מושטחים, הברגים והחיבורים מוסתרים, והעיצובים מזוקקים למהות שלהם – המינימום ההכרחי כדי להראות שמדובר באובייקט המבצע פונקציה מסוימת.

מגמה זו מביאה לכך שכל המוצרים מאותו סוג (למשל, שואב אבק רובוטי) נראים דומים זה לזה, וכמעט אי אפשר להבדיל בין מוצרים מחברות שונות. אך השינויים התרבותיים מרחיקי הלכת של עידן המידע מצויים בקונפליקט עם נטייה מינימליסטית וא-פרסונלית זו. מאחר שכל אדם נעשה יצרן של ידע, חשיבותו של האינדיבידואל והביטוי האישי של כל פרט בחברה דומיננטית יותר מבכל תקופה קודמת. הניאו-מודרניזם, שנמנע מהבעה של ייחודיות, פותר בעיה זו (לכאורה) ביצירה של התאמות אישיות מוגבלות (כגון גיוון צבעוני במעטפות או בכיסויים) כדי שתהיה תחושה של בחירה וייחודיות.

בעיצוב פנים ואדריכלות, המעצבים ממשיכים את גישת "עור ועצמות" שפיתח מיס ון דר רוהה (ראו פרקים 4.3, 6.1) בארצות הברית בסוף בשנות החמישים ומטמיעים את רעיונות העיצוב הדמוקרטי של המדינות הסקנדינביות (ראו פרק 6.2). החלל מאורגן במבנה סכמטי-גיאומטרי ביעילות וללא אלמנטים עודפים. החלל נראה גדול ופתוח באמצעות קירות לבנים נטולי פרטים וחלונות גדולים או קירות מסך מזכוכית המציעים שהמקום לא מסתיר דבר ומגלה הכול. תחושת המרחב הגדול מושגת גם בזכות טכנולוגיות תאורה מתקדמות ושילובים של תאורה טבעית עם תאורת LED או תאורת פלואורסצנט, שבעזרתם אפשר ליצור משטחי אור נרחבים שמאירים את החלל באחידות. לעיתים התאורה משולבת עם ספופים או עם תאורה תלויה, בעלי מראה פשוט וסטרילי. בכולם הדגש העיקרי הוא בפונקציה, הארה, ולא בפיסוליות של האובייקט. כך מיושם העיקרון של השקטה והעלמה ככל האפשר של אלמנטים פונקציונליים גם בעיצוב הפנים. בדרך כלל משולבים בחלל "רהיטי אמצע המאה" (ראו פרק 6.4). החללים נעדרים מאפיינים תרבותיים ייחודיים, ויכולים להתאים באותה מידה למקומות שונים בעולם, גם כאשר מדובר בעיצוב בתים פרטיים. הניאו-מודרניזם נתפס כמעין סגנון רקע שאפשר להציג עליו גם מוצרים מסגנון אחר. בחנויות בסגנון זה יש מרווחים ברורים וגדולים בין המוצגים.

רוב העיצוב הגרפי נעשה כיום בסגנון הניאו-מודרני, שמהווה מעין המשך של הסגנון השוויצרי שפותח בשווייץ בשנות החמישים (ראו פרק 6.1). בעיצוב לוגואים מתקיימת מגמה בולטת של עיצוב מחדש. הלוגואים עוברים עידון, השטחה של תלת-ממדיות לדו-ממדיות והפשטה לאייקון הבסיסי והגיאומטרי ביותר. חברות רבות משנות את הטיפוגרפיה מפונט סריפי לפונט סן-סריפי. הדוגמה המובהקת ביותר למגמה זו היא הלוגו של גוגל (Google). מאז עוצב ב-1998 עבר הלוגו השמטה של העיבוי ושל הצל, העלמה של הסריפים וגיאומטריזציה.

בעיצוב כרזות נמשכת המגמה של הסגנון השוויצרי, אך מתקיימים הבדלים משמעותיים. הנושא של הכרזה (פרסום מסעדה, הזמנה למופע וכדומה) אינו מופיע כצורות גיאומטריות כפי שהיה נהוג במדינות הדוברות גרמנית (ראו פרק 6.1) או כאיור או צילום של נושא הכרזה, כפי שהיה נהוג באיטליה (ראו פרק 6.3). במקום הנושא מופיע לעיתים דימוי מרומז כייצוג שלו, לעיתים הטיפוגרפיה מוסתרת חלקית ולעיתים טקסט גדול תופס את רוב הכרזה. הגישה השנייה מכונה "טקסט כתמונה" (Text as Image): טיפוגרפיה מוגדלת של הלוגו שמאבדת קריאות והופכת לאלמנט גרפי עצמאי. בכל המקרים, כדי לקרוא את הכרזה נדרשת מידה קטנה של פענוח. הכרזה יוצרת מעין חידה ויזואלית, וכשהמשחק מוצלח העין רוצה לפענח את מה שכתוב.

בעיצוב אתרי אינטרנט שולט הרקע הלבן נטול האינפורמציה היוצר תחושת מרחב ושקט. בדומה לעיצוב הפנים, המרחב הווירטואלי הניאו-מודרני נחשב ראוי להצגה של כל תוכן, כדי "לתת לעבודות לדבר". הטיפוגרפיה לרוב סן-סריפית, השפה ברורה וקריאה ולא מושכת את העין, הממשק היררכי ופשוט לתפעול והמידע עובר בצורה ברורה.

בשנת 2014 פרסמה גוגל מדריך לעיצוב מדיה בשם "עקרונות העיצוב החומרי של ממשק המשתמש" (User Interface Material Design Principles). המסמך מספק הנחיות לעיצוב ממשקים, כדי שיהיו אינטואיטיביים וייתרו הנחיות. לפי המסמך, יסודות האינטראקציה הם משטח, אור ותנועה: יש להתייחס אל החומר כאל מטפורה, כי משטחים וקצוות משמשים רמזים לפעילות, ומעוגנים בחוויות היומיומיות שלנו. החומר הפשוט ביותר הוא נייר, אבל יש להתייחס אל הנייר כאל נייר קסום, וכמו להמציא חוקים חדשים לפיזיקה. דוגמה באפליקציות רבות לטלפונים החכמים אנו גורמים למשהו להתקרב על ידי נגיעה, כאילו האצבע שלנו היא מגנט. האור הנופל על הנייר צריך להיות ריאליסטי, ולהצביע על שינויים בהזזת חלקים; העיצוב צריך ליצור תנועה עדינה וקוהרנטית, שמשתמשת למיקוד המבט וליצירת המשכיות.

תחום נוסף שמקבל חשיבות גבוהה בעידן המידע הוא אינפוגרפיקה, המבקשת להתמודד עם הזרם העצום והבלתי פוסק של ידיעות חדשותיות, תמונות, וידיאו, סטטיסטיקות ועוד. מתוך השאיפה להפחית את המורכבות, המעצבים הניאו-מודרניים משתמשים בגרפים, בטבלאות, בדיאגרמות, באיורים ובחתכים, שמציגים נתונים בבהירות רבה. כשהנתונים נמצאים אונליין, לעיתים מופיעה גם גרפיקה נעה או אינטראקטיבית, המאפשרת לצופה לחשוף נתונים בהדרגה. אחד המגזינים העושים שימוש תדיר באינפוגרפיקה מגוונת הוא המגזין האמריקאי "וירד" (Wired), העוסק בטכנולוגיות חדשות, בניהול, עיצוב ופוליטיקה, ובהשפעות ההדדיות שלהם זה על זה. האינפוגרפיקה הצבעונית של המגזין מסייעת לצופה לקלוט נתונים מורכבים בפשטות ולהסיק מהם מסקנות במהירות.

נושאים לדיון
הרטמוט אסלינגר (Hartmut Esslinger) וסטודיו פרוג (Frog) – עיצוביהם לחברת אפל (Apple) ב"שפת שלגייה" של דיטר ראמס (Dieter Rams) בתחילת שנות השמונים.
דוגמה Hartmut Esslinger – 128K Macintosh, 1984
עיצוב מוצרים נטולי מאפיינים ייחודיים (קשה להבדיל בין מוצרים של חברות מתחרות), מבוסס על צורות גיאומטריות, יש למוצרים פינות מעוגלות (רדיוסים), והופשטו מהם כל הפרטים והחיבורים, כך שנותרו מאפיינים מינימליים ההכרחיים לזיהוי המוצר.
דוגמה Jasper Morrison – Toaster, for Rowenta, 2004

• התאמת השפה העיצובית הניאו-מודרנית לטכנולוגיות חדשות:
• מזעור בעקבות טכנולוגיית LED.
דוגמה Antonio Citterio – Kelvin Edge lamp with LED technology, for Flos, 2015
• התמודדות עם ייחודיות הפרט המאפיינת את עידן המידע.
דוגמה בכיסויים (קאברים) לטלפונים סלולריים של חברת אפל
• עיצוב רהיטים הממשיך את מסורת "רהיטי אמצע המאה" (Mid-century furniture).
דוגמה Ronan and Erwan Bouroullec – Softshell, for Vitra, 2017
• עיצוב פנים ואדריכלות: מינימליזם, הגדלת החלל באמצעות תאורה, קירות לבנים, חלונות גדולים, ריצוף לאורך וכדומה.
דוגמה John Pawson – Schrager Apartment, New York, 2006-2009
• כרזות: טקסט כתמונה (Text as Image): טיפוגרפיה מוגדלת של הלוגו שמאבדת קריאות והופכת לאלמנט גרפי עצמאי; הנושא עצמו אינו מופיע, אלא ייצוג שלו; טיפוגרפיה סן-סריפית; לעיתים קרובות בלי תוספת של דימוי; ניכרת ההשפעה של תוכנות המחשב הגרפיות המפותחות; הכרזה דורשת להתעכב על פענוח חידה ויזואלית, לעיתים קרובות בקריאת הטיפוגרפיה, המוסתרת חלקית או מוגדלת; בניגוד לסגנון השוויצרי של שנות החמישים, אין חללים לבנים נטולי אינפורמציה.
דוגמה Studio Sarp Sozdinler – Speak to the eyes, c. 2015
• אינפורמטיקה: מינימליסטית, מיועדת להקל על הקריאה ועל ההתמצאות לנוכח ההצפה בכמויות אינסופיות של מידע דינמי.
דוגמה Wired UK – Nuclear Slowdown from 1950 to 2020, 2017 Isao Hashimoto – A Time-Lapse Map of Every Nuclear Explosion Since 1945, 2003
• עיצוב לוגואים: השטחה, העלמת צל והדגשות, ויתור על סריפים והחלפתם בפונטים סן-סריפיים.
דוגמה התפתחות הלוגו של גוגל מ-1998 ועד ימינו
• חוברת ההדרכה "עקרונות העיצוב החומרי של ממשק המשתמש" (User Interface Material Design Principles) של חברת גוגל משנת 2014.
• תערוכת "סופר נורמל" (Super Normal) של ג'ספר מוריסון (Jasper Morrison) ונאוטו פוקסאוה (Naoto Fukasawa) בשנים 2006-2009.
הצעות להרחבה ודיון
• חברת האופנה המינימליסטיות "תיאורי" (Theory).
• חברת "מוג'י" (MUJI).

8.2. העיצוב הפוסט-מודרני העכשווי

הפרק דן בעיצוב הפוסט-מודרני העכשווי בהשוואה לעיצוב הפוסט-מודרני של סוף המאה העשרים. הפרק מראה שמעצבי הפוסט-מודרניזם העכשווי מרחיבים את פעילות קודמיהם כשהם משתמשים בעיצוב ככלי לעורר שאלות בסוגיות עכשוויות.

העיצוב הפוסט-מודרני (ראו פרק 7.2) שם את מרב המשקל בניגוח המודרניזם על ידי יצירת ניגוד או היפוך חריף לו. כמו העיצוב הפוסט-מודרני, גם המעצבים הפועלים בגישת הפוסט-מודרניזם העכשווי מסרבים לגישות המודרנית והניאו-מודרנית, המנסות לפשט את העולם ולהוריד את רמת המורכבות. מבחינת מעצבים אלו, העולם רווי במוצרים שפותרים בעיות חומריות, מבצעים פונקציות ברורות ועונים על דרישת הלקוח. המעבר מעידן התיעוש לעידן המידע במאה העשרים ואחת מזמן למעצבי הפוסט-מודרניזם העכשווי התמודדות נוספות: הכלכלה הקפיטליסטית הגלובלית מגבירה את חוסר השוויון העולמי, המשבר האקולוגי הולך ומחריף בעקבות ייצור של פסולת אלקטרונית, ושיתוף הידע חושף שחיתויות ומסייע לתנועות מחאה עולמיות לקום ולשנות את החברה, למשל אתר האינטרנט ויקיליקס (WikiLeaks) שהוקם בשנת 2007 ומציג ידיעות מצונזרות על מדינות ואישים שהודלפו למערכת האתר. לגבי המעצבים, הסוגיות החברתיות, הפוליטיות והכלכליות משמשות חומר גלם רעיוני ליצירה.

וכך, במקום רק למצוא פתרון לבעיה פונקציונלית, המעצבים רואים בעצמם גם פעילים חברתיים היוצרים עיצובים שמעוררים דיון ומעלים שאלות הנוגעות לבעיות מקומיות כמו גם לתרבות הגלובלית החדשה. לעיתים השאלות נוגעות לסוגיות פוליטיות, חברתיות וכלכליות, כגון: כיצד משפיעה מלחמה רחוקה על חיי היומיום שלנו? כיצד נוכל להתמודד עם התדלדלות המשאבים הטבעיים? האם אירופה מתייחסת כראוי למהגרים? כיצד מתמודדים עם איום גרעיני? לעיתים השאלות נוגעות לדיסציפלינת העיצוב, למשל, כיצד משפיעה ההיסטוריה של העיצוב על חיינו כיום? האם חיקוי והעתקה ישירה הם אסטרטגיות לגיטימיות? כיצד משפיע עודף האינפורמציה הדו-ממדית על עיצוב מוצרים תלת-ממדיים? מטרת המעצבים איננה לתת תשובה ברורה לשאלות אלא לפתוח פתח לדיון ולמחשבה.

בניגוד לעיצוב הפוסט-מודרני, שהתבסס לרוב על חוסר פשר ברור של היצירה כביטוי לעמדה אנטי-מודרנית, הפוסט-מודרניזם העכשווי מבקש מהמשתמשים לקחת בחשבון את כל האלמנטים שיצירת העיצוב מכילה, כדי לנתח את העיצוב ולהבין מהי השאלה. **החומרים** שמהם עשוי המוצר ישמשו, למשל, כדי להעלות שאלות הנוגעות לפער שבין העולם החומרי (הישן) לעולם הווירטואלי (החדש); **הצורות** המרכיבות את המוצר יהיו מעולם הדימויים הגלובלי, רכיבים במטען התרבותי הטבוע בתודעה הקולקטיבית, וישמשו למשל כדי לעורר דיון ביחס שבין תחומי פעילות אנושיים נבדלים (כגון "מלחמה" ו"בית"); **טכנולוגיות הייצור** ישמשו למשל כדי להפנות את תשומת הלב לדיוק ולמאמץ הנדרשים מעבודה ידנית לעומת האוטומטיזציה של עיצוב בכלים טכנולוגיים ממחושבים. דוגמה אגרטה "Blow Away" של סטודיו פרונט (Front) משנת 2009 מעלה לדיון את שאלת ההשפעה של טכנולוגיות דיגיטליות של המאה העשרים ואחת על עיצוב ידני מקומי ומסורתי בעזרת מקרה פרטי של קרמיקה מהעיר דלפט ההולנדית (Delftware).

לעיתים מוצרים ייוצרו בייצור לא יעיל, מסובך ויקר במופגן. במקרים אלו, אי היעילות משמשת נדבך חשוב בהבניית משמעות האובייקט. ככל שהוא מסובך יותר, כך הוא אפקטיבי יותר מבחינה רגשית. בכל מקרה, אם האסתטיקה פשוטה ואם היא מורכבת, בכל העיצובים הנקודה היא עומס המשמעות התרבותית שהעיצוב נושא. המשמעות תהיה מורכבת, ותדרוש מאיתנו תשומת לב ומחשבה.

העיצוב הפוסט-מודרני העכשווי מתייחס למקוריות באופן אמביוולנטי. המעצבים סבורים שבמסגרת הניאו-מודרנית לא יכולה להיות יותר מקוריות, ואף בקושי רב אפשר לחדש. לדעתם, מעצבים ניאו-מודרניים רבים מעדיפים להיצמד למודולים מוצלחים של מוצרים, מרחבים ופונטים משנות החמישים ולבצע בהם שינויים קטנים שמייצרים חידוש כלשהו, אבל כבר קשה מאוד "להמציא את הגלגל". במקום ליצור עוד ועוד חידושים, המעצבים גורסים שיש לקחת את העבר העשיר של התרבויות השונות, וכמו לגזור ממנו חלקים ולהשתמש בהם כדי להביע עמדה בסוגיות שעולות כיום בכל תחומי החיים, או ליצור טיפוגרפיה פרטיקולרית, המתאימה להקשר ספציפי. עבודותיה של המעצבת הקנדית מריאן בנטייה (Marian Bantjes) משקפות נטייה זו. בספרה Wonder | שיצא לאור בשנת 2010 כל אחד מהעמודים מוקדש לנושא אחר, ובעל טיפוגרפיה שונה המתייחסת לנושא.

בעיצוב חללים ציבוריים, מעצבים בגישה הפוסט-מודרנית העכשווית מראים שאין כזה דבר "אדם שכיח", שהאדם הוא לא מכונה אלא מונע מדחפים, תשוקות ורצונות. הם מעצבים מתוך פנייה אל הרגש של הסובייקט, ויוצרים הקשרים קונטקטטיביים, המציגים מגוון תרבויות מכל התקופות, מתוך שאיפה לגשר בין תרבויות. בעיצוב משרדים, המעצבים מקנים למרחב אופי משחקי, המיועד לשפר את האפקטיביות האמוציונלית של העובדים. דוגמה מופתית היא משרדי חברת גוגל ברחבי העולם. בכל מדינה עיצוב המשרד מותאם לאופי המדינה, ומבוסס על דימויים, סמלים וחומרים מקומיים. המשרדים מעוצבים כדי להגביר את האינטראקציה החיובית ואת ההנאה של העובדים, משום שהחברה מאמינה שככל שיהיה לעובדים יותר כיף, כך הם יפיקו יותר מעצמם, יהיו יותר יצירתיים, והחברה תהיה רווחית יותר.

בעיצוב בתים פרטיים, השליטה על המרחב נעשית באמצעות ריבוי חפצים בסגנונות שונים ומתקופות שונות, בדומה לעיצוב הוויקטוריאני האקלקטי (ראו פרק 2.1). אך מטרת העיצוב היא להכיל ניגודים ולפשר בין גבוה לנמוך, בין מזרח למערב, בין יוקרתי ליומיומי. לשם כך המעצבים משלבים בדים מעוטרים ודוגמאות מסגנונות וטקסטורות רבים. גופי התאורה שבחלל דומיננטיים ויוצרים תאורה ממוקדת המדגישה אזורים מסוימים. הקירות לעיתים קרובות צבועים בגוון כלשהו המועדף על הדרים בבית. הפונקציה היא רגשית – הבית מעוצב כדי לשקף את האופי של האנשים הגרים בו.

גם בעיצוב גרפי, מטרת הפוסט-מודרניזם העכשווי איננה להיות קריא או להעביר נתונים בדרך היעילה ביותר, כפי ששואפים המעצבים הניאו-מודרניים. מטרת המעצבים היא ליצור גרפיקה הפונה אל הרגש, מעוררת רעיונות, מעלה שאלות ויוצרת עמדות. בעיצוב פונטים, במקום טיפוגרפיה פונקציונלית ויעילה, הטיפוגרפיה תהיה ניסיונית, ותקושר חזותית לנושא ייחודי או לסוגיה תרבותית. פונט אמנם חייב להיות קריא, כי אם לא יהיה קריא לא יהיה אפשר לזהות מה כתוב, אבל הוא ימתח את גבול הקריאות עד תום.

באינפוגרפיקה, במקום לעצב כדי להעביר את המידע באופן הברור והנגיש ביותר, המידע יועבר באופן מניפולטיבי, הפונה אל הרגש. מידת הדיוק של האינפוגרפיקה תהיה אולי נמוכה יותר, אך היא תחדד ותציף את ההיבטים הבעייתיים שמאחורי המידע ה"יבש". למשל, במקום מספרים בדיאגרמה המציגה אי שוויון, האינפוגרפיקה תעוצב כך שיהיה ברור שמאחורי הנתונים יש בני אדם החווים את אי השוויון על בשרם. בעזרת מניפולציה ויזואלית על מידע קיים, המעצבים מעבירים מסר חברתי.

פוסט-מודרניזם עכשווי הוא אפוא סגנון העיצוב הקרוב ביותר לאמנות. יצירות אמנות אינן מיועדות לשימוש אלא מוצגות כדי שיעוררו בנו מחשבות בצפייה או בהאזנה. לעומת זאת, כשאנחנו משתמשים ביצירת עיצוב, מימד השימוש מוסיף עוד רובד לדיון שהיצירה מעוררת. מעצבי הפוסט-מודרניזם העכשווי מרחיבים כך את האמנות דרך העיצוב.

נושאים לדיון
• העיצוב מגיב לסוגיות חברתיות, פוליטיות וכלכליות.
דוגמה Metahaven – Wikileaks scarves, 2011
• החומר הוא חלק בלתי נפרד ממשמעות המוצר המעוצב.
דוגמה Maarten Baas – Smoke collection, for Moooi, 2004
• סקיומורפיזם מתקיים יחד עם אמת החומר.
דוגמה Studio Job – Gothic Chair, for Moooi, 2011
• המעצבים רואים בעיצוביהם ביטוי לאחריות אישית-מוסרית.
דוגמה Philippe Starck – Gun Lamp, for Flos, 2005

• עיצוב לימינואידי, על גבול האמנות.
דוגמה Front – Blow away vase, 2009
• ייצור לא יעיל כמעצים את המסר העולה מהעיצוב.
דוגמה Patricia Urquiola – Earthquake 5.9 collection, 2013
• יחס אמביוולנטי למקוריות.
דוגמה Oded Ezer – Practical Particles, 2014
• עיצוב פנים ואדריכלות: תחושה של חלל קטן ואינטימי גם כשמדובר בחלל גדול, על ידי שימוש בתאורה ממוקדת וריבוי פריטים.
דוגמה Jeffrey Bilhuber – Upper east side executive suite c. 2010
• בחללים ציבוריים, יצירת הקשרים קונוטטיביים, העיצוב חותר להצגת מגוון תרבויות מכל התקופות, גישור בין תרבויות.
דוגמה Marcel Wanders – Mondrian Doha hotel, for SBE, Doha, 2018
• בעיצוב משרדים, יצירת הקשר תרבותי מקומי.
דוגמה Camenzind Evolution and Setter Architects and Studio Yaron Tal – Google's campus in Tel Aviv, 2013
• טיפוגרפיה: הסגנון משקף את מורכבות המידע.
דוגמה Marian Bantjes – I Wonder Book, 2010
• אינפוגרפיקה: מניפולציה במידע קיים כדי להעביר מסר חברתי.
דוגמה Gustavo Sousa – Gun Ownership, 2012

הצעות להרחבה ודין
• סטודיו העיצוב של סטפן זגמייסטר וג'סיקה וולש (Sagmeister & Walsh).
• סטודיו העיצוב של יוב סמיתס ונייקה טיינחל (Studio Job).

8.3. העיצוב הפרמטריסטי

הפרק סוקר את הסגנון הפרמטריסטי, ומדגיש את היותו הסגנון המקורי הראשון שלאחר המודרניזם. הפרק מראה כיצד היכולות הפרמטריות במאה העשרים ואחת מכתובות ומכוננות את העיצוב הפרמטריסטי. בזכותן ניתן לייצר צורות שנדמות לבלתי אפשריות המקנות לכל אובייקט וחלל ייחודיות, התבלטות ומראה עתידי.

במאה העשרים ואחת הומצאו טכנולוגיות ייצור חדשות ושופרו טכנולוגיות קיימות, כגון סריקה והדפסת תלת-מימד, חיתוך CNC, ריתוך רובוטי, ועוד. טכנולוגיות אלו מאפשרות למעצבים לייצר (כמעט) כל צורה שהם מתכננים בתוכנות ממוחשבות (CAD). והנה, בעוד העיצוב הניאו-מודרני (ראו פרק 8.1) עושה שימוש בכלים אלו כדי ליצור עיצובים מינימליסטיים ככל האפשר, העיצוב הפרמטריסטי מנצל את היכולות הפרמטריות כדי לייצר צורות שלא היה אפשר ליצור אותן קודם לכן. הפרמטרים הממוחשבים מכתובים את הצורניות, בדומה לאופן שבו העיצוב התעשייתי של המאה התשע-עשרה הכתיב את הצורניות של "אסתטיקת המכונה" (ראו פרק 3.2). בעזרת הפרמטרים המעצבים יוצרים צורות וירטואליות שנדמות בלתי אפשריות, ובעזרת יכולות הייצור החדשניות אפשר לראשונה לייצר צורות מורכבות אלה. בנוסף, בניגוד לעיצוב הניאו-מודרני, לפיו לפונקציה אחת קיימת צורה אידיאלית אחת (FFF) מינימליסטית ומעוטת פרטים, הפרמטריסטים גורסים שהצורה איננה תולדה חד-משמעית של הפונקציה, אלא שלפונקציה אחת עשויה להיות קשת רחבה של ביטויים אסתטיים מורכבים, המקנים לכל אובייקט וחלל ייחודיות, התבלטות ומראה עתידי.

מפתחת הסגנון הפרמטריסטי היא האדריכלית והמעצבת זאה חדיד (Zaha Hadid). חדיד נולדה ב-1950 בבגדד, למדה מתמטיקה בביירות ואדריכלות באנגליה. בשנת 1980 פתחה משרד אדריכלים בלונדון בשם "זאה חדיד אדריכלים" (Zaha Hadid Architects), שהמשיך את מסורת היצירה שלה גם לאחר מותה ב-2016. היא הייתה האישה הראשונה שקיבלה את פרס פריצקר לאדריכלות בשנת 2004. בתחילת דרכה עיצבה בסגנון הדה-קונסטרוקציה (ראו פרק 7.2), אך בתחילת המאה העשרים ואחת גיבשה את הסגנון הייחודי לה.

העיצובים הפרמטריסטיים מאופיינים בצורות נפחיות מורכבות ומרכזים, הנותנות תחושה של יחידה אורגנית שלמה שנראה כאילו הופעלו עליה כוחות טבעיים כזרימת מים או שחיקת רוח. הצורות הנפחיות המרכיבות את העיצוב כמו נמסכות זו בזו בתנועה מרובת כיוונים שנדמית אקראית. המוצרים נראים כאילו היו בתנועה פנימית שנעצרה בנקודת זמן מסוימת, אך באותה מידה יכלו המעצבים לבחור קומפוזיציה נפחית-תנועתית מוצלחת אחרת. בכך נבדל הפרמטריסטיזם מהסטרמיילין (ראו פרק 4.7). בסטרמיילין התנועה פורצת קדימה משום שהיא נובעת ממדע האווירודינמיקה, ולכן נדמית הכרחית. לעומת זאת, בפרמטריסטיזם התנועה פנימית ואקראית. השפה הייחודית של העיצוב הפרמטריסטי מצדיקה את היותו הסגנון המקורי הראשון לאחר העיצוב המודרני, כפי שהתגבש בשנות החמישים.

לעומת העיצוב הניאו-מודרני, שבו כל העיצובים נאמנים לרעיון אמת החומר, כך שכל חומר נבחר מסיבה פונקציונלית ומופיע בטהרתו, בפרמטריסטיזם, החומר שממנו עשוי האובייקט לרוב איננו ידוע. החומר פשוט חסר זהות, וניכר שהבחירה בו משנית להתוויה של הצורה. בעיצובים אחרים החומר מופיע באמיתותו (רואים שהאובייקט עשוי עץ, בטון וכדומה) ונראה כאילו הוא מבצע את הבלתי אפשרי: הוא מפותל, נמתח ומסובב בכיוונים שונים. החומר מציג לראווה את היכולות האדירות של הטכנולוגיות החדשות ליצור את הצורות שהמעצבים תכננו בעולם הווירטואלי. בשני המקרים הנפחיות מקנה תחושה של עודפות של חומר, העומדת בניגוד למינימליזם החומרי של הניאו-מודרניזם.

עקרונות אלו מתקיימים גם בקנה מידה גדול, בעיצוב פנים ואדריכלות. זרימה אחת מחברת את כל האלמנטים בחלל: התקרה הופכת לקירות, והקירות מתמזגים עם הרצפה. לעיתים הרהיטים מעוצבים כחלק אינטגרלי מהחלל עצמו, במעין גרסה קיצונית של גישת "עבודת אמנות כוללת" (Total work of art), שהייתה אופיינית לעיצובי האר-נובו (ראו פרק 3.1). גם התאורה משמשת להדגשת הזרימה של החלל: היא מתווה בחלל קו המעצים את התנועתיות ומבטל את החלוקה לפאות נפרדות. עקרונות תכנון חלל אלו גורמים לחלל להיראות קטן ואינטימי יותר ממה שהוא באמת. זאת לעומת העיצוב הניאו-מודרני, שמטרתו ליצור תחושה של חלל גדול ומרווח. הגישה העיצובית האבסולוטית – שבה המעצבים שולטים בכל פרט ופרט במרחב – גורמת לנוכחים בחלל להרגיש שהם כמו נמצאים בתוך "קרביים" של אובייקט אורגני שלם.

חשוב לציין שבעיצובי הפרמטריזם, הפונקציונליות היא לעיתים קרובות מטרה משנית, והצורה חשובה למעצבים יותר מאשר הפונקציה. בעיצוב פנים, למשל, הוויתור על קירות ישרים ועל אזורים מוגדרים יוצר לעיתים דיסאוריינטציה. גם אינטגרליות הרהיטים מקטינה את החופש של השוהים בחלל, כי אי אפשר לערוך כמעט שום שינויים בעיצוב ההרמטי. חוסר הוורסטיליות של עיצובי הפרמטריזם הפוך למגמה של העיצוב הדמוקרטי שהניאו-מודרניזם מבקש לממש. דוגמה לכך אפשר לראות בעיצובה של חדיד את בלוק המשרדים במוסקבה (Moscow Office block) ב-2015. המעבר בין הקומות אינו שיטתי והגיוני, והרצפה והקירות, המחולקים לאזורים לבנים ושחורים, יוצרים תחושת כיווניות מרובת פניות ומבלבלת.

מגמה נוספת בעיצוב פנים מנסה לפשר בין העיצוב הניאו-מודרני לעיצוב הפרמטריציסטי על ידי שילוב אלמנט פרמטריציסטי בולט שמגדיר את אופן ההתנהלות במרחב בתוך חלל שאפיוניו ניאו-מודרניים: קירותיו ישרים, רהיטיו פשוטים, החלל רחב ומואר באופן אחיד וכדומה. האלמנט הפרמטריציסטי מגדיר את החלל ונותן לו את אופיו המיוחד ואת דרך ההתנהלות בו בעוד המבנה הכללי הניאו-מודרני הפשוט מוריד את רמת המורכבות ומקנה תחושה יותר הומניסטית הפתוחה לפעילות חופשית.

בעיצוב גרפי, עיצוב פרמטריציסטי בא לידי ביטוי בעיקר בניצול יכולות המחשב הווירטואליות כדי לחקור גבולות של גופנים. גופנים "פרמטריים" הם גופנים שיוצרים מעצבים באמצעות אלגוריתם המקבל מתווה של אות המהווה מעין שלד, וכן "חומר" וירטואלי בעל תכונות מסוימות ועקרונות תנועה וירטואליים. המחשב קורא את האלגוריתם ובונה את הפונט בזמן אמת משלושת הפרמטרים, כך שכל אות משתנה כל עוד האלגוריתם עובד. בשיטה זו המעצבים יוצרים לעצמם מרחב וירטואלי שבו הם יכולים לבחור ב"נקודת ההקפאה" שתעצור את האלגוריתם ותניב אות מסוימת. הבחירה מוגבלת רק בהתאם לצורך של האות להיות קריאה, להיראות טוב ולהשתלב עם האותיות האחרות.

המראה העתידי של העיצוב הפרמטריציסטי מתווה עתיד משותף אופטימי לכלל האנושות. כשם שהסטרימליין הנחיל בלבבות האנשים אמונה ביכולת של המדע, הטכנולוגיה והתעוזה האנושית להתגבר על השפל הכלכלי הגדול, כך גם הפרמטריזם שפיתחה זהא חדיד מביע את גבורת האדם על החומר ועל הצורה בעזרת היכולות הטכנולוגיות החדשות. הסגנון דורש – ויש האומרים שבאופן אסקיפיסטי – להתבונן על העתיד כאילו הוא כבר כאן.

נושאים לדיון
• זהא חדיד (Zaha Hadid) כמכוננת הסגנון: על חייה, המשרד העצמאי שהקימה בלונדון והשותפות עם המעצב פטריק שומאכר.
• בעיצוב המוצר, טכנולוגיות חדשות כגון STL ו-CNC, לצד תוכנות התלת-מימד, פותחות פתח לעולם מתקדם של אפשרויות ליצור צורות חדשות. המוצר או החלל נראים כיחידה אורגנית שלמה שאינה מורכבת מחלקים ואין בה פרטי חיבור, לעיתים קרובות מחומר בלתי מזוהה.
דוגמה Ross Lovegrove – Andromeda LED pendant lamp, Yamagiwa, 2010
• בעיצוב פנים מתקיימת שליטה של המעצבת על המרחב, כך שאין להזיז דבר ממקומו, תחושה של הימצאות בגוף אורגני סגור, שימוש בתאורה המעצימה את תחושת הזרימה.
דוגמה Zaha Hadid – Hotel Puerta America, 2005
• סוגיית אמת החומר:
• החומר לעיתים קרובות אינו ידוע, בעיקר בעיצוביה של זהא חדיד.
דוגמה Joris Laarman – Bone chair, 2006

• בעיצובים אחרים החומר מופיע באמיתותו, אך בצורה שנדמית בלתי אפשרית לחומר.

דוגמה Neri Oxman – Gemini Acoustic Chaise, 2014

דוגמה Partisans – Bar Raval, carved mahogany interiors, Toronto, 2015

• בעיצובי פנים אחדים מתקיימת תחושת דיסאוריינטציה.

דוגמה Zaha Hadid – Moscow Office block, 2015

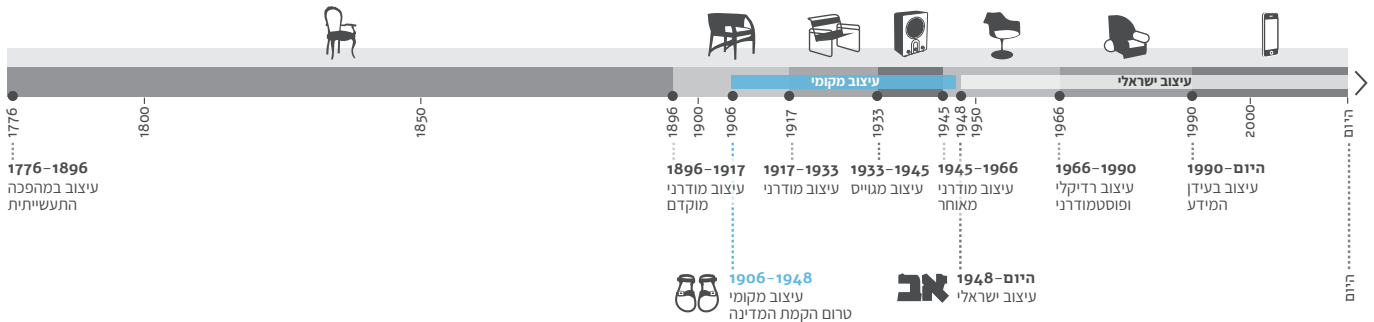
• טיפוגרפיה גנרטיבית: שינוי מתמיד ומשחק בין קריאות לאי-קריאות.

דוגמה John Oquist – Generative Typography for the 35th Type Director's Club Annual, 2015

הצעות להרחבה ודין

• השוואה בין העיצובים בכל קומה של מלון פוארטה אמריקה (Puerta America) שבמדריד: Hotel Puerta America, Madrid, 2005

פרק 9: העיצוב המקומי טרום הקמת המדינה



פרק זה עוסק בעיצוב המקומי מהקמת בצלאל בראשית המאה העשרים בירושלים, דרך העיצוב בתקופת המנדט הבריטי, ועד להקמתה של מדינת ישראל. בתקופה זו מתפתחות במקביל שלוש גישות עיצוביות שמטרתן לסייע לתנועה הציונית במימוש שאיפותיה, והן מנוגדות זו לזו סגנונית. האחת מבקשת ליצור עיצוב בזיקה למסורות העיצוב היהודי בתפוצות ובשילוב מוטיבים מנופי המקום; השנייה מבקשת להתנתק מהמסורת היהודית וליצור שפה ארץ-ישראלית השואבת את איכויותיה מתכונותיו החומריות, האקלימיות והאסתטיות של המקום, בהתייחס למבנים ההיסטוריים ולעיצוב הוורנקולרי של תושבי המקום הפלשתינים; והשלישית מבקשת למחוק כל זכר לתרבות יהודית או מקומית, ולהציב בפלשתינה מודל ברוח הסוציאליזם האירופאי.

הגישה הראשונה מאפיינת את העיצוב ב**בצלאל** (ראו פרק 9.1) בשנים 1906-1929, וכן את האדריכלות הארץ-ישראלית בתקופת **המנדט** (ראו פרק 9.2) מראשיתו בשנת 1917 ועד לשנות השלושים. הגישה השנייה מופיעה בשנות השלושים בעיקר בעיצוב הקרמי (ראו פרק 9.2). הגישה השלישית מתקיימת בכל תחומי היצירה של בצלאל החדש (ראו פרק 9.1), באדריכלות בסגנון הבינלאומי (ראו פרק 9.2) וכן בעיצוב הגרפי בסגנון הריאליזם הסוציאליסטי (ראו פרק 9.2).

9.1. בצלאל

הפרק מציג את הקמת בצלאל בתחילת המאה העשרים, ושם דגש בשאיפותיו של מייסד בית הספר, בוריס שץ, לכונן עיצוב שיביע את ערכי התנועה הציונית.

בקונגרס הציוני העולמי הראשון, שנערך בשנת 1897, הציגו מייסדי התנועה הציונית את החזון הציוני: להקים תנועה לאומית ליהודים שתפעל באופן מעשי לעליית יהודים לפלשתינה ולהקמת מדינה יהודית. ההסתדרות הציונית הוקמה במטרה לאגד את פעילות הגופים הציוניים ברחבי העולם. חסידי התנועה הציונית סברו שגאולת העם היהודי בציון תתממש במהלכים פוליטיים ומדיניים. התנועה הציונית הציגה בכך חלופה מעשית לרעיון הגאולה היהודי שרווח אז, שרק התערבות אלוהית תשיב את עם ישראל לארצו.

לפי התפיסה הציונית, היהודי החדש, "העברי" שעלה לפלשתינה, נדרש להשיל מעליו כל סממן גלותי – לוותר על שפתו המקורית, על בגדיו המסורתיים, על מנהגי מולדתו ועל מאכליה. במקום זה עליו להשתלב במרחב השמי ולאמץ לעצמו זהות חדשה, צברית: לדבר עברית, ללבוש את בגדי החלוצים, לאכול את מאכלי המקום, להקדיש את חייו ליישוב הקרקע ולפתח את מורשת התרבות העברית כדי להכניח לעולים אחריו. עליו לשמש מושא להערצה ולהזדהות לדור הצעיר, סמל לשיבת היהודים לעבודת האדמה בארץ אבותיו. במסגרת זו החינוך החל עוד בגולה בהכשרת יהודי הגלות לעבודה חקלאית ולבנייה, שנלמדו בבתי ספר ובתנועות נוער ציוניות.

השילוב בין הגישה המעשית של התנועה הציונית לבין הציפייה לגאולה משיחית בא לידי ביטוי ביצירתם של יוצרים יהודים מפלשתינה ומאירופה שעיצבו כרזות, גליות, איגרות ברכה לראש השנה, בולים לקרן הקיימת, חפצי נוי, שטיחים

ומוצרים אחרים. ביצירות אלו שימשו מוטיבים מעולם המשיחיות ומעולם הציונות כאחד. בין המוטיבים הציוניים הייתה דמותו של הרצל, שהוצג כמין משה מודרני שהגיע להושיע את העם, ומוטיב מגן הדוד שהופיע על דגל ההסתדרות הציונית. מוטיב משיחי חוזר היה השמש הקורנת, שסימלה את הגאולה, ופסוקים מן התנ"ך שעוסקים במושג הגאולה: "ושבו בנים לגבולם", "ישושם מדבר וצייה ותגל הערבה", ועוד. בעזרת המוטיבים הללו התגבשה בתוך שנים ספורות שפה חזותית ששיקפה את תמונת העולם הציונית והייתה לחלק בלתי נפרד ממנה. המוצרים היו נפוצים ביותר בקרב קהילות של יהודים ברחבי העולם. הם היו לתעמולה שיצרה דעת קהל חיובית לרעיון הציוני, עודדה תמיכה המונית ברעיון הציוני והובילה להתגברות העלייה היהודית לארץ ישראל.

כחלק מהחזון לעיצוב ציוני פעל האמן היהודי-הליטאי בוריס שץ להקים בית ספר לאמנות ולעיצוב ציוני בפלשתינה, בהתבסס על המודל ששימש אותו כשייסד בסופיה, בירת בולגריה, את האקדמיה המלכותית הבולגרית לאמנות אותה ניהל במשך כעשור. הוא פנה להרצל והציג בפניו את החזון להקים בית ספר יהודי ציוני בפלשתינה, וזכה לתמיכתו. ב-1905 החליטה הנהגת התנועה הציונית בגרמניה לתמוך ברעיון של שץ, והחלה בגיוס מעשי של תרומות לשם הקמת בית הספר. "בצלאל – בית מדרש למלאכת האמנות" נוסד בשנת 1906 בירושלים.

המוסד נחלק לשלושה אגפים: האגף הראשון היה בית ספר לאמנות ולעיצוב, שנועד לתלמידים ששקדו על דגמים ועיטורים. האגף השני כלל סדנאות שיצרו את הדגמים שעוצבו במחלקת האמנות – קליעת רהיטים, קדרות, ריקוע, הדפס אבן, אריגה ועוד – ובו הועסקו תושבי ירושלים בכל הגילאים. האגף השלישי, "בית הנכות", היה מוזיאון שכלל פרטי אמנות יהודית שתרמו פעילים ציונים ברחבי העולם, ארכיאולוגיה מקומית, וכן אוסף חי וצומח מרחבי הארץ. אלו שימשו מקור השראה ליוצרי מחלקת האמנות. בית הספר שימש גם כמרכז תרבות בירושלים, ובמסגרתו ניתנו הרצאות פופולריות לקהל הרחב בנושאים שונים, נערכו תערוכות של עבודות התלמידים וכן נשפים. שץ דגל בהנחה שאי אפשר להיות אמן בלי להיות אומן. תלמידי בית הספר לאמנות חויבו ללמוד מלאכה מעשית, והאומנים, שהיו בני כל הגילים, חויבו בשיעורי רישום בשעות הערב. בנוסף לשיעורים המקצועיים, כל התלמידים למדו גם עברית.

עיצובי בצלאל בשני העשורים הראשונים לקיומו של המוסד משקפים מגמות אמביוולנטיות. מצד אחד, שץ התנגד לזרמים העכשוויים באמנות באירופה ותמך בשימור מלאכות פולקלור שיהודי העולם הביאו עמם לפלשתינה. מצד אחר, הוא שאף ליצור סגנון עברי מקורי שישקף את חזונה של המנהיגות הציונית שמימנה את בית הספר, אשר מטרתה הייתה לבנות זהות לאומית מחודשת לעם השב לארצו. אמביוולנטיות זו באה לידי ביטוי למשל בהקמתן של שתי סדנאות צורפות נבדלות: בסדנה אחת יוצרו כלים ב"עבודת דמשק" – שיבוץ כלי פליז בכסף, בנחושת או בשניהם יחד – שהביאו יהודי סוריה. עבודות דמשק נעשו לעיתים קרובות על כלים שנקנו מבעלי מלאכה ערבים, והוספו להם עיטורי ערבסקות, מוטיבים ארכיטקטוניים מזרחיים כמו קשתות וחומות, וסמלים יהודיים כמו הכותל וכתוב בעברית. בסדנה השנייה הועסקו תימנים בלבד, והם יצרו במסורת הפיליגראן התימנית, משום ששץ ראה בהם מי ששימרו את מסורת הצורפות של ימי בית שני. בתחילת הדרך יוצרו בסדנה כלי קודש שסגנונם דומה לסגנון התימני. אך בשאיפה ליצור עיצוב מקורי שונתה בהדרגה מלאכת הכסף התימנית ושולבה במלאכת כסף בסגנון אירופאי. מהשילובים הבלתי מקובלים בין מסורות שונות נוצרו עיצובים ייחודיים. חשוב לציין שבעלי המלאכה התימנים שינו את העיצובים לא מבחירה חופשית אלא כתכתיב מלמעלה של האמנים יוצאי אירופה.

התוצרים השונים, שכונו בפי כול "עבודות בצלאל", כללו מוטיבים שונים שעורבבו יחד: 1. מוטיבים ערביים כגון אדריכלות בעלת קשתות מחודדות, ערבסקות וכיפה. מאחר שלא היה בישראל כפר יהודי ששימר את התרבות היהודית העתיקה הסתמכו בבצלאל על העיצוב של הכפר הערבי במחשבה שמאפייניו משמרים את אופן החיים המקומי בתקופת המקרא. 2. דמויות מייצגות של העדות השונות וכן דמויות ואישים מתקופת המקרא. הללו צוירו מהתבוננות בירושלמים המקומיים – ערבים, בדואים ויהודים תימנים – שהלבוש ואורחות החיים שלהם נראו לאמנים עתיקים. עיצובי הכפרים והדמויות היו אוריינטליסטיים, כלומר היו פרשנות פשטנית של תרבות המזרח, כפי שהיא נראית בעיניים מערביות. 3. מוטיבים יהודיים כגון מנורת בית המקדש, נופי העיר העתיקה ירושלים, הכותל המערבי, מגדל דוד, קבר רחל, יד אבשלום וקבר זכריה, וכן כתובות ודימויים שהתגלו בחפירות ארכיאולוגיות על גבי מטבעות וחפצים אחרים. 4. מוטיבים ציוניים כגון מבנים חדשים כמבנה בית הספר הרצליה בתל אביב (ראו פרק 9.2) ומבנה בצלאל עצמו, וכן מגן הדוד בווריאציות שונות – לעיתים כשני משולשים המשורגים זה בזה, לעיתים מגן דוד דחוס (שני משולשים שווי שוקיים ורחבי בסיס), לעיתים כשבמרכז המילה ציון או אריה שואג. 5. נופים וצמחים מקומיים, ובמיוחד הדקל.

על אף התנגדותו של שץ לסגנונות העיצוב האירופאיים בלטו בנוכחותם סגנונות אירופאיים שונים גם בעיצוב הגרפי. המעצב היהודי הגרמני אפרים משה ליליין, שעיצב את סמלו של בצלאל, היה בין המעצבים הבולטים בבית הספר, ששילב ו"עברת" סגנונות אירופאיים שונים. עבודותיו הגרפיות, תמיד בשחור ולבן, כללו איור של חזון גאולת העם היהודי בארץ ישראל או סצנות מקראיות. הסגנון הכללי היה יוגנדשטיל גרמני (ראו פרק 3.1) שביטא יופי, רוח נעורים, חופש וחיות צעירה ואופטימית, כך שהתאים לרעיונות התנועה הציונית, ששאפה להשתחרר מכבלי העבר ולפנות לדרך חדשה. הדמויות – שסימלו את העם היהודי המתחדש, דמות ספציפית מהתנ"ך או אחד ממנהיגי מהתנועה הציונית – הופיעו כגברים חסונים עירומים למחצה בעלי מבט נינוח שנראו כהעתקים של פסלים קלאסיים מיוון העתיקה. בניגוד למסורת יוון, בחלק מניכר מהאיורים הדמויות מכונפות, ולכנפיים מתקשרות בכל איור משמעות שונה. לצד הדמויות הקלאסיות הופיעה דמות סטריאוטיפית של יהודי זקן ותשוש, שסימל את העם שנמצא בגלות. לעיתים העם היהודי הוצג על ידי דמות אישה מכונפת, עוטה בגדים מתנופפים ואוחזת בדגל, בענף זית או בשופר. פרט לדמויות הוסיף ליליין גם מוטיבים קבועים כגון שיח קוצני מפותל, שסימל את קשייו של העם היהודי בעלייה לארץ ישראל. השפעתו של ליליין ניכרת במיוחד בהכנסת מוטיב השמש, בעלת קרניים זורחות ארוכות, שייצגו את גאולת ציון. האיורים תחומים במסגרת מעוטרת כבעיטורי כתבי יד של ימי הביניים בסגנון הארטס אנד קראפטס (ראו פרק 2.2).

שץ רצה שבית ספר ימכור את תוצריו ליהודי המקום ובעיקר ליהודי העולם, ושהכסף ממכירת המוצרים ישמש כדי להחזיק את בית הספר. שאיפה זו התממשה בעיקר לאחר מלחמת העולם הראשונה, ותוצרת בצלאל שווקה ליהודים עשירים ולבתי כנסת באירופה ובארצות הברית. הפופולריות של עבודות בצלאל גדלה בשנות העשרים, וחפצי מתכת חרוטים וצבועים במוטיבים מזרחיים מקומיים זכו לחיקויים רבים בתעשייה. בנוסף, ב-1922 הוקמה בבית הספר המחלקה לקרמיקה שייצרה אריחים וצלחות לתלייה. האיורים על גבי האריחים – שאת רובם עשה זאב רבן בזיקה לסגנון היוגנדשטיל – כללו מוטיבים של דמויות מקראיות, מוטיבים ארץ-ישראליים וטיפוגרפיה בעברית. אריחי הסדנה שולבו במהלך שנות העשרים כעיסורים על גבי בניינים ברחבי תל אביב וכשלטי רחובות ונמכרו בשוק המקומי ולתיירים שהגיעו ארצה.

אך במהלך שנות העשרים החלה להישמע ביקורת על הנטייה של המוסד ליצירה יהודית-מסורתית מדי, ועל הגישה האוריינטליסטית בעיצוב הנופים והדמויות, בעוד אמנים יהודים מקומיים כבר החלו ליצור אמנות מקומית חילונית, וכן על כך שהעיצובים כוונו לבעלי ממון בלבד. וכך, במחצית השנייה של שנות העשרים נרשמו פחות תלמידים לבית הספר, והופחתו מקורות המימון. בית הספר נסגר בשנת 1929. שץ נפטר בארצות הברית במסעו עם תערוכה נודדת של עבודות בצלאל בשנת 1932. בית הספר נפתח מחדש בשנת 1935, בזכות המחלקה הגרמנית של הסוכנות היהודית, ונקרא "בצלאל החדש".

ההקמה המחודשת נועדה בראש ובראשונה לעזור בקליטתם של עולים ממרכז אירופה וממערב אירופה שעלו לפלשתינה בעלייה החמישית (1933-1939). מנהל בית הספר החדש היה הצייר, הטיפוגרף ואמן התחרית הפולני יוסף בודקו, שלמד בברלין בתחילת המאה. כמו שץ, גם בודקו סבר שהעיצוב צריך לבטא את שאיפות התנועה הציונית. בשונה ממנו, בודקו היה מעוניין לשלב מודרניזם פונקציונלי ולבסס ערכים של קדמה ופיתוח טכנולוגי ותעשייתי ברוח הבאוהאוס (ראו פרק 4.3), לצד ערכים לאומיים של ציונות ונאמנות למסורת היהודית. וכך, העיצובים החדשים נטו לצורות גיאומטריות מינימליסטיות וללא עיטורים. הדבר בא לידי ביטוי גם במעבר מהסמל הישן, בעל המלאכים המכונפים, לסמל החדש והגיאומטרי יותר. במקום עבודת דמשק ופיליגן הוקמו בבית הספר מחלקות חדשות ובהן עיצוב מוצרים לתעשייה, אדריכלות וצילום, ויוצרו מוצרים בעבודה תעשייתית מערבית, במטרה לשלב את הבוגרים במפעלי התעשייה החדשים. במסגרת זו נעשה שימוש בסמלים דתיים רק בתשמישי קדושה ולא כקישוט באובייקטים יומיומיים. המוטיבים האוריינטליסטיים הוחלפו במוטיבים מקומיים כגון תפוזים, עצי זית, סלסילות קש וכדומה, שנצבעו בצבעים המאפיינים את ארץ ישראל, ודמות היהודי הגלותי או המקראי הוחלפה בדמות החלוץ, שהיה כמעט תמיד גבר לבן.

לבצלאל החדש הייתה השפעה מכרעת על העיצוב הישראלי, הן משום פעולתו הענפה במכירת תוצרים והן משום שרוב המעצבים הישראלים של שנות השלושים והלאה למדו בו.

נושאים לדיון
בית הספר בצלאל (1906-1929)
• עיצובים לפי מסורות יהודיות מארצות ערב:
• עבודת דמשק סורית.
דוגמה אברהם בר אדון – כד בעבודת דמשק, 1929
• עבודת פיליגראן תימנית.
דוגמה מעצב לא ידוע – רימונים לספר תורה, 1909
• פיוז'ן בין עיצובי מזרח ומערב.
דוגמה מעצב לא ידוע – מנורת פיליגראן, 1929
• אוריינטליזם בעיצוב הדמויות: דמות "התימני" כמייצג את אבותינו בימי בית שני.
דוגמה יעקב בן דב – "ראה קראתי בשם בצלאל", גלויה, 1929
• השראת האר-נובו.
דוגמה אפרים משה ליליין – לוגו בצלאל, 1906
• "אריחי בצלאל" לבתים בתל אביב.
דוגמה עיטורי קרמיקה מתוצרת בצלאל בבית ביאליק תל אביב, 1926
בית הספר בצלאל החדש (1935-1960)
• השפעת הבאוהאוס בעיצוב מוצרים בעלי תכנים יהודיים.
דוגמה עבודה של יחיא ימיני – רימונים לספר תורה, 1940
• עיצוב כרזות ברוח הריאליזם הסוציאליסטי.
דוגמה גרד רוטשילד – "שלוש שנים, בצלאל החדש, תערוכת עבודות תלמידים", 1938

הצעות להרחבה ודיון
• ספר: בצלאל 100, בעריכת דוד טרסקובר וגדעון עפרת, 2006.
• "בצלאל קטלוג": https://archive.bezalel.ac.il

9.2. עיצוב בתקופת המנדט

הפרק מציג את העיצוב המקומי לפני המנדט הבריטי ובתקופתו, ודן ביחסם של המעצבים היהודים שעלו לפלשתינה לעיצובים אלו.

לאחר מלחמת העולם הראשונה חולקו הטריטוריות של המדינות המפסידות בין בריטניה לצרפת. פלשתינה, שהייתה לפני המלחמה בשליטת האימפריה העות'מאנית ונכבשה ב-1917 על ידי הבריטים, הייתה בין המדינות שניתנו לבריטניה באופן זמני, עד שתושבי האזור יפתחו ישות ריבונית שתגיע לעצמאות. בהתאם להצהרת בלפור מנובמבר 1917, הבריטים התחייבו לסייע לעם היהודי בפלשתינה, לעודד עליית יהודים ולהקצות קרקעות להתיישבות יהודית שתוביל לייסוד מדינה יהודית. בנוסף התחייבו הבריטים לשמר ולפתח את המבנים ההיסטוריים של כל העמים שחיו באזור.

התחייבות זו הובילה למספר יוזמות שגיבשו מאפיינים לעיצוב המקומי בשנים ההן. ב-1918 הקימו הבריטים את האגודה למען ירושלים (Pro-Jerusalem Society). האדריכל צ'רלס רוברט אשבי (Charles Robert Ashbee), שהיה חלק מתנועת הארטס אנד קראפטס (ראו פרק 2.2), מונה ליועץ החברה. אשבי הזמין ב-1919 אמני קרמיקה ארמנית מהעיר קוטהיה שבטורקיה לשפץ את האריחים המזוגגים בכיפת הסלע בהר הבית, מבנה שנבנה בתקופה הערבית הקדומה בארץ ישראל, במאה השביעית. היוצרים התמחו באריחים ובכלי קרמיקה ששילבו בין הקרמיקה הטורקית המוקדמת, הקרמיקה הסינית ומסורת האיור הפרסי. מאז המאה השבע-עשרה נשלחו האריחים כמתנות לכנסיית הקבר הקדוש ולכנסיית סנט ג'יימס בירושלים. שלוש המשפחות הארמניות הצטרפו לקהילה הארמנית שהתגוררה בעיר העתיקה בירושלים מהמאה החמישית והקימו את סדנת "אריחי כיפת הסלע". לאחר רעידת אדמה שפקדה את האזור בשנת 1927 נסגרה הסדנה בשל בעיות תקציביות, והפרויקט לא חודש. עם זאת, הסדנאות המשיכו לייצר אריחים ששולבו בבניינים ברחבי העיר העתיקה, וכן כלים בעיטורים ייחודיים.

בין שנות העשרים לשנות השישים עברה הקרמיקה הארמנית תהליך של התרחקות מהמסורת הארמנית, ובנייה של מילון צורות עצמאי ומגוון שיצר קרמיקה ירושלמית ייחודית. לצד מוטיבים מסורתיים הופיעו על הקרמיקה סיפורי התנ"ך וסיפורי הברית החדשה, דוגמאות מתוך פסיפסים מהמאות הרביעית עד השביעית שנמצאו בארץ ישראל ועבר הירדן ומוטיבים של בעלי חיים – ציפורים, איילות, דגים, עצים ופרחים, הניתנים לפרשנות דומה על ידי שלוש הדתות. אחרי כיבוש ירושלים המזרחית ב-1967 הקרמיקה הארמנית כבר נחשבה למייצגת את התרבות החזותית המקומית. בשנות השישים החל בחברון ייצור של צלחות בסגנון הקרמיקה הארמנית, הקיים עד היום. הקרמיקה החברונית מאופיינת בציורים מופשטים יותר, בקווי מתאר עבים יותר, בקומפוזיציה פשוטה יותר ובשימוש בחלק קטן ממילון הצורות, רק במוטיבים עממיים יותר כגון פרחים פשוטים ולעיתים בעלי חיים. הקרמיקה הזו נמכרת כיום ברחבי ישראל בעיקר כמזכרות לתיירים.

בנוסף לסדנת הכלים הקרמיים המזוגגים פעלו לפני תקופת המנדט ובמהלכו למעלה משבעים סדנאות קרמיקה של אמני אובניים פלשתינים שעבדו בחומר מקומי. הסדנאות מוקמו בעיקר בחברון, בנצרת, בעכו ובקרבת הבדואים בדרום. הכלים שייצרו – ג'רות (כדים) וכן עציצים וכלים פשוטים – היו פרקטיים, ויוצרו לשימוש בקרב התושבים. הם נצרפו בטמפרטורות נמוכות, בתנורים פתוחים מאבני שדה שפעלו על שריפת פחם, עץ או גללים, והיו ללא זיגוג. בעזה פעלו קדרים שיצרו כלים שחורים ייחודיים בעזרת הוספה של חומרים טבעיים לתהליך השריפה.

אמני הקרמיקה היהודים שעלו לארץ בשנות השלושים, בעיקר מגרמניה, סברו שעל העיצוב הקרמי לשקף את ארץ ישראל כחלק מהמזרח התיכון. הם פנו ליצור שפה ייחודית מקומית, שמשלבת את התכנים הפיזיים של המקום עם התכנים התרבותיים שלו. הם תרו אחר מוקדי הקרמיקה בפלשתינה, ומצאו את אמני הקרמיקה הארמנים, את הקדרים הפלשתינים, וכמה בתי חרושת שעסקו בייצור לבנים, שסייעו להם במציאת חומרי גלם ובייצור קרמיקה באקלים המקומי. הם שיתפו פעולה עם ארכיאולוגים שפעלו בארץ ושאו משם השראה לצורות הכנעניות הקדומה. הם למדו גם את תנאי האקלים בארץ ישראל, את האדמה הצחיחה, השמש החזקה היוצרת צל כהה, צבעי הים התיכון, צמחים טיפוסיים ועוד. כל אלו הביאו ליצירת כלים בעלי צורות בסיסיות ברוח הבאוהאוס, אך גולמיות יותר, במרקם גס, בצבעים שהביעו את אופי הקדרות המקומית ולרוב ללא זיגוג. לקראת סוף שנות השלושים ותחילת שנות הארבעים הוקמו בחיפה בתי חרושת רבים שפעלו בגישה זו, והעיר קיבלה את השם "בירת הקרמיקה".

כבר בתחילת המאה העשרים קמה בפלשתינה תעשיית מזון, שכללה בין השאר את המפעלים שֶׁמֶן (1906), יצהר (1934) ועלית (1933). תוצריהם כונו בקרב היישוב היהודי "תוצרת הארץ". מטרתם של ראשי היישוב הייתה לגרום למתיישבים היהודים לרכוש תוצרת זו, כדי לתמוך בתעשייתם ולהבטיח את הכנסתם של החקלאים. למטרה זו הוקמו מספר מוסדות משווקים, שהתאחדו ב-1936 תחת השם "המרכז למען תוצרת הארץ". כדי לענות על צורכי השיווק של "תוצרת הארץ" החל להתפתח במהירות מקצוע העיצוב הגרפי. אגודת הצירים העבריים לגרפיקה שימושית בארץ ישראל הוקמה ב-1935 והייתה זו שאפיינה את מקצוע העיצוב הגרפי, יחד עם בצלאל, ופעלה לבנות שפה חזותית שתשקף את הלאום היהודי. המוצרים שווקו בפרסומות בעיתונות, בקולנוע ובכרזות בעברית בלבד, ולכל המוצרים הוספה המילה "עברי" (אבטיח עברי, ביצה עברית וכו'). מאחורי המוצרים נראית אדמה חרושה, המצביעה על הישגי העולים בכיבוש המרחב, מפת ארץ ישראל עם הערים שבהן שווקו המוצרים או מפעל על ארובותיו המעשנות, כסמל לקדמה. פרסום המוצר כלל אפוא תעמולה ציונית שעודדה את רכישתו כמעשה תמיכה בעם.

מבחינה סגנונית, העיצוב הגרפי באותה תקופה היה נטוע במסורת הריאליזם הסוציאליסטי שהביאו איתם המעצבים מרוסיה הסובייטית (ראו פרק 5.2). את דמות היהודי הגלותי החליפה דמות עובד אדמה חסון המניף חרמש או מגל בעוצמה ובונה מחדש את ארץ אבותיו, דמות של פועל שרירי העובד בתעשייה על מכונה, דמות של לוחם ללא חת השומר על היישובים, דמות של ספורטאי שרירי המתעמל כשלצדו סמל מכבי, דמות התלמיד החכם הקורא בספר, וכדומה. ראוי לציין שבעיצוב, ברוב המקרים, הדמויות היו של גברים בעלי חזות אירופאית, אף כי חלק נכבד מבין החלוצים היו עולים מתימן, ואף כי נשים חלקו כמחצית מעול העבודה. במקרה שבו הופיעו אישה או גבר תימני, הם לא היו לבד בכרזה, אלא לצד גבר לבן. ההבדל העיקרי בין הכרזות האלו לכרזות הסובייטיות היה בצבעוניות: המעצבים הישראלים השתמשו בצבעי חאקי, ירוק, צהוב וכחול, האופייניים לארץ ישראל, ואילו ברוסיה הסובייטית ניכר יותר מכול הצבע האדום. המעצבים הבולטים בגישה זו היו אוטה וליש, יוחנן סימון ושרגא וייל. עיצובים אלו נעשו בעיקר למען גופים שהיו מזוהים עם הקומוניזם, כגון השומר הצעיר, מפ"ם והליגה הסוציאליסטית, אולם הדימויים שימשו גם את התנועה הרוויזיוניסטית, שהסכימה אז בעניין חשיבותה של העבודה למפעל הציוני. כחלק ממגמת המודרניזם עיצב פסח עיר-שי עיצב את הגופן "חיים" בשנת 1929. "חיים" היה גופן העברית המודרני הראשון, סן-סריפי ומבוסס על צורות גיאומטריות בלבד. הפונט מודרניסטי לחלוטין ומנותק לראשונה מכל זיקה למסורת הכתב העברי. הוא קרוי על שם המשורר חיים נחמן ביאליק, שתמך בעיצוב, כנגד הביקורות הרבות שהוטחו בעיר-שי על העיצוב המנוכר למסורת העברית. הפונט היה למבשר המודרניזם הבאוהאוזי בעיצוב ובאדריכלות.

מבחינת לבוש, בשנות העלייה הראשונות לבשו העולים בגדים ששילבו בין המסורת המקומית הערבית למסורות האירופאיות. למשל, חליפה מחויטת וכאפיה או חולצה רוסית רקומה וכאפיה (אנשי אגודת השומר). לגבי אנשים אלה היה זה מראה מקומי אותנטי, ארץ-ישראלי. כדי לספק לבוש לעולים הרבים הוקמו יצרניות טקסטיל תעשייתיות: לודז'יה חברה לטקסטיל בע"מ הוקמה ב-1924 והתמחתה בייצור גרביים; אתא חברה לטקסטיל בע"מ הוקמה ב-1935. בשלוש השנים הראשונות יוצרו באתא אריגים וחוטם בלבד, ובמלחמת העולם השנייה החלה החברה לייצר מדים לצבא הירדני ולאחר מכן לצבא הבריטי. מ-1938 יוצרו בה גם תלבושות אחידות לתלמידי בית הספר ולאחר מכן בגדים יומיומיים נוספים כגון "המעיל ההכרחי". הבגדים היו בסגנון מערבי מבחינת הגזרה, פשוטים, פונקציונליים וחסרי עיטורים, אך מבד כותנה שהתאים לאקלים המקומי. הבגדים יועדו כאחד לפועל במפעל ולבורגני מהעיר. באותה שנה הוקמה חברת הבת טתה, שהפעילה רשת חנויות אשר מכרה את תוצרת אתא ברחבי הארץ.

מבחינת אדריכלות ניתן לחלק את תקופת המנדט לשתיים. **התקופה הראשונה** החלה ב-1917 והסתיימה בראשית שנות השלושים. האדריכלים היהודים הראשונים שהגיעו לארץ ישראל בסוף מלחמת העולם הראשונה פעלו בדומה ליצרני הקרמיקה, מתוך שאיפה לשלב את המסורת המודרניסטית שהביאו איתם ארצה עם ביטויים של אדריכלות מקומית. הם מצאו ברחבי הארץ שפע מבנים מתקופות וממסורות שונות: בנייה אסלאמית מהתקופה הערבית הקדומה, כגון כיפת הסלע (המאה השביעית), מסגד אל-אקצא (המאה השמינית), בתי מרחץ, חאנים ובנייני ציבור נוספים ברחבי הארץ; בנייה נוצרית כגון כנסיית הקבר בירושלים (המאה הרביעית), מנזר המצלבה (המאה השישית) וכנסיות ומנזרים נוספים ברחבי הארץ; בנייה צלבנית שכללה בניינים דתיים, בנייני ציבור ובנייני מסחר; בנייה נבטית, רומית והרודיאנית (של המלך הורדוס, שהייתה מעין גרסה מקומית לבנייה הרומית) מהמאות הראשונות לספירה; ובנייה ורנקולרית – כפרית-עממית ומחומרים מקומיים – בגליל ובמקומות אחרים.

כל אלו – ובמיוחד הבנייה האסלאמית – שימשו יחד כמקורות לעיצוב בתים פרטיים ומבני ציבור בעיקר בירושלים, בחיפה ובתל אביב. רוב הבתים הפרטיים שתוכננו בתל אביב שילבו בין סגנונות אירופאיים מגוונים, ובמיוחד ניאו-קלאסיציזם, ובין מוטיבים אסלאמיים ואף מוטיבים מהמזרח הרחוק באקלקטיות אקראית ובקישוטיות, בלי לגבש שפה אחידה שמכילה את השניים. עם זאת, רוב בנייני הציבור שנבנו בתקופה זו ביקשו ליצור סגנון ארץ-ישראלי מקורי, שיתך את מסורות האדריכלות המקומית לשפה מגובשת אחת. דוגמה מייצגת לבניינים כאלו ניתן לראות בבניין הטכניון בחיפה (כיום יושב בו המדעטק), המוסד האקדמי הראשון שהוקם בפלשתינה של תקופת המנדט, בשנת 1926. מתכננו, אלכסנדר ברוולד, מיזג יחד מקורות מהאדריכלות האסלאמית עם ניאו-קלאסיציזם גרמני שלמד בברלין. המבנה סימטרי, יסודותיו על מפתחים בעלי קשתות מחודדות, וחלונותיו פשוטים ומלבניים.

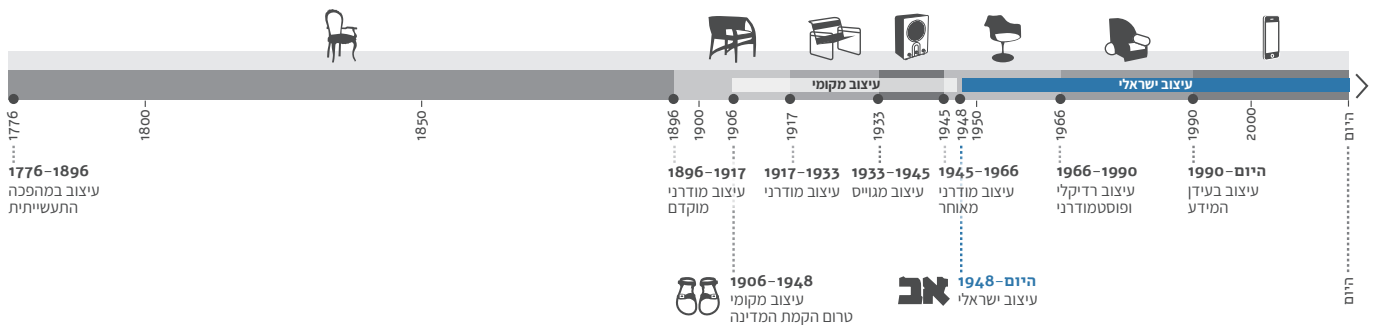
התקופה השנייה החלה בשנות השלושים והסתיימה עם הקמת מדינת ישראל. בראשית שנות השלושים גדלה אוכלוסיית תל אביב פי שלושה והחלה תנופת בנייה חסרת תקדים. האדריכלים שעלו בתחילת שנות השלושים מרוסיה ומגרמניה הביאו איתם את אדריכלות הסגנון הבינלאומי (ראו פרק 4.4). לאדריכלות שיצרו בתקופה זו לא היה דבר עם המסורת המקומית. התפיסה האדריכלית התאימה במאפייניה לאידיאולוגיה החברתית הסוציאליסטית של מקימי היישוב היהודי, שביקשו ליצור חברה שוויונית, צנועה ופשוטה לעם שבונה את עצמו מחדש. אך היה צורך בהתאמה לאקלים המקומי החם ולשמש הישירה. האדריכלים יצרו בניינים עם מפתחי חלונות קטנים, כשמעליהם גגון קצר להגנה מהשמש, וכן מרפסות רחבות שיועדו לשימוש אחרי השקיעה. רוב הבניינים לא נבנו על עמודים אלא חוברו לקרקע, וכך נוצרו דירות נוספות בקומת הקרקע. בירושלים, תקנות המנדט העירוניות לבנייה דרשו שהמבנה יבנה מאבן מקומית או יהיה מחופה בה. הכרח זה מנע מפתחים גדולים ואופקיים ויצירה של קירות קלים ומרחפים. דוגמה לכך היא בלוק המגורים "בית המעלות" שתכננו אלכסנדר פרידמן ומאיר רובין בירושלים ב-1936. משקל האבן, המרקם המחוספס והצבע הבלתי אחיד הקנו למבנים כובד וחיבור לאדמה ולמסורת שלא היה למבנים האירופאיים.

נושאים לדין
קרמיקה ארמנית בירושלים.
דוגמה הסדנה המשותפת (סדנת קרקשיאן-בליאן) – כלים קרמיים, שנות השלושים
התגבשות שפה חדשה דרך החומר בעיצוב קרמי וההשראה מהתרבות הערבית המקומית:
פעילותן של מעצבות הקרמיקה הראשונות – הדוויג גרוסמן, חנה חר"ג צונץ, חווה סמואל.
פעילות המעצבים במפעלי הקרמיקה – נחמי עזז ל"חרסה", פנינה זמיר-עמיר ל"לפיד".
אדריכלות בשנות העשרים:
אדריכלות אקלקטיציסטית בתל אביב.
דוגמה יוסף מינור, בית ביאליק, 1925
אדריכלות ארץ-ישראלית.
דוגמה אלכסנדר ברוולד – בניין הטכניון הישן, 1926
דוגמה יוסף ברסקי ובוריס שץ – גימנסיה הרצליה, 1909

• אדריכלות בינלאומית בישראל בשנות השלושים:
• בתל אביב, במבנים ובמתחמי ציבור.
דוגמה ג'ניה אוורבך – כיכר דיזנגוף, 1935
• בדגש סוציאליסטי.
דוגמה אריה שרון – מעונות העובדים הו"ד, 1934
• בעלת מאפיינים ייחודיים בירושלים, בהתאם לתקנות הבנייה. אלכסנדר פרידמן ומאיר רובין – בלוק המגורים "בית המעלות", ירושלים, 1936.
• שילוב אלמנטים של מקומיות עם עיצוב מודרניסטי אוניברסלי.
דוגמה פרנץ קראוס – הכרזה "Visit Palestine", 1936
• השפעת הריאליזם הסוציאליסטי על עיצוב כרזות.
דוגמה יוחנן סימון – קנו תוצרת הארץ, שנות השלושים
• עיצוב הגופן הסן-סריפי הראשון: פסח עיר-שי – גופן "חיים", 1929.

הצעות להרחבה ודיון
• אדריכלות בארץ ישראל בימי המנדט הבריטי.
דוגמה אוסטן סיינט בארב הריסון – מוזיאון רוקפלר בירושלים, 1935
• השפעת המאיירים הישראלים על עיצוב דמות הישראלי.
דוגמה "ישראל" של אריה נבון
• צבי וקלמן רוזנבליט – סנדלים תנ"כיים, שנות השלושים.

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 חלקי, 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 בחומריהם 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 גבריאלי 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 נמוך 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 פוליטיים. 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 שייחד 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 היי-טק הרבות. המדינה מתמקדת בחדשנות יותר מאשר בפיתוח או בשימור של מסורת ייצור. חברות היי-טק ופיתוחי היי-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 ישראליים – 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 החומוס 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