

## עיצוב גראפי עוסק ב:

- עימוד
- אינפו-גראפיקה
- עיצוב אריזות
- טיפוגראפיה כולל עיצוב גופן ועיצוב לוגו
- עיצוב אתרי אינטרנט וממשק משתמש
- עיצוב פרסום
- איור לספרים
- אינראקטיב, ממשקים ואיור ממוחשב
- גיימינג – עיצוב משחקים

### עימוד

עימוד הוא איך אתה שם את האלמנטים הגרפיים - הצבע, הצורה, התמונה, הטקסט בתוך spreadn

אבל בעימוד יש גם דברים אחרים יותר חשובים.

#### עיתון מעריב:

בשנות ה-70 הוא היה מאוד חזק

בדרך כלל משתמשים בספרים בפונט פרנק ריהל, ובמעריב הם שינו את זה לנרקיס מתישהו – אבל זה לא עבד, אנשים לא רצו לקרוא את העיתון והם החזירו את הפונט בחזרה.

הפופולאריות שלהם ירדה עם השנים. אז בשנות ה-90 הם שינו את העימוד – מאנכי להוריוזנטלי – שהיה מקביל לידיעות אחרונות. הם שינו את העימוד כדי להפוך את עצמם לדומים לידיעות, כיוון שהוא היה העיתון הכי נקרא במדינה. הם רצו להציג את עצמם כתחליף לידיעות.

צורה = תוכן

הם החליפו את הצורה, כי יש בה תוכן והיא מעבירה תוכן.

מוסף שישי של עיתון הארץ:

כשהעיתון לא כל כך הצליח, ובפרט מוסף שישי, הם החליטו לשנות את העיתון (בדרך כלל עיתון אומר שיש בעיתון בעיה כלכלית) והוציאו פרסומות של "המוסף החדש" עם אייקונים, שהוצגו על שלטי חוצות. הם ניסו להציג את עצמם יותר כיפיים.

הם כאילו הכניסו אותנו לשיבת צוות שלהם והסבירו לנו מה הם עשו:

1. פורמט
2. נייר
3. עיצוב חדשני
4. אינפוגרפיקה
5. לוק אנד פיל קצבי
6. כתבות ברוח הזמן

"הטורים האהובים בלבוש רענן"

העימוד השתנה בצורה שדמתה לטיימס ולניו יורקר.

**המוסף החדש**

- פורמט ייחודי • נייר משובח • עיצוב חדשני • אינפוגרפיקה עדכנית
- Look & feel קצבי • כתבות ברוח הזמן • הטורים האהובים בלבוש רענן
- הרבה מזורים חדשים • חיי מדף ארוכים • איכות הדפסה נדירה • פתרונות פרסום ייחודיים • נוחות בינלאומי • חשיפה גדולה משמעותית • וכל זה עם האיכות הבלתי מנוצחת של 'הארץ'.

**המוסף החדש**

**בואו נדבר על זה.**

קצב החיים הפך מהיר, אין עודף זמן ואם כבר לקרוא עיתון בסופי שבוע, אז תן לו משהו יותר מחיך, שלא צריך בשבילו יום לימודים ארוך שיהיה לך כיף לקרוא

**אז החלטנו.**

לעשות מוסף שבת חדש לבצע שינוי דרסטי להתחשב בהרגלי הצריכה המשתנים ולהמציא מחדש את הגלגל

**להזכירכם, הקוראים שלנו הם:**

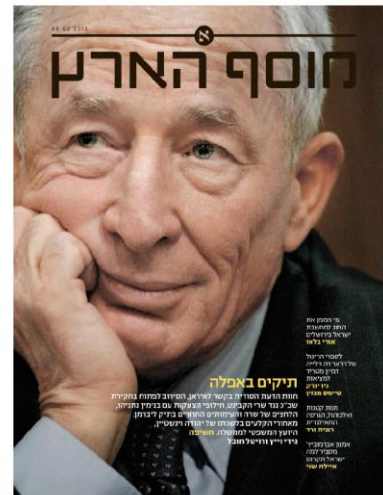
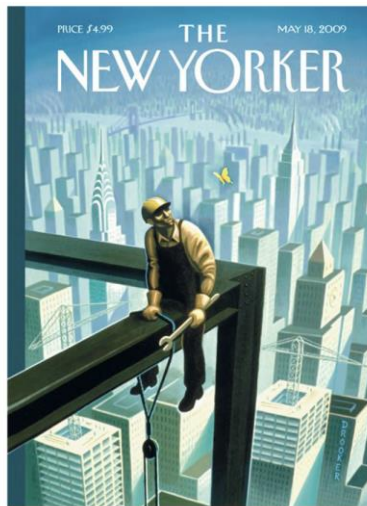
- משכילים 88% עם 13 שנות לימוד ומעלה
- אמידים 27% בעלי הכנסה ברוכה בהרבה מהממוצע
- בנייל הנכון 56% כ-25-54
- 87% מהם היו בחול כשנה האחרונה
- 30% מבקרים בבתי קפה לפחות פעם בשבוע
- 43% משיים לקטטור, בריכה או אחר כשר
- אחד מבנים לשלם יותר עבור מוצרים באיכות גבוהה
- 60% אוהבים לנסות מוצרים חדשים

**ההוצאה החודשית הממוצעת שלהם היא 4 סכיל האבסולויה**

ישר: 052-5121100 • 052-5121100

הצעות	רוחב	גובה	עמוד המודעה
עמודים ממוינים 1600	22.5	26.7	דאבל ריבוי
מעטפות 1300	45.0	26.7	דאבל ריבוי
	20.5	27.7	עמוד ובו
	43.0	27.7	דאבל ובו

נושאים: 052-5121100 • 052-5121100



מה שעוד יש במודעה הזו – שימוש בצבע – תכלת לבן – שהוא וריאציה על הכחול הלבן הישראלי. הם מציגים את עצמם בקצת אחרים וקלילים מהכחול הלבן הקלאסי.

# Butterfly Design Ballot Card

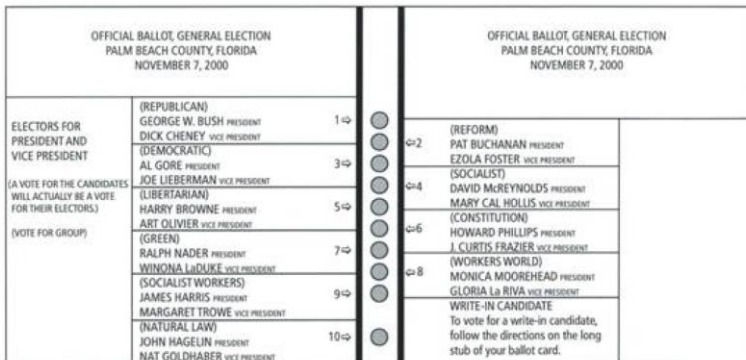
בחירות 2000 ארה"ב

בשנת 2000, כשקלינטון פרש, אל גור החליף אותו ומולו התחרה בוש.

בשנה הזו, בפלורידה יו"ר ועדת החליט לשנות את הפורמט ושינתה את הרשימה לשני דפים של 5 ו-5, כדי להקל על זקנים לראות את הרשימה, שהייתה קטנה.

הייתה בעיה מאוד קריטית – הניקוב השני ברשימה היה של רשימה מצד ימין במקום מצד שמאל, ואנשים שרצו להצביע לאל גור בעצם הצביעו למועמד שונה לגמרי.

ייתכן שאל גור הפסיד בגלל בעיית עימוד.



## אינפוגרפיקה

### אינפו-גרפיקה



היא הנגשה ויזואלית של מידע טקסטואלי, בדרך כלל כדי לפשט אותו.

אינפוגרפיקה היא תיווך בין המידע, לדרך שבה נבין אותו. גם היא יכולה להיות לא פשוטה.

שינוי במפת הרכבת התחתית של לונדון:

היו תלונות על העיצוב החדש – כיוון שהסירו את הנהר מהמפה ואנשים לא יצאו איפה למקם את עצמם, כי הם מיקמו את עצמם לפי הנהר התמזה במפה.

דוגמאות:

- איזוטופים – אייקונים של דברים שעוזרים לנו לנווט.
- ספר בישול של איקאה בתמונות בלבד
- מארק לומברדי – ספרן אובססיבי, ידוע בתור אלוף אינפוגרפיקה, שהוא קישר בה בין אנשים
- דוגמה של פרוייקט גמר של עיצוב ההיסטוריה דרך נקודות - מתן שטאובר –
- \* data visualization - אינפוגרפיקה חדשה במרחב הדיגיטלי \*
- the united stated of arms – אינפוגרפיקה דיגיטלית של כמה נשק הם הפיצו לעולם

## טיפוגרפיה, עיצוב גופן, עיצוב לוגו

זה עימוד שבו אתה מסדר את האותיות על הדף, אבל רק את האותיות.

גופן

חלק מהמטרה שפונטים משרתים היא – הצורה היא תוכן. לפי הפונט אפשר לדעת אם מדובר במשהו רציני, יצירתי, וכו'.

פונטים הם הממד החזותי של השפה. הם דרך להעביר מידע בנוסף על המלל.

- למשל במודעות אבל – הן כתובות בפרנק ריהל אבל שם הנפטר הוא בחיים.
- תנ"ך – באותיות קורן. משתמשים בפונט כדי לסמן מקומות כשרים למשל.

חלק מטיפוגרפיה הוא לוגו. הוא דבר מאוד מתומצת, העברת מסר באייקון אחד, דו ממדי

- בורגראנץ' לקחו את הצבעים והלוגו משיקגו בולס וממקדונלדס, כדי להעביר את המסר שהם כמו האמריקאים
- live dns – הלוגו שלהם מביע: ראש חזק, אחסון ומקום. לוגו הוא לא באמת אבסטרקטי, צריך להסביר אותו.
- שלום עכשיו – לוגו של טרטקובר. כשהוא עיצב אותו הוא אמר שזה מנוגד לכל מה שהוא למד. זה לוגו טיפוגרפי, מכיל רק אותיות וצבע. יש בו שילוב של שני פונטים – קורן וחיים – חילוני ודתי – כמשל על חיבור בין עמים. הוא השתמש בצבעים של המהפכה הרוסית (אדום, לבן ושחור). שוב – הצורה=תוכן
- herb lubalin – מעצב לוגואים טיפוגרפיים
- phillip apeloig - גם כן לוגואים טיפוגרפיים
- מלחמות הלוגו אחרי דליפת הדלק – bp. הלוגו ירוק, למרות שאין בו שום דבר ירוק. יש בעיה של חוסר הלימה בין החברה ללוגו. אחרי דליפת הדלק עלו המון גרסאות שצוחקות על הלוגו הירוק הזה, ועל כמה הוא לא ייצג באמת את רוח החברה. בתור גרפיקאי אתה צריך להעביר את המסר בצורה נכונה, ולא לעשות מניפולציה ולהציג מצג שווא.
- החלפת לוגו – מסייעת להראות התחדשות

## איור

איור הוא הארה של הטקסט. יש איור שמבהיר את הטקסט, ממשיך את הטקסט.

הרעיון באיור ספרים הוא שכשאתה מקריא לילד שלך ספר, לשניכם יהיה מעניין. האיור צריך לפנות לשני קהלים שונים בו זמנית – לילד ולמבוגר.

איור הוא גם עניין מאוד תרבותי – אליס בארץ הפלאות - האנגליה, האמריקאית והיפנית.

## עיצוב אינטרנט וUX/UI

ממשק משתמש יצר תפקיד חדש למעצב – המעצב הפך להיות המתרגם והמתווך של דברים.

הוא תיווך את השינויים הטכנולוגיים הכי חדשים – שיהיה ניתן לעכל ולהבין ולהשתמש בהם. הוא תיווך את החדשנות בצורה פחות מפחידה.

מעצב צריך להבין את החדשנות, וגם להבין את ההדיוט שלא מבין את החדשנות.

Senseware – תערוכה של ננו טכנולוגיה. בתערוכה המעצב ייצר כמו ענן מהסיבים האופטיים.

# Senseware



## Toys Comprising Visible Air

Art director Kashiwa Sato used a highly elastic monofilament fiber known as BREATHAIR to create blocks for young children.

These light-weight cubes can be used to build or pile onto one another for children to climb on top or play with. Being 95% air, BREATHAIR is lightweight with superior capability to maintain its elasticity.



סטיב ג'ובס הפך את סדר העבודה < המעצבים הגו אפליקציות ופונקציות חדשות, במקום שרק יתנו צורה למה שהמפתחים המציאו.

MOMA – talk to me - תערוכה של ממשקי משתמש.

## פרסום

האנדרדוג של התקשורת החזותית.

- חשיפה
- זכירה
- אהדה
- הבנת המסר
- הנעה לפעולה או כוונת רכישה
- יצירת עמדות הקשורות למותג

## עיצוב אריזה

לרוכש יש שניות להחליט אם לקחת את המוצר מהמדף או לא, רובנו לא יודעים מה באמת המוצר מכיל, לכן עיצוב האריזה צריך להשפיע על הקונה בפרק הזמן הזה, בסופו של דבר רוב הסיבה שנקנה מוצר היא בגלל האריזה או הפרסומת.

עוד עיסוקים של עיצוב גרפי:

- אינטראקטיב, ממשקים ואיור ממוחשב
- גיימינג – עיצוב משחקים

## משמעות של תקשורת חזותית

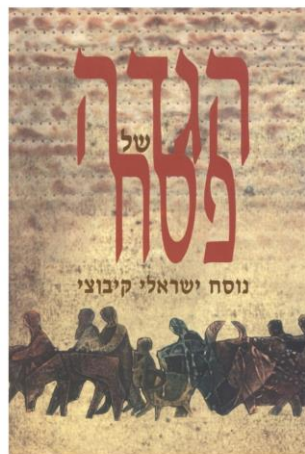
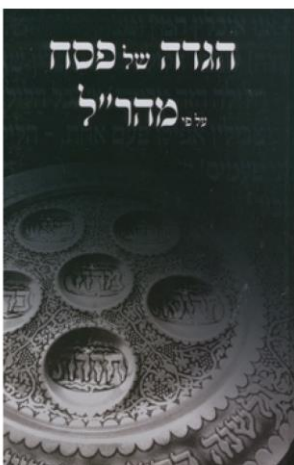
1. העיצוב הגרפי מציג השקפת עולם ונועד לגבש סביבו זהות. לדוגמה פוסטרים של תעמולה.



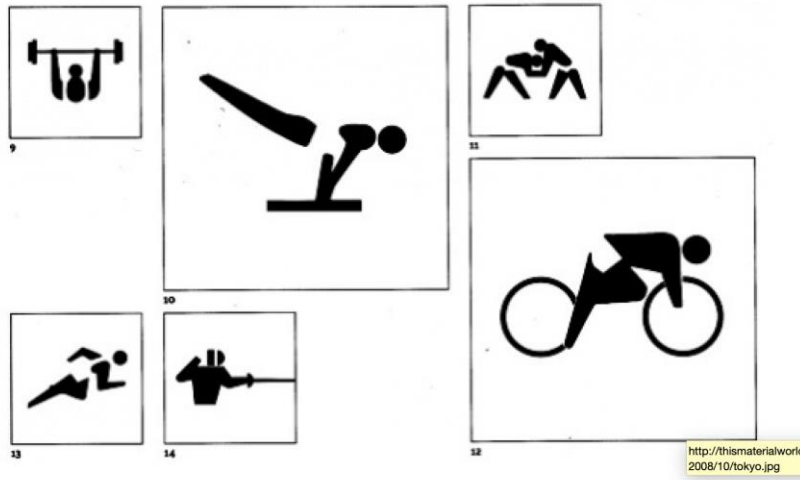
פוסטר תעמולה מימי מהפיכת התרבות של מאו-דזה טונג

למשל אריזת מוצר יכולה לשדר יוקרה, אקולוגיה וכו'.

2. העיצוב הגרפי נותן משמעות שונה לאובייקטים דומים ובכך יוצר דיפרנציאציה בין אובייקטים דומים.



3. העיצוב הגרפי בונה שפה חדשה – שפה חזותית שהיא שונה משפה מילולית.



Olympic Icons – Japan 1964

שפות חזותיות שונות:

קולנוע, צילום, קריקטורה, ציור, שונות משפת התקשורת החזותית.

**תקשורת, סמינטיקה ומשמעות**

תקשורת- הגדרות

- התהליך של יצירת קשר או העברת מסר של מוען ונמען (בני אדם או בעלי חיים), לא בצורה מילולית בהכרח: התקשורת, קומוניקציה.
- התקשורת מוגדרת כמו פעילות מסוימת שבו בעל חיים אחד שולח מסר כלשהו (לאו דווקא צליל) ובעל חיים

**תקשורת - מודלים**

מוען ← מסר ← נמען



מורה ← חשבון ← תלמידים

אחר קולט אותו וכתוצאה מכך משנה את התנהגותו.

התקשורת הכי פשוטה מוגדרת על ידי מוען מסוים, מסר ונמען. יש גם הגדרות מילוניות למיניהן

# תקשורת – הגדרות מילוניות

- "קומוניקציה, **כלל הפעולות** הנעשות לשם קשר עם הזולת ולהעברת ידיעות ממקום למקום" (המילון החדש \ אברהם אבן שושן).
- "**תהליך** שבאמצעותו נערכים חילופי מידע בין פרטים תוך כדי שימוש במערכות סמלים, סימנים והתנהגות" (מילון וובסטר).
- הגדרות מתוך "הממלכה השביעית" (כתב עת) \ יריב בין אליעזר:
- "התקשורת היא **תהליך**, שבאמצעותו היחיד (הקומוניקטור) מעביר גירויים (בדר"כ מילוליים), כדי לשנות את התנהגותם של יחידים אחרים (המאזינים, הצופים, הקוראים)" (הסוציולוגים: הובלנד, ג'אניס וקלי).
- "תקשורת היא **תהליכים** (פרוצדורות) שבאמצעותם נפש אחת משפיעה על אחרת" (המתמטיקאי ואור).
- "התקשורת היא **תהליך** שבאמצעותו מוקמת, מופעלת ומשתנה מערכת סמלים משותפים לבני אדם" (יריב בן אליעזר).

אבן שושן-

ובסטר - תהליך שבו יש חילופי מידע בין פרטים שונים תוך כדי שימוש במערכות סמלים, סימנים או התנהגות. אנחנו נתמקד בסמלים וסימנים היום.

יריב בן אליעזר - תקשורת זה תהליך שבו היחיד המוען מעביר גירויים כדי לשנות התנהגות של מישהו אחר. או תקשורת היא כמה תהליכים בה נפש אחת משפיעה על נפש אחרת, או תהליך באמצעו מוקמת, מופעלת ומשתנה מערכת של סמלים המשותפים לבני אדם (בדרך כלל לא כולם, אלא קהילה מסוימת)

הגדרות בסיסיות

מוען - מי שיוזם את התקשורת. המקור שלה. זה יכול להיות אדם, מוסד, עיתון, ארגון  
נמען - קהל היעד של המסר. הפרט או הציבור אליו מכוונת פעולת התקשורת  
המסר - מה שמעבירים  
ההקשר של המסר - ההשפעה של כל אחד מהגורמים במשוואה

המלצה: להבין את המדיה / מרשל מקלוהן

הוא טבע מונחים כמו מדיום קר, מדיום חם, הכפר הגלובלי

אמירה מפורסמת שלו היא "המדיום הוא המסר"

זאת אומרת, אם כתבה בעיתון תופיע בעמוד הראשון או בעמוד 14, המסר יהיה שונה לחלוטין. גם לפונט יש משמעות למשל.

תגובה - פעולה מצידו של הנמען (קניית מוצר)

משוב - תגובה על תגובה. הנמען בודק את המסר שהועבר (האם קנו יותר מדי מוצרים או פחות - מה לעשות עם המסר)

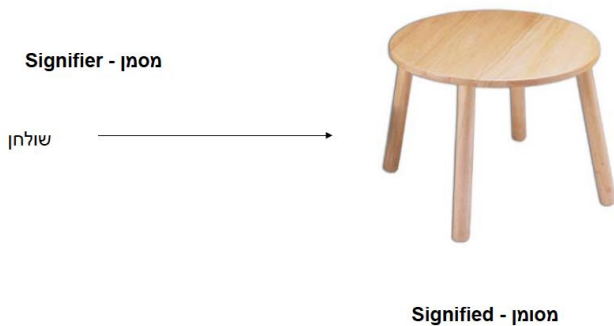


## מודלים בתקשורת

**מודלים לינאריים** - מתחיל ממוען < מסר > נמען. זה בדרך כלל תקשורת בעיתון. התהליך מתחיל בנקודה אחת ומסתיים בנקודה שנייה.

**מודלים מעגליים** - מודל טוב בעיקר לתקשורת בינאישית - כשאתה מעביר מסר אתה מקבל מסר בחזרה. הנמען המקורי הופך להיות סוג של מוען ולהיפך. היוזם העיקרי הוא המוען הראשי.

## סמיוטיקה – מדע הסימנים



**מודלים סמיוטיים** - סמיוטיקה. המודלים הסמיוטיים מפנים את עיקר תשומת הלב למסר התקשורתי עצמו ולא לתהליך העברתו ממוען לנמען. הם יוצאים מתוך ההנחה שמבנה המסר, תוכנו והפירושים השונים שניתן לייחס לו, הם הגורמים העיקריים המסבירים את טיבה של התקשורת האנושית ואת בעיותיה.

זו אנתרופולוגיה של סימנים - איך סימן קיבל את

המשמעות, איזה ערכים יש בסימן, איך אנשים שונים מקבלים את המשמעויות שלו.

מדע שהומצא בתחילת המאה ה-20 על ידי בלשנים, שניסו להבהיר איך סימן מסוים או מילה מסוימת מקבל את המשמעויות שלו בתוך קונטקסט מסוים. איזו משמעות לאות יש בתוך קהילה, איך המשמעות נקבעת ואיך היא מובנת. בשנות ה-70 חוקרים מסוימים התחילו לבדוק את הסמיוטיקה החזותית. איזו בעיות יש במסר כאשר הוא פתוח לפרשנות. זו הצורה שבה התרבות שלנו מכתובה לנו מה נבין מנושאים מסוימים. אם יש בעיה בטחונית - אתה תבין אותה שונה אם אתה שמאלני או ימני, ערבי או יהודי. הערכים שלנו מכתובים לנו איך להבין מסרים מסוימים, הם פתוחים לכמה משמעויות.

שפה היא כלי לארגון של מידע מסוים והעברת מסר בתוך קהילה מסוימת. אלה קודים מוסכמים שאנו לומדים בתרבות שלנו.

שפה אנושית היא מערכת סמלים הכפופה לתרבות וגם לתחביר מסוים, דבר שקיים רק בחברה האנושית ולא בבעלי חיים. זה נקרא "שפה טבעית" שרק בני אדם הצליחו לפתח באופן ספונטני, ואלה השפות הכי מורכבות שהצליחו להיווצר, לעומת קודים מסוימים שמקודדים, שפה טבעית אי אפשר לפצח.

דוגמה: במלחמת העולם השנייה אמריקאים נלחמו נגד היפנים, היפנים היו טובים בהאזנה ופיצוח קודים והם הצליחו לפצח את הקודים של האמריקאים, האמריקאים עלו על משהו מתוכם - הם לקחו שני אנשים משבט אינדיאני שדיברו בינם לבין עצמם ותירגמו לאמריקאים את הדיבור שלהם. היפנים לא הצליחו לפצח את הדבר הזה.

שפה אנושית = מילים + תחביר

מה שמעניין בשפה מילולית הוא שהיא פונה גם ללא מודע ולתת מודע, למקומות יותר עמוקים בנפש האדם.

השפה המילולית, מה שמעניין בה הוא שיש לה מילים ויש לה תחביר מסוים.

בשפות חזותיות הכל יותר מסובך. יש משמעויות לצבעים וסימנים, יותר מסובך ללמוד אותן כי אין להן מילון, והן משתנות כל הזמן.

**ניתוח תמונה של Little boy** - ניתוח הסאב-אמנות המתפרצת של יפן. יש דמויות, עננים, כתמים של צבע. הכרזה

הזו הופיעה לפני כמה שנים ברחוב בניו יורק, מה המעצב רצה לומר על התערוכה?

Little boy זה השם של פצצת האטום שנפלה על הירושימה.



מתוארות שם פצצות האטום שנפלו על הירושימה ונגסקי. התערוכה מציגה איך היפנים עיבדו את תוצאות פצצות האטום באמצעות המגה. זה משחק גם על עצוב וגם על שמח. לסיכום - הטקסט החזותי הוא מורכב.

### סמיוטיקה ושפה חזותית

#### סמיוטיקה ושפה חזותית

- **מסמן** – מילה מסמנת את האובייקט במציאות. בשביל לתקשר יש להתייחס לאובייקטים – אנו צריכים לסמן אותם.
- **מסומן** - הוא האובייקט במציאות.
- **מסמן + מסומן = סימן**.



כל סימן מתחלק ל

- מסומן - האובייקט במציאות
  - מסמן - המילה שמייצגת את האובייקט
  - מסמן + מסומן = סימן
- לסימן יש כבר משמעות חברתית

### אובייקט ומשמעות

כאן ראינו סצנה מספרות זולה - בדיינר עם המילקשייק. טרנטינו לוקח טקסט שהוא כלום, סתם שיחת חולין, ומצליח להעלות ולשדרג אותו על ידי קודים חזותיים. סיגוריות למשל.

## אובייקט ומשמעות



סיגריות

### קודים

- קוד הוא מערכת של סימנים - שפת גוף, מילים, אובייקטים ועוד- שהאדם שולח בעזרתו מסר. הקוד הבסיסי בתקשורת בין אנשים זה המילה, אבל גם קוד לבוש הוא קוד ששולח מסר, זהו קוד חזותי.
- הקודים הם תקשורת בין אנשים. (כל קוד משתנה מאדם לאדם, תרבות לתרבות וסיטואציות שונות)

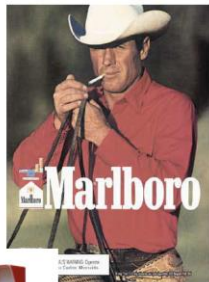
### סיגריות כמסמלות מגדר:

- צורת ההחזקה
- ההדלקה
- סוג הסיגריות



סיגריות לנשים

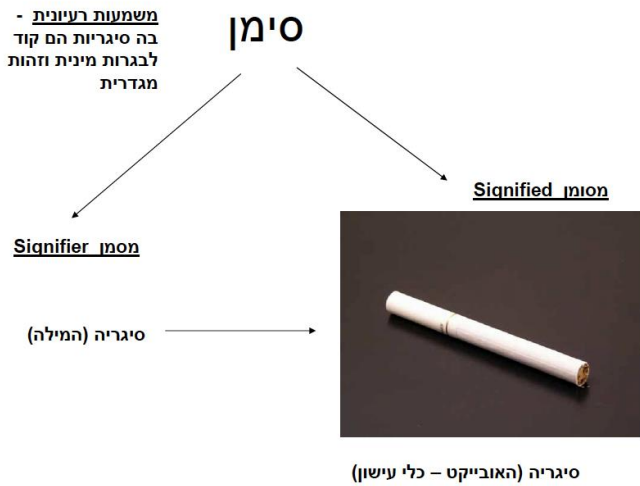
סיגריות  
כמסמלות  
מגדר



סיגריות לגברים



סיגריות מסמלות כל מיני דברים במגדר. הסמיוטיקה בודקת איך המשמעות נכנסה לסיגריות.



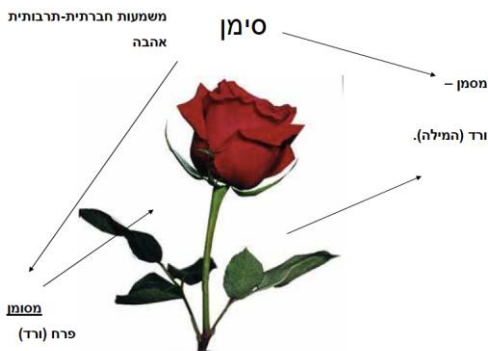
אז למה אנשים ממשיכים לעשן למרות שאנחנו יודעים שזה רע לנו? אנחנו רואים את זה בסרטים וסדרות, וזה מעביר לנו שסיגריה זה חופש, זה מסמל טקס התבגרות, זה מעין פרי אסור. זה קוד של בגרות מינית, בגרות מגדרית, עצמאות.

העקבים הגבוהים של אומה ת'ורמן

בפוסטר יש עקבים גבוהים, אקדח וסיגריה. זה מעביר לנו את הדמות בלי שאנחנו מכירים אותה.



אנתרופולוג היה הולך ומנתח את הסימנים < עם הזמן הנעליים מקבלות משמעות של נשיות וסקסיות, הן מעבירות קוד. סוג הנעליים מעיד על מי שנועל אותן. זה נבנה דרך סרטים וטלוויזיה למשל - מרילין מונרו, sex and the city. עקבים מעבירות עירוניות ואורבניות וסקסיות, לכן בחרו את זה כאובייקט מייצג לsex and the city.



שם הורד של אומברטו אקו, שהוא סמיוטיקאי

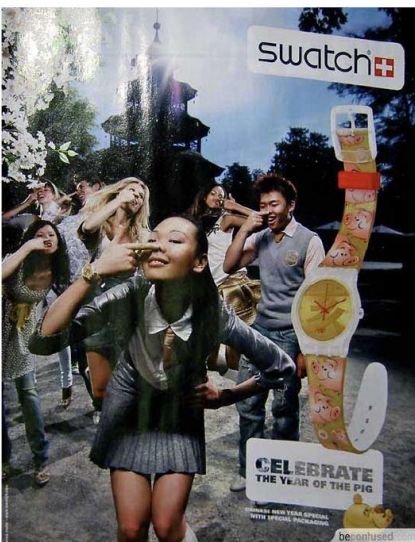
המשמעות החברתית-תרבותית של הורד היא אהבה. אומברטו מסביר שהמשמעות נכנסה לתרבות עוד בימי הביניים, כשכתבו ספר לאוהבים שנקרא "רומן הורד" (?), זה היה מדריך לבורגנות של מה זה אהבה. גם בקתדרלות היו חלונות רוזטה, מהמילה ורד, שסימלו את קרום הבתולים השלם של מריה. מימי הביניים המשמעות עוברת לתרבות המערבית.

דוגמה לורד בתרבות המערבית - אמריקן ביוטי. (אב שמתאהב בחברה של בתו), כדי להעביר את המסר המעצב שם בפוסטר ורד. (אמריקן ביוטי זה גם שם של סוג של ורד)

### ערכי האובייקט

- ערך פונקציונלי - ייעודו השימושי (עט תפקידה לכתוב)
- ערך סימן ( **sign value** ) - הערך והמיצוב של האובייקט ביחס למוצרים מקבילים אחרים, והמעמד החברתי שהוא מעמיד לעומת מוצרים אחרים.

לכל אובייקט יש איכות חומרית ואיכות רעיונית. איכות פונקציונלית/חומרית של עט הוא לכתוב, אבל ערך הסימן שלו הוא מעמד חברתי - עט bic של סטודנט לעומת עט יוקרתי של עורך דין עשיר. מכונית - הערך הפונקציונלי הוא להסיע ממקום למקום, אבל לג'יפ יש ערך סימן שונה מרכב סמארט. שעון - משמש תמיד לאותו תפקוד - צעיר וקול לעומת עשיר ומיינסטרים.



מה מכניס לנו את ערך הסימן? הפרסומות. לוקחים מוצר ללא ערך סימן מסוים, ומצרפים אליו משמעות אחרת נוספת דרך הפרסומות. למשל פרסומת של swatch על "שנת החזיר" שהציגה את השעון כצעיר, בינלאומי, אופנתי. זה מכניס ערך שלא קשור למוצר מסוים. הפרסומת (תקשורת חזותית) בונה את ערך הסימן (המסמן) לשעון כצעיר ואופנתי. מלבورو = גבריות. פרסומת עם רוכב רודיאן.



רולאן בארת היה אחד הראשונים שכתבו על הנושא הזה וניתח פרסומות. פרסומת של פסטה פנזאני, שהיא מאוד תעשייתית, אבל זה מוצג בתוך סל מהשוק שנשפכים ממנו עגבניה ובצל וזה מייצג טריות. זה מכיל סמלים תרבותיים שמעבירים את המסר של איטליה - ירוק לבן אדום. יש מסר לשוני גם - פנזאני נשמע איטלקי.

ניתוח כרזת פנזאני:

המסר הלשוני הוא הסלוגן.

המסר החזותי מתחלק לשניים:

- המסר הדנטטיבי הוא אינפורמטיבי, איננו מוצפן, והוא מסר ישיר הפונה לתודעה בדומה למסר המילולי.
- המסר הקונטטיבי הוא מוצפן, סמלי ותרבותי, ופונה להקשרים המצויים בתת מודע.

פרסומת לפולקסווגן עם עז. סתם לעז לא הייתה משמעות, אבל כשזה מגיע עם לוגו של מכונית אנחנו מבינים שהיא עמידה בתנאי שטח והרים, אבל גם נשארת מטופחת ויציבה.

סיכום הבדל בין תקשורת חזותית למילולית

- כל צורת תקשורת (כמו תקשורת מילולית) מתאפיינת בצירוף של יחידות בעלות משמעות (מילים) ותחביר/דקדוק (שקושר ביניהם).
- אך תקשורת חזותית מתאפיינת בחוסר דקדוק שמסביר כיצד אלמנטים שונים בתמונה מתייחסים זה לזה - אי אפשר לבטא אנלוגיות, ניגודים, טענה שגורמת טענה (בגלל ש..) ואין מילות קישור.

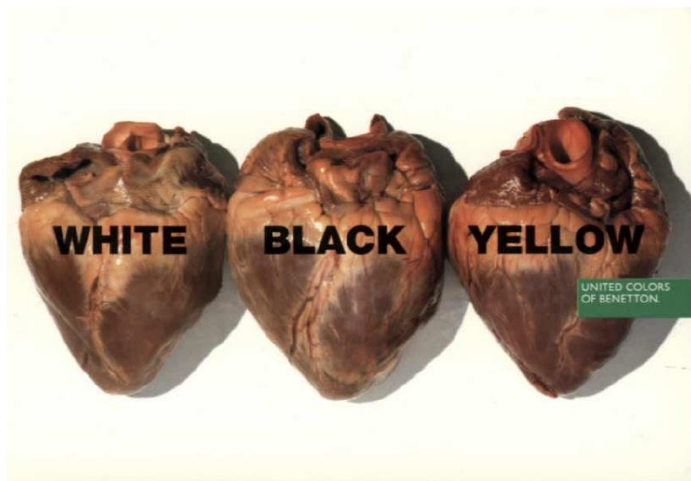
#### ניכוס משמעות על ידי פרסומת

- שימוש במוניטין של סלבריטי (גאפ ובריטני ספירס/שרה ג'סיקה פרקר)
- ניכוס משמעות מתולדות האמנות (בנטון - שטן ומלאך) (טבעת יהלום - ונוס)
- שימוש ושינוי קוד מוסכם (כיכר סן מרקו בונציה - מילאו אותה בתוכים במקום ביונים - פרסומת לדיזל)
- Anti ads - (מודעה של המון קברים שהתפרסמה בזמן מלחמת המפרץ - של בנטון - אין קשר וזה מעורר דיון)

#### איך בנטון עבדו אז בשנות ה-80-90



הם ידעו שמיתוג הוא דבר מאוד חשוב. כששאלו אותם מה הם עושים, הם ענו צבעים. הם עשו חולצות פשוטות בכל הצבעים, כל השנה. הם חשבו איך להעביר את המילה צבע, והם העבירו את זה באמצעות צבעי עור במקום צבעי בד. זה הפך להיות מאוד פוליטי ומאוד הצליח. הם הגיעו לבתי משפט כשאנשים רצו להוריד את זה, וזה שירת אותם מבחינת התפיסה של המוצר - הוא נבדל ממותגים אחרים. הפרסומות שלהם בכלל לא הראו בגדים, הם הראו דברים מאוד תיעודיים ועיתונאיים, ורק הוסיפו את הלוגו שלהם בצד. הם העבירו מסרים של אנטי גזענות ואנטי מלחמות. זה המשיך 20 שנה ועורר המון פרובוקציות.



ואז הם הגיעו לצילומים של רוצחים נידונים למוות בארצות הברית, והיו נגד עונש מוות. המרואיינים לא ידעו שהם הולכים לקמפיין, ובארצות הברית סגרו להם חנויות בגלל הקמפיין הזה.

#### מהפכת התקשורת וראשית התקשורת החזותית

מרשל מקלוהן ו"המדיום הוא המסר". ההקשר נותן את המשמעות לתוכן. אותו מסר בשיחה לעומת עיתון, הוא שונה לחלוטין. היום נסביר שהטכנולוגיה לא רק עוזרת לנו, אלא אנחנו פיתחנו לעשות אותה דברים שאנחנו לא יכולים, והיא בתורה משנה את החברה בחזרה.

כשהאינטרנט הומצא הוא התחיל מהעברת אימייל, והגיע להנגשת המידע שהוא דמוקרטיזציה של המידע. לכן במדינות דיקטטוריות מגבילים את הגישה למידע באינטרנט.

- הטלגרף - ניתק את העברת המסר מאמצעי התחבורה. היה אפשר להתחיל תקשורת יותר קרובה בין כפרים וערים שונות
- טלוויזיה - שינתה את דפוסי הפנאי שלנו. משפחות התאחדו ואז נפרדו בגלל הטלוויזיה.
- המחשב - שינה את כל התקשורת ודפוסי האחסון והאיחזור של מידע. שינוי של תקשורת וירטואלית ודפוסי האחסון. ביג דאטא - נאספת עלינו אינפורמציה מכל מיני כיוונים. דאטא יכול להגיע מחברות שונות וליצור הצלבות שמביאות מידע חדש, וזה גם משנה את החברה.

## הכתב

• הכתב הקדום החל מציורים (מסופוטמיה, מצרים וסין).

- בכתב תמונתי הציורים דמו לעצמים שהם מסמנים ומייצגים. סימנים כאלו מכונים "סימנים איקוניים" או פיקטוגרפים.
- כתב ציורים שסימניו מייצגים לא רק עצמים מוחשיים אלא מושגים רעיונות מכונה "כתב אידאוגרפי".
- מכאן החל להתפתח הכתב הפונטי. שם נעלם הקשר בין הסימן לצורת המסומן. סימניו מייצגים צלילים בשפה.

### הכתב

כל זה מתחיל מראשית ההיסטוריה ותחילת הכתב. לפני הכתב היו חברות מילוליות - העבירו ידע מדור לדור באמצעות דיבור. חלק נשכח, חלק השתנה, הזכרון האנושי שיחק חלק גדול בתרבות. בשביל הצורך להרחיב את הזכרון האנושי הומצא הכתב. הכתב הקדום מתחיל מסימנים שייצגו עצמים מסוימים (שמש, דג). הסימנים האלה היו סימנים איקוניים/פיקטוגרפים - סימן עם זהות בין הדבר לחפץ עצמו במציאות. ציורים אידאוגרפים - שיש להם קשר גרפי למקור. משם הסימנים הפכו להיות רעיוניים כיוון שהתפתחו רעיונות שאין להם סימן מוחשי כמו עונות ורגשות. זה דרש כתב אידאוגרמי, לאחר מכן, ממנו התפתח כתב פונטי של אותיות, וזו הדרגה הכי מופשטת. נעלם שם הקשר בין הסימן לצורת המסומן, וסימניו מייצגים צלילים בשפה.

במה הכתב עזר בעצם?

- לשמר ידע
- לתת קביים לזכרון
- תקשורת בין אנשים שלא מכירים
- השפה מתפתחת, רעיונות מתפתחים
- מעמדות לפי ידע בכתב
- יכולת לפתח חברות גדולות, יכולת לשלוט
- יצירת זמן והבנה של זמן. נוצרת ספרייה. נוצרות שושלות ויכולת לחקור.

כתב אידאוגרפי

נקרא גם פיקטוגרם, מהמילה תמונה.  
כשיש קשר איקוני וגרפי בין המקור לסימן.  
שילוט הכבישים הוא אידאוגרפי, והומצא בשנות ה-50.

木



עץ

林



חורשה

森



יער

כתב אידאוגרמי

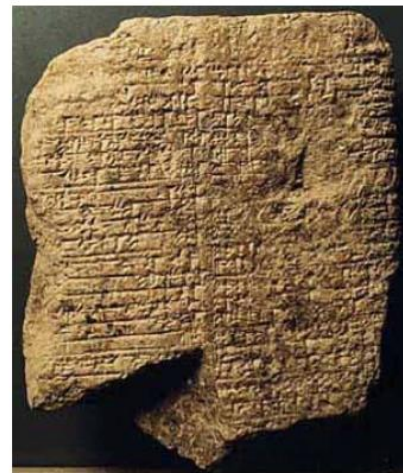
יש קשר רעיוני של המקור לסימן. דברים שאין דרך לסמן אותם באופן אידאוגרפי.

מסופוטמיה- הוא האזור המשתרע בין הנהרות הגדולים הפרת והחידקל. משמש חוקרים גם ביחס לתקופה כרונולוגית של האנושות בה האזור שגשג תחת שלטון שמי.

כתב יתדות - אכדית



	MEANING	OUTLINE CHARACTER, B. C. 3500	ARCHAIC CUNEIFORM, B. C. 2500	ASSYRIAN, B. C. 700	LATE BABYLONIAN, B. C. 500
1.	The sun				
2.	God, heaven				
3.	Mountain				
4.	Man				
5.	Ox				
6.	Fish				



נכתב באיזמל ופטיש.

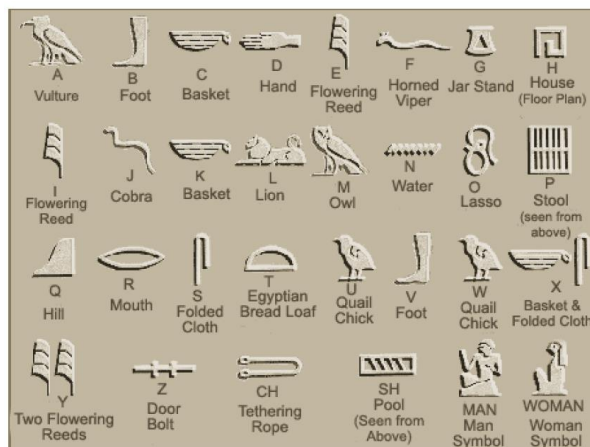
### הירוגליפים



התפתח במצרים העתיקה.

המצרים המציאו את נייר הפפירוס והתחילו להשתמש בצבע. השושלת הפרעונית הראשונה מתחילה לכתוב דברים על מסעות ציד, מלחמות וכו'. הם מתארים דמויות, אנשים, תארים של דמויות, על ארונות קבורה ופסלים.

זה יוצר בחברה נרטיב והיסטוריה. ההיסטוריה יוצרת את מדורת השבט, אנחנו מתלכדים סביב מאורעות שמאחדים אותנו. הדבר הזה יוצר איזהשהו מיתוס ו"סדר מדומיין" (יובל נוח הררי). שכולם מאמינים באותם סדרים ואירועים שקרו ויוצרים סביב זה חברה. זה משנה את החברה מאוראלית לכתובה.



זה יצר מעמדות של כהנים, שכתבו, אל מול אנשים אחרים.

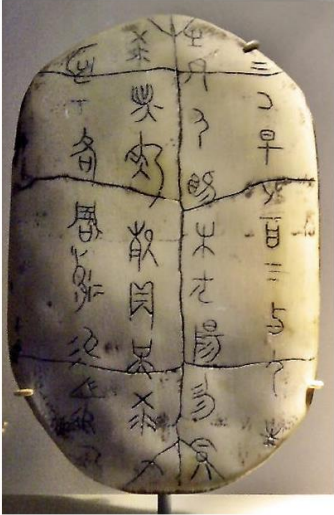
השפה הייתה מאוד מפותחת, היו 700 סימנים שונים שייצגו דברים שונים - ציור של נשר, קוברת וכו'. אבל לאט לאט התפתחה שפה פונטית של 24 אותיות שהיה אפשר לכתוב את המילה בעוד צורה, בעזרת אותיות - אם אין לה ציור.

הפענוח של השפה של המצרים היה בזכות אבן הרוזטה.

האבן הזו הייתה כתובה בכתב הירוגליפי יחד עם כתב יווני, וככה היה אפשר לפרש את הכתב.

המצאת הנייר - פפירוס. הם המציאו צבעים מצמחים ופחם.

### המצאת הכתב בסין



	Oracle Bone	Greater Seal	Lesser Seal	Modern
man (ren)	𠤎	𠤎	𠤎	人
woman (nu)	𠤎	𠤎	𠤎	女
ear (er)	𠤎	𠤎	𠤎	耳
fish (yu)	𠤎	𠤎	𠤎	魚
sun (ri)	𠤎	𠤎	𠤎	日
moon (yue)	𠤎	𠤎	𠤎	月
rain (yu)	𠤎	𠤎	𠤎	雨
cauldron (ding)	𠤎	𠤎	𠤎	鼎
well (jing)	𠤎	𠤎	𠤎	井
above (shang)	𠤎	𠤎	𠤎	上
down (xia)	𠤎	𠤎	𠤎	下

לצידה של מצרים, השושלות הסיניות גם התחילו לפתח את הכתב. זה פותח על ידי שאמאנים וכוהני דת, על עצמות צבים. גם הם התחילו מסימונים שהם ציורים, שהתפתחו והשתנו בצורה שבה המילים בסינים כתובות עוד היום. אבל בסין בסוף האלף הראשון לספירה, עדיין לא הייתה אימפריה, היו ממלכות קטנות, היה איש שהתחיל לכבוש את המדינות ליד ויצר את סין - צ'ין ש'ה-חואנג והוא היה אחד האנשים המדהימים בעיצוב. הסיבה שהוא הצליח לכבוש את העמים זה כי הוא עשה סטנדרטיזציה של כלי הנשק, ואז היה אפשר לחזק את כוח הצבא. לאחר שהוא כבש את כל העמים והפך אותם

לסין הוא התחיל גם לפתח את השפה כדי לשלוט בעמים שדוברים ניבים שונים (עד היום לא כולם יודעים לדבר את הסינית).  
שה חואנג השתמש הרבה בשפה לאחר האיחוד - הוא יצר מטבעות, יצר מיתוסים לקרבות שהיו וכתב אותם, עיצב מחדש את ההיסטוריה שלו והמוות שלו.  
הכתב הסיני הוא לא אלפביתי עד היום, הוא פשוט קווים ושורשים.

## הפשטת הכתב בשנות ה - 50

- האות 貝 הפכה ל-贝, גם לבדה וגם כחלק מסימן אחר: 貼 הפך ל - 贴
- סימנים הפכו פשוטים יותר:
- הסימן 體 הפך ל-体
- 寫 הפך ל-写
- ו-護 הפך ל-护

מכתב אידיאוגרפי הוא התפתח לשורשים מסוימים. בשנות ה 60 עם מהפכת התרבות בסין בהובלת מאו צ'ה טונג, הוא פישט את השפה והפך אותה ליותר אידיאוגרמית, אבל עדיין נשאר בתוכה חלק אידיאוגרפי. בסין הייתה תעשיית דפוס גדולה, הם הדפיסו סותרות דתיות - היו חורטים על אבן ומדפיסים בעזרתה על דף.

### השלכות המצאת הכתב:

1. פריצת מגבלות הזיכרון - הרחבה של המוח האנושי, העברה ממקום למקום ומזמן לזמן
2. שינוי אורח החשיבה - התפתחות אינטלקטואלית, פיתוח השפה, התמודדות עם טקסטים מופשטים

תנ"ך גוטנברג - gutenberg bible 1438 (לכור למבחן!)



# Gutenberg bible - 1438



ויקיפדיה:

יוהנס גנספלייש צור לאדן צום גוטנברג (בערך - 31397 בפברואר *Johannes Gensfleisch Zur Laden Zum Gutenberg*), אביה של מהפכת הדפוס, המצאה הנחשבת על ידי רבים להמצאה החשובה ביותר באלף השני לספירה.

בסין היה הדפוס ידוע מאות שנים קודם לכן: **בי שנג** (*Bì Shēng*) המציא בשנת 1030 מכבש דפוס, אך ההמצאה הסינית לא זכתה לשימוש רחב ולא התפשטה ברחבי העולם. לכך תרמו שתי סיבות: הכתב הסיני דרש אלפי סימנים שונים ולכן לא היה נוח למימוש כסדר דפוס, ובנוסף לכך ההמצאה הסינית לא כללה תהליך הפקה תעשייתי, זול ומהיר של אותיות הסדר.

עד המצאתו של גוטנברג הועתקו ספרים במערב בהעתקה ידנית, בעבודת נמלים. שיטה נוספת שהייתה נהוגה בזמנו הייתה חריטת אותיות על גבי לוחות עץ ומילויים בדיו, שיטה שאפשרה יצירת ספרים מהר יותר מכתבתם ביד, אולם כל לוח עץ איפשר לייצר מספר מועט של דפים. על מנת לפתור מצב זה צריך היה גוטנברג לשלב מספר המצאות:

- תבנית יציקה, שתאפשר להפיק עותקים רבים וזהים של אותיות **בולטות**. בפתרון זה שילב גוטנברג טכניקה קיימת בסידור מכני משלו, שיצר אותיות זהות בגבהן אך אפשר שינוי רוחב.
- סגסוגת מתאימה לאותיות סדר דפוס, נוקשה דיה לעמוד בלחץ מכבש הדפוס, גמישה דיה לאפשר לחץ אחיד על פני כל משטח הדפוס, קלה למיחזור ובעלת נקודת היתוך נמוכה יחסית. זהו פיתוח בלעדי של גוטנברג, ולמעשה משתמשים בסגסוגת שפיתח (בשינויים קלים) עד ימינו.
- להמציא מכבש דפוס. ייתכן שגוטנברג שמע קודם לכן על ההמצאה הסינית, אך לאור מבנה המכבש שפיתח האפשרות הסבירה ביותר היא ששינה את מבנה מכבש היין שהיה מקובל ונפוץ באזור הולדתו.

הוא בעצם המצאת הגלגל עבור הכתב.

הוא היה גרמני שיצר את מהפכת הדפוס.

\*מראה סרטון של "שם הורד" the name of the rose - did christ laugh

לכנסייה היה כוח כי היא בחרה מה לשמור, היא לא שמרה דברים שנגדו את הדת. כל ימי הביניים הכנסייה שלטה בידע, היה להם את הכוח כי היה להם את הידע לקרוא ולכתוב, והם שלטו בספרים. כל הכתבים היווניים שהיו נעלמו בימי הביניים כי היה אינטרס להגיד שזה מעולם לא נכתב.

בסוף המאה ה-15, סוף ימי הביניים, מגיע גוטנברג ומגלה את הדפוס. איך החדשנות שלו הגיעה להמצאת הדפוס?

הוא הגיע מצורפות, בתור צורף הוא ידע ליצור יציקות קטנות, והוא חשב על ליצוק אותיות קטנות ולסדר אותן כדי להדפיס טקסט. האינטר-דיסיפלינר היה זאת שהביאה לחדשנות פה, וזה דבר שקורה עד היום, אנשים שמגיעים מתחום אחד הרבה פעמים יכולים להועיל רבות לתחום אחר. לכן סטיב ג'ובס הכניס את המעצבים לתהליך פיתוח המוצר, במקום רק לייפות את המוצר הסופי.

מעצבים הרבה פעמים נמצאים בבורדים של חברות כי הם חושבים אחרת וזה תורם לחדשנות.

הספר הראשון שגוטנברג הדפיס היה התנ"ך.

ההדפסה של גוטנברג הוזילה רבות את עלות החומרים וההדפסה, והוא הפך את המילה הכתובה למוצר זול וזמין, שעובר להרבה שכבות באוכלוסייה.

השפעות שנבעו מהמצאת הדפוס

## השפעות שנבעו מהמצאת הדפוס

- הדפוס לקח מהכנסייה את הכוח שהיה לה מבלעדיות ההפצה והעתקה והעביר אותו למחבר הטקסט.
- ההעתקה הידנית שהייתה נהוגה עד המצאת הדפוס איבדה בהדרגה מיוקרתה והייתה לתפקיד משני בתהליך הפצת הטקסט.
- היכולת של הדפוס להעתיק כמות גדולה יותר אפשרה את הפצת הידע במהירות ובהיקף חסר תקדים.
- הדפוס האיץ את דרכי החילון, בחברה האירופית, אפשר צמיחה של מוקדים אינטלקטואליים, אשר פעלו מחוץ לעיניה הבוחנת של הכנסייה, וכך החלו להתפרסם תכנים חילוניים.
- הדפוס עודד כתיבת יצירות חדשות, הדפוס נתן דרור ליצירת טקסטים מגוון נושאים וסגנונות, שלא היו כפופים לצנזורה הדתית של הכנסייה.
- הדפוס חולל מהפכה בחינוך החלו להדפיס ספרי לימוד, ידיעת הקרוא וכתוב התפשטה במהירות, וההשכלה חדלה להיות נחלתם של יחידי סגולה.
- באמצעות הדפוס החלו להתפתח אמצעי תקשורת המונים, מספרם של יודעי קרוא וכתוב גדל בצורה ניכרת, הדרישה לספרים גברה.
- הדפוס חולל שינוי מכריע בשלושה תחומים: אמנות, דת ומדע.
- **בתחום האומנות** תרם הדפוס להתפתחות הרנסנס.
- **בתחום הדת**, הדפוס תרם להפצת עקרונותיו של לותר –אבי הדת הפרוטסטנטית. התנך, נעשה נגיש יותר וכבר לא היה צריך את תיוכם של אנשי הכנסייה.
- **בתחום המדע**, אפשרויות השימור, האחסון וההפצה של מידע זירזו את צמיחת המדע המודרני. כתבי יד רומיים ויוונים הודפסו הופצו והיו נכס לדורות הבאים.

כתוצאה מהדפוס בסוף המאה ה-15 נלקח כוח מהכנסייה. ההעתקה הידנית איבדה מיוקרתה. היכולת להדפיס בכמויות גדולות איפשרה הפצה של ידע לשכבות גדולות. הדפוס מאיץ תהליכים של חילוניות. היה אפשר לקרוא כתבים שאינם דתיים, היה אפשר לקרוא כתבים של היוונים העתיקים. הופיעו טקסטים שאינם כפופים להיסטוריה. זה הוביל אותנו לתקופת הרנסנס, כי הכנסייה איבדה מהכוח שלה, והייתה יכולה להתפתח אינטלקטואליות.

הדפוס חולל שינוי באמנות, בדת ומדע. זה פותח רעיונות יותר אבסטרקטיים באמנות, זה מפיץ את התנך בצורה שמקדמת את הפרוטסטנטים במדע זה מחזיר כתבים על גיאומטריה וכולי מימי יוון ומאפשר צמיחה שלו.

הפונטים - פונט גאראמונט כבר קיים. יש המון גאראמונטים שונים, הוא נראה שונה בכל מקום.



## Fonts

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
xyz1234567890\* &!.,?

Claude Garamond.

,Garamond Typeface, 1540

במאה ה-19 קורית המהפכה התעשייתית. 1780-1840.  
המהפכות הקודמות והשפעתן -

- החקלאית - אנשים הפסיקו לנדוד והפסיקו להיות לקטים וציידים. האדם למד לביית את החקלאות.
- המדעית - רפואה, הסתכלות על גרמי השמיים,

המהפכה התעשייתית מגיעה במאה ה-19 באנגליה. הם יצרו כלכלה קפיטליסטית. מדובר בעיקר בשינוי טכנולוגי שמביא לשינוי שיטות ייצור. מחקלאות ושימוש בחמורים ומחרשות, לשימוש במכונות. כלכלה של מפעלים תעשייתיים שמופעלים בקיטור. מכונות טוויה במקום בנול. זה מתפשט לשאר אירופה ויפן. מכוח מים ובהמות עברו לכוח של פחם. התחילה רכבת קיטור, השתמשו בברזל למסילות, התחילו אוניות קיטור. ואז לא רק שהיה אפשר לייצר את המוצרים ולעשות סטנדרטיזציה, היה אפשר גם להפיץ אותם ולשווק אותם. תחומים שהושפעו:

- טקסטיל
- במקום נול התחילו להשתמש במכונה שעובדת עם כרטיסיות מכניות.
- ברזל
- היה אפשר לצקת ברזל, לבנות גשרים בברזל במקום אבן, לצקת כלים. זה הוזיל את המחירים כי לא היה צריך לעשות עבודת יד
- כלי חרס וחרסינה
- הנגיש צלחות מקושטות גם למעמד הביניים
- ריהוט - אופן הייצור לא הושפע כי הוא היה עשוי עץ, אבל היה אפשר לשווק אותו, וזה יצר קטלוגים מעוצבים על ידי מעצבים גרפיים.
- התחילה סטנדרטיזציה עד היום, שהתחילה בעצם את תרבות הצריכה שהולכת והורסת את כדור הארץ, היום במיוחד
- דפוס
- היה אפשר לייצר ניירות מאוד גדולים, יכלו לעבוד עם גלגלים ולהדפיס המון דפים בשנייה.

היו גם מכונות כתיבה שמדפיסות על סטנסיל שאפשר אחר כך להדפיס אותו, זה נשאר ממש עד שנות 70. משם זה התפתח למכונת כתיבה.

### נוף עירוני חדש

מה עוד קרה במהפכה התעשייתית - התחיל תהליך של עיור, מעבר של אנשים לעיר בשביל עבודה, וגם עבודת ילדים. מתחיל הנושא של טבע לעומת תרבות, וערים הבנויות סביב מפעלים. הדבר הזה הביא להרבה בעיות כמו קיטוב מעמדות, צפיפות וזיהום - הערים הפכו להיות שחורות מפחם. רק בשנות ה-60 מתחילות התנועות האקולוגיות וזה מגיע לתודעה. התחילה תופעה של עש הפלפל שהפך לשחור במקום לבן, בגלל צורך בהסוואה. דברים שנשארו מהמהפכה התעשייתית - kew gardens, שילוב של פלדה וזכוכית. crystal palace, שם הציגו את כל ההתפתחויות הטכנולוגיות. אנשים הגיעו מכל רחבי אירופה לראות את פאר התעשייה. משפחת ויליאמס הגיעה גם לראות את התערוכה, ילד אחד שהגיע, ויליאם מוריס, החליט לא להיכנס - נחזור אליו תיכף

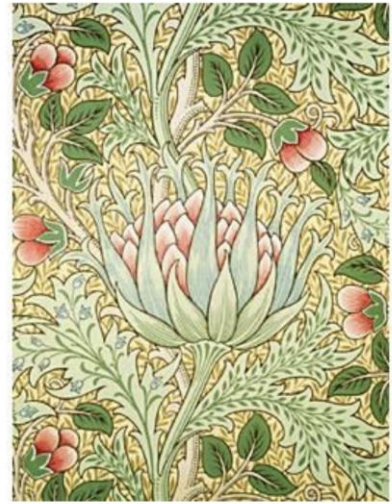
התפתחו קטלוגים קיטשיים ומאויירים דומים לחפצים שנוצרו, לא כולם ראו את התפתחות התעשייה כדבר מבורך. התנועה הגרפית שנלמד עליה היא arts and crafts . (למבחן!!!)



היא תנועה חשובה שלא ראתה את השינוי האלה לחיוב. הם חשבו שהחידושים הטכנולוגיים הם המצאות השטן, זה מוריד את איכות החיים בגלל זיהום האוויר ועבודת הילדים. עד עכשיו מי שעיצב גם ידע לייצר, וזה התחיל להשתנות. ג'ון רסקין -פילוסוף ומבקר אמנות באוקספורד . התנועה התחילה מויליאם מוריס, אותו ילד שלא הסכים להיכנס לתערוכה.

# ויליאם מוריס William Morris

## 1834-1896



הוא הסתמך על ג'ון רסקין בין השאר, שאמר אם המהפכה התעשייתית תמשיך היא תיצור דור שלם של מעצבים שלא יידעו לעבוד, ומיומנות של דורות תאבד. הוא קישר בין אסתטיקה למוסר חברתי. הוא דיבר על השפעה מהטבע וחזרה לעבודת יד. ויליאם מוריס הושפע ממנו מאוד. הוא יצר את תעשיית craftn מחדש. הוא נתן לה את השם הזה. עד היום יש נישה לצד עיצוב תעשייתי שנקראת קראפט - לשמור על ערך שונה בעידן התעשייתי.

### הציור הפרה-רפאליטי / דנטה גבריאל רוזטי

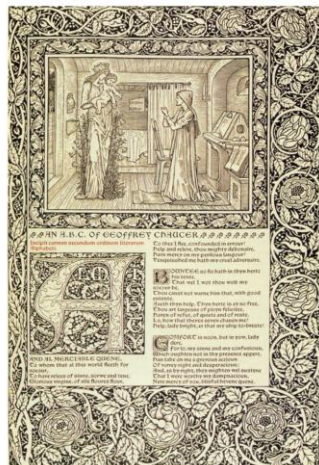
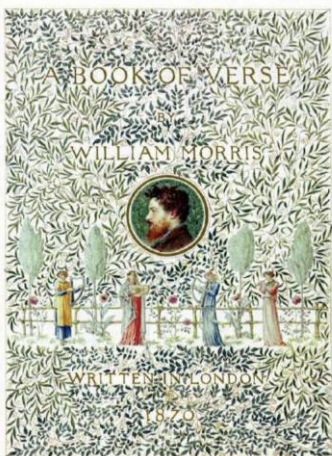
הציירים הפרה-רפאליטי חוזרים חצי מאה לפני רפאל, לציור של סוף ימי הביניים (רפאל פתח את הרנסנס). ויליאם מוריס משליך את זה על עיצוב - הוא טוען בעד לחזור לתקופה של לפני המהפיכה הצרפתית ובעד גילדות. הוא התחיל את ויליאם מוריס קומפני, לעבוד ולייצר דברים של קראפט, מטעם כל מיני אמנים ויוצרים. הוא גר ב"בית האדום". הוא משיך עיצוב מסויים של לבנים אדומות ובתים כפריים לערכים שלו. הוא מדבר על איך האסתטיקה שלו תשמר את ערך החברה. הוא החזיר את העיצוב למאה ה-15. כל העיצובים הם עבודה ביד, דרך סטנסילים.

החברה שלו עושה טפטים, רהיטים, שטיחים, אריחים, ויטראזים. (הבריטים עד היום מדפיסים את העיצובים שלו ומאוד גאים במורשת הקראפט שלהם.)

מה שאירחני זה שזה היה רק לעשירים כיוון שזה היה יקר הרבה יותר ממה שהופק במפעלים.

### מוריס ויליאם כמוציא לאור

ההוצאה לאור הראשונה הייתה של ויליאם מוריס. הוא הדפיס תעשייתי אבל משלב בזה עבודה ידנית, כמו של גוטנברג. הוא מעצב את הדפים והאותיות בספרים שלו. הם מוציאים כ-18000 ספרים וחמישים ומשהו כותרים. הוא הדפיס ספר של ג'ון רסקין הפילוסוף שהוא שאב ממנו השראה. העיצוב שלו התאפיין בחזרה לטבע ואנטי לתרבות העירונית. הוא שאב את סגנון ההדפסה מונציה, בין השאר את ההדפסות המוזהבות.



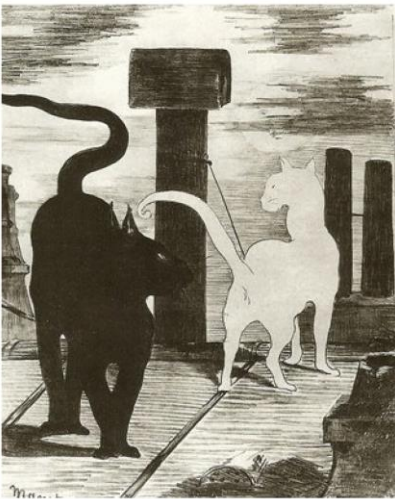


בצלאל עצמו נפתח כבית ספר arts and crafts. בוריס שץ הושפע מויליאם מוריס. מוריס ויליאם העדיף את הקראפט הפלסטיני דווקא, והיה ביניהם ריב כלשהו.

הקראפט הגיע גם לארה"ב, לתעשיות של איך אפשר לפתח את זה מבחינת מסחר, ומתחילה הדפסה תעשייתית, אבל עדיין היו קומונות שממש עבדו ביד, עשו עבודות עץ ידניות וגם עבודות יד של ספרים. קומונת Roycrofters

\*רואים סרטון - geoffrey chaucer, kelmscott press edition - ספר מההוצאה של ויליאם מוריס נראה לי\*  
עוד סרטון, שמדגים את שיטת הדפסת kelmscott

## אר-נובו



מבריטניה נעבור לצרפת ונעקוב אחר התפתחות התנועות שפיתחו את העיצוב הגרפי - היום נראה פוסטרים, נגיע גם לארט דיירקשן, צילום וכו וכו. היום אנחנו עדיין בשלב פרה-מודרניסטי, בפרזי ובאר נובו. פרזי הייתה עיר של אמנות גבוהה, אמנים חשובים, מוזיאונים. לא עסקו כל כך באמנות דקורטיבית. המהפכה התעשייתית מתעכבת מלהגיע לפרזי. נוצרת תנועה חזקה של אמנים שנקראים אימפרסיוניסטים. הם יצאו נגד הציור האקדמי, נגד ציור סטודיו, נגד ציור ניאו קלאסי. הם רצו לייצר סגנון חדש, צבעים חדשים, לצאת מהקיבעון של לחקות את הקלאסיקה. הם יצאו החוצה ורצו "לשחרר" את הציור.

הם הסתכלו על הציור הקדום הקלאסי בתור נחות. ציירים כמו גוגן מונה מאנה דגה. הציירים האימפרסיוניסטים קשורים לאר נובו בכך שהם מתחילים לצייר פוסטרים, ומציירים דמויות אמיתיות. דוגמאות - ארוחת הבוקר של רנואר, מצייר אנשים אמיתיים בסיטואציה אמיתית. קלוד מונה מצייר את הגשר בבית שלו. מונה הולך לבר, מצייר דמות אמיתית של ברמנית. מאנה מצייר אילוסטרציות של שחור לבן - מפגש שני חתולים על גג בפרזי. הדברים האלה משפיעים על פוסטרים ובהם נתמקד. פייר בונאר מצייר אשה וילדה ברחוב, כשדוכן עיתונים מאחוריהן. הדברי האלה בתוספת הכיתוב על הציור מתחילים לפתח את הפוסטר הצרפתי. מי שמפתח את זה ממש למקצוע היה ז'ול שרה - Jules cheret (חשוב לזכור!!).



הוא מתחיל לפתח פוסטרים חדשים לחנויות, מוצרים. בפעם הראשונה זה עדיין ציור שהוא מצייר ביד, והוא מציג פוסטרים שמפרסמים מקומות כמו ברים, וזה נתלה ברחובות באלפי עותקים - זה יוצא לרחוב, זה כבר לא אמנות. זו פעם ראשונה שרואים שימוש באישה כאובייקט משיכה כדי ליצור פיתוי למוצר/מקום. ההשראה מגיעה מהציור של התקופה, מדברים של רוקוקו - רקע כחול ודמות נשית במרכז. והוא הופך את זה לפרסומת. פרסם בתי כלבו, משקאות קקאו. אלו הפוסטרים המסחריים הראשונים.

בסוף המאה ה-19 היה שיח מצד ארכיטקטים ומעצבים שהגיבו לדברים העכשוויים שקורים - האימפרסיוניזם והמהפכה התעשייתית.

הם התחילו את האר נובו. בניגוד להסתכל אחורה - הם מסתכלים קדימה, וחושבים מה לייצר מהחומרים החדשים של ברזל זכוכית. האר-נובו לא לקח רק אמנות גבוהה, ועשה שיתוף פעולה בין צורפים, ארכיטקטים ומעצבים, והוא היה בינלאומי.

האר נובו סובב סביב החי והצומח, גוף האישה, והוא מתאפיין בכמה סגנונות - יש סגנון אורגני ומסולסל, ויש סגנון ישר ומרובע.

### Japanese Print - Ukiyo-e

איך האר-נובו הגיע להיות בינלאומי? הוא התחיל בינלאומית - מהשפעה יפנית. בתקופה זו התחיל סחר עם יפן, שהייתה סגורה עד 1853. קומודור פרי הגיע בספינות קיטור שחורות ליפן, והכריח אותה להיפתח.

### Black ships - commodore perry

בשנים האלה שיפן הייתה סגורה התפתחה בה תרבות מיוחדת, שלא הושפעה מסין. התחיל סגנון ציור חילוני של "העולם הצפוף Ukiyo-e". השלטון החילוני עבר לעיר אדו (טוקיו לעתיד) והתפתחה שם תרבות שעשועים, התרבות הזו נקראה העולם הצפוף. הסגנון ציור מורכב מהדפסי עץ - עבודה של 3 אנשים - מצייר, חורט ומדפיס. וזה הודפס בצורה תעשייתית.

אחת התמונות המפורסמות של הסגנון שייכת להוקסאי.



הציירים היו מציירים נופים - הר פוג'י, גל, הם היו מציירים גיישות ותיאטרון, והם בדרך כלל היו מציירים סדרות. מה שחשוב הוא שהציורים האלה היו תעשייתיים. מה שעניין את האירופאים בעיקר בסגנון הזה הוא הצבעים שלו. בסגנון Ukiyo-e היו פוסטרים שפרסמו שחקני קבוקי מפורסמים, גיישות מפורסמות. ובשביל להרוויח כסף הם גם ציירו הרבה ציורים אירוטיים. אחד הכי מפורסמים הוא גם של הוקסאי.

באירופה, כבר במאה ה-16 היה דבר שנקרא chinoiserie. דברים שהגיעו מסין, וגרמו לכך שהיה אופנתי ביחד עם הרוקוקו באירופה.

היה כל כך הרבה ביקוש לדברים סיניים באירופה, שהאירופאים התחילו להעתיק ולייצר את הסגנונות הסיניים. הייתה אהבה גדולה למזרח הרחוק.

עד המאה ה-19 עם עליית הניאו קלאסיקה השינוי ירד מגדולתו. אבל בתקופה הזו גם יפן נפתחה מחדש.

מכאן אנחנו מגיעים ל Christopher Dresser

חלק מה- Asthetic movement

שמתחיל לייצר דברים בסגנון יפני - מאוד מינימליסטי. הכל מברזל וזכוכית, השתמש ביכולות התעשייה.

Toast rack 1881



בתקופה הזאת מגיע לבוש יפני, אמנות יפנית, עיצובים ורהיטים יפניים לאירופה. המערבים לוקחים את כל הגירויים האלה ויוצרים מהפך אצל האימפרסיוניזם.

האר נבו היה נחשב כעממי ופופולארי ולא היה נכנס למוזיאונים באותה תקופה

ג'אפוניזם - שילוב של האמנות היפנית לתוך האירופאית. ההפנמה של שפה חזותית יפנית בתוך עבודות אירופאיות. זה ז'אנר שסחף את פריז בסוף המאה ה-19.

ואן גוך גם העתיק תמונות יפניות כדי ללמוד את שילובי הצבעים, העומק וכולי. <<<

פורטרט של איקיו ikkyu, ואן גוך מצויר פורטרט ממש דומה לו. הוא צייר גם את פריחת השקד בסגנון פריחת הדובדבן היפנית.

קלוד מונה - בונה בית עם גשר יפני. באגם שלו הוא שותל ליליות. קלימט - גם לוקח השראה מהז'אנר היפני. את הזהב הוא מצויר כקימונו. פוצ'יני עושה אופרות יפניות.

Kazari

היו המון מניפות וקומקומים ורהיטים שהגיעו מיפן והשפיעו על העיצוב האירופאי.

Siegfried bing

פתח את האר-נובו L'ART NOUVEAU, גלריה שבה מכר דברים יפניים. הוא סוחר מאוד גדול של אמנות ועיצוב יפניים.

בתמונה הם נראים לובשים קימונו ויושבים על הרצפה.

ב-1895 הוא פותח חנות/גלריה בשם Maison de l'Art Nouveau שמבקשת מאמנים צרפתים ליצור דברים בסגנון האמנות היפנית. שם הוא מציג בעיקר אמנים שמצוירים בסגנון יפני, וגם קצת דברים יפניים מקוריים. אחד האנשים

שהוא מבקש מהם הוא מעצב בלגי בשם henry van de velde, שיוצר בין השאר שולחן בסגנון יפני (אפילו שביפן אין שולחנות)



## Henry van de Velde



רואים סרטון:

Mr bing & l'art nouveau

אחד האנשים שהוא עבד איתם היה טולוז לוטרק. הוא עשה פוסטרים והושפע גם הוא מיפן. הפוסטר Divan Japonais לדוגמה. בינג לקח את טיפאני וטולוז לוטרק ושילב ביניהם, הוא אהב לשלב בין אמנים. עוד אמן שהציג שם הוא אמן זכוכית בשם אמיל גאלה emil galle. הוא יוצר גם דברי עץ עם אלמנטים של טווסים ופרפרים, בהשראה יפנית. קלוד מונה צייר ליליות מים יפניות שהוא בנה בגינה שלו, וגאלה יצר כד עם דוגמה של ליליות מים. אין הפרדה בין הפורמטים השונים בגלריה של בינג - הוא שילב בין כולם.

## מאפיינים

- סגנון טוטאלי ללא הפרדה בין פיסול, ציור, עיצוב פנים וארכיטקטורה.
- שימוש בשילוב של זכוכית וברזל עקב המהפכה התעשייתית.
- אסתטיקה דינמית, זורמת עם קווים מעוגלים, פרחים, חרקים, ציפורים וגוף האישה.

ציור יפני שמגיע בסוף המאה ה-19 לאירופה, האירופאים מאוד מתרשמים ממנו:



Kyosai, 1881

ציור עם חרקים וציפורים על ענפים. ציור תקריב של פרחים, חיים, עם דבורה. בעזרת החרקים יש דימוי של רגע אחד בחיים, שנייה מסויימת, לעומת הטבע הדומם שהוא נצחי וקבוע. הם התלהבו מהתיעוד הזה של רגע מסוים בחיים. הם התחילו להכניס חרקים לציורים שלהם, ציירו פרחים בצורה אחרת, בנו הדימוי חרקים.

חזרה לעיצוב הגרפי: האר נובו פונה בעיקר למקומות של שעשועים ופרסום. תרבות הצריכה הייתה הלב שהניע את האר נובו. טולוז לוטרק צייר פוסטרים לקברטים, למולאן רוז'. הוא לוקח את הפרספקטיבה מהציורים היפנים. Leonetto cappiello - עוד אמן אר נובו שהצליח והתמחה בגרפיקה ודרכו אפשר לראות את תרבות הצריכה המתפתחת. פרסומות לפסטה, קופסאות שימורים, אלכוהול, שוקולד.

Samuel grasset - עוד אמן אר נובו



אלפונסו מוחה Alphonse Mucha - אמן צ'כי שחי בצרפת בתקופת האר-נובו. אחד האמנים המפורסמים ביותר של הפוסטרים של האר נובו. גם הוא פירסם מוצרים, אבל רואים אותם בקושי, רוב הציור מלא בקישוטים של אר נובו ואשה במרכז. מוחה עיצב גם חנות תכשיטים של אר נובו.

עוד דבר שאינו אר נובו אבל הושפע ממנו והוא באותה תקופה - הדמות של צמיגי מישלן.

סרטון michelin the story of bibendum - מה שייחודי בדמות ובפרסומים האלה הוא שזה הפרסום הראשון שהלוגו משתנה בו. הלוגו, הדמות כל פעם נמצאת במקום אחר ונראית אחרת.

הפוסטר הכי מפורסם, לקברט- החתול השחור.  
Theophile Alexandre Steinlen - Le Chat Noir  
(1896)



Theophile Steinlen

Theophile Steinlen ,  
Cabaret du Chat Noir .1896 ,  
Poster .

### הטיפוגרפיה של האר-נובו

הטיפוגרפיה היא של כתב מכחול, דבר שהגיע מיפן.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890  
"The typeface called Auriol was designed in 1901 by Georges Auriol (1863–1939) for the Deberny & Peignot foundry."

האר נובו התפשט להמון מקומות בזכות שיתופי פעולה ותערוכות בינלאומיות - זה פעם ראשונה שסגנון הפך לבינלאומי.

פוסטרים בלגיים, עבודות ברזל, זכויות, בית האמנות.  
Privat livemont - אמן פוסטרים בלגי שהושפע מצרפת

ספרד - העבודות של גאודי, קראו לזה מודרניסימו במקום אר נובו.

ייצר בעיקר עבודות אר נובו בעץ וזכויות, ארכיטקטורה.

פראג-צ'כיה - עיר של אר נובו

ריגה- לטביה - אתר מורשת האר נובו של אונסקו. רוב העיר בסגנון אר נובו.

שתי תנועות אר נובו שונות אך חזקות  
סציוניה בהובלת ג'וזף הופמן

ושם הייתה הסדנה היונאית שייצרה הרבה גרפיקה ומגזין שעסק בסגנון החדש. היה להם את בניין הסאקרום  
sacrum. וגם מגזין ver sacrum.

קלימט היה גם חלק מזה.

אגון שילה - היה חלק מהסדנה הוינאית

לצד הסצציונה, נוצר בגלגו על ידי רנה מקינטוש - יצירות אר נובו סקוטיות. חדרים שלמים בהשראת הארטס אנד קראפט, זכוכיות, ספריות, בתי מלון. אשתו של מקינטוש, מרגרט מקדונלד, הייתה גם יוצרת. לנשים לא הייתה כניסה למקומות של ארכיטקטורה ועבודות ייצור, אז זה היה נדיר שהיא בכל זאת עבדה ויצרה. והיא אחת הנשים הראשונות שעשו עיצובים כאלה. היא ציירה פוסטרים ופרסומים ביד. מקינטוש בנה את בית הספר של גלגו. הוא נראה מודרניסטי, אבל כולו מלא באלמנטים של אר נובו.

Jugendstils - יוגנשטיל

האר נובו הגרמני, בתרגום חופשי - "הסגנון הצעיר".  
הגרמנים הוציאו מגזינים שמוקדשים לעיצוב בסגנון אר נובו.  
פיטר ברנס - ממנו יצמח המודרניזם, עושה פוסטרים וקרמיקה בין אר נובו למודרניזם.

בארצות ארה"ב טיפאני הושפע מגאלה. זה בעצם סגנון אר נובו. הוא יוצר ויטראז'ים קטנים של זכוכית וברזל. טיפאני התחיל את עבודתו עם בינג.  
Will bradly - גרפיקאי אמריקאי בן התקופה. עושה פרסומות בארצות הברית בסגנון אר נובו.

היום יש עדיין הרבה השפעה של אר נובו, בעיקר בארהב. דניויד לאנס גוינס david goines

## ראשית המודרניזם

חיי האר נובו היו די קצרים, מה שהתחיל בסוף המאה ה-19, הסתיים בתחילה המאה ה-20. הגלריה של בינג נסגרה ב-1905. זה הפך להיות יותר מדי דקדנטי וקשקושי, והתחילה תחושה חדשה באוויר עם כוחות חברתיים ותרבותיים חזקים - קומוניזם, פרויזד, המהפכה הרוסית.

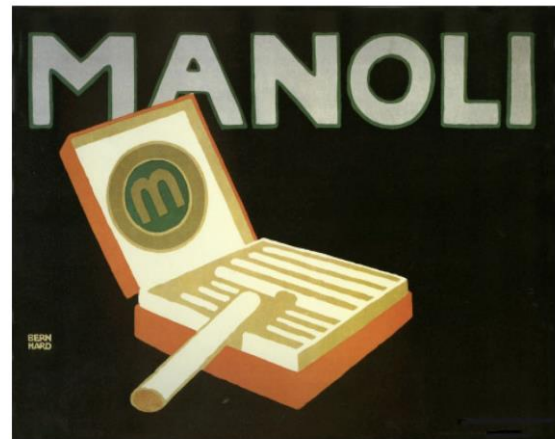
הזרם הראשון שיצא נגד האר נובו היה בגרמניה. גרמניה הייתה בראש החזית של שילוב בין עיצוב ותעשייה. הזרם הראשון שיצא היה גרמני - זך(=דבר) פלקט(=פוסטר) ("פוסטר שמציג את הדברים"). התעשיינים הגרמנים הרגישו שלא רואים את המוצר בפוסטרים של האר נובו. ולכן התחילו פוסטרים מודרניסטיים שמראים את המוצר עצמו, הם יותר מינימליסטים. המודרניזם מאופיין בניקיון.

Lucian bernard - המעצב הראשון (שהיה אנונימי בתקופה) שהמציא את הסגנון של הצגת המוצר בצורה ברורה. הצבעים הם צבעי יסוד, דבר שמאפיין את המודרניזם (עם צורות יסוד). הפונט בהתחלה הוא עוד לא מודרניסטי. ועדיין יש את שארית החותמת היפנית. פוסטרים של מכונת הכתיבה אדלר, בוש, גפרורים.

באיזושהו שלב, רופא שאהב את הזרם הזה הקים מגזין לעיצוב גרפי של הפלקטים האלה. הוא קורא למגזין das plakat.

לוסיאן ברנרד הקים את הסדנה הגרמנית - deutscher werkbund

## Lucian Bernhard



בסדנא הוא איחד בין מעצבים, תעשיינים ואדריכלים, והביא לראשונה את המושג "מעצב הבית". באנגליה יצאו נגד התעשייה, ולעומת זאת כאן בגרמניה עבדו יחד עם התעשייה והיו אחראים על המוצרים, האריזה, ניירות כתיבה וכו'.





Hans Rudi Erdt ,Opel .1911 ,



Ludwig Hohlwein

פוסטר לבגדי גברים  
Hermann Scherrer  
שילוב של הפשטות של ה  
Sachplakat עם האלגנטיות  
של טיפוגרפיה גבוהה.

Ludwig hohlwein - התחיל בתחילת המאה. בהמשך עיצב גם פרופגנדה נאצית.

עשה קצת שילוב של הזך פלקט עם האר נובו.  
במלחמת העולם הראשונה הם ירו את הפרופגנדה הגרמנית בצורה של sachplakat



Hans Rudi Erdt ,*UBoote  
Heraus* .1917 ,!Poster .



Julius Klinger ,  
*8Kriegsanleihe*  
(*8th War Loan*),(  
.1917Poster

מעצבים גרמניים שהגיעו לארץ לפני המלחמה עיצבו גם פה פוסטרים.

#### עידן המכונה

שנתיים לאחר שנסגר המפעל של בינג נפתח המפעל של הנרי פורד בארצות הברית. לקראת תחילת המאה ה-20, לאחר הרבה התנגדויות, אנשים מתרגלים למכונה, ואפילו מתיידדים איתה. המפעל של הנרי פורד יוצר קו ייצור וצורת העסקה חדשה. לראשונה, אנשים מועסקים לפי שעות, לא לפי ילדכולות ומיומנויות.

פורד יצר את המכונת הראשונה, מודל T. שנמכרה ב-16 מיליון יחידות. הרעיון של פס ייצור היה אידיאולוגיה כלכלית של התקופה. זה דרש מיומנות חדשה - ניהול של אנשים.

קטע קצר מסרט ביקורת על הדבר הזה של צ'רלי צ'אפלין. Modern times - factory scene. התפאורה מאוד מאפיינת את המודרניזם, מאוד רחוק מהאר-נובו. ברקע המכני מועברת ההרצה למכונה שהייתה רווחת בתקופה.

#### שכונת מונפרנס וראשית המודרניזם

לאחר מלחמת העולם הראשונה היו חייבים מחשבה חדשה, נערמו 16 מיליון גופות וחלק מזה בגלל המכונות. בכל מיני מקומות צצים אנשים אוונגרדים, בפילוסופיה, באמנות, בספרות, בתרבות. אנשים זונחים את המסורת - ניטשה, וירגיניה וולף, קפקא, פרויד.

פרויד מגלה את התת מודע. זה גילוי חזק במאה ה-20.

בהקשר של 3 המכות של האנושות-

קופרניקוס - העולם עגול

דרוין - אבולוציה

פרויד - תת מודע, קיום קופסא שחורה שמפעילה אותנו.  
הגילוי שלאדם יש יצרים אפלים שמפעילים אותו ערערה את האנושות. זה היה דבר שהשפיע על אמנים ומעצבים בתקופה.

הדבר הזה התחיל בשכונת מונפרנס ואז הגיעו פיקאסו הספרדי ו--- הצרפתי. הם הופכים את האדם למישהו שצריך להרוס את הצורות המסורתיות כדי ליצור משהו חדש. כך התחיל הקוביזם.  
הקוביסטים פירקו את הדבר הפיזי לכמה נקודות מבט. הסגנון הזה משפיע גם על עיצוב, שירה.  
הקוביזם משפיע על 3 מרכזים של אוונגרד -

- פוטוריזם futurism - איטליה
- קונסטרוקטיביזם - ברה"מ
- דה סטיל - הולנד

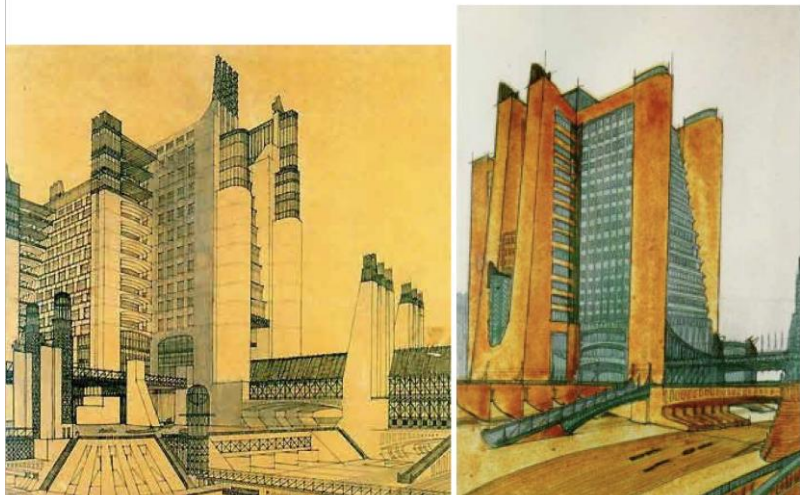
לאחר מכן שלושת מרכזים אלה מובילים לבאוהאוס שבגרמניה.

#### התנועה הפוטוריסטית

תנועת אמנות איטלקית שהעריצה את המכונה, את העיר המתועשת, את המודרניזם, וביקשו להעמיד מודל אסתטי חדש שמושפע מהמכונה בתור מודל אסתטי.  
תת מקלע היה יותר יפה מהפסלים היוונים העתיקים בעיניהם.  
מילת המפתח של התנועה היא דינמיות.  
זה ציור מסוג חדש לחלוטין, הוא הרבה יותר אבסטרקטי.  
Harold edgerton - משנות ה-50, לא קשור לפוטוריזם, ניסה להראות את מה שהעין לא יכולה לראות. זה מה שהפוטוריסטים ניסו להראות הרבה שנים לפני זה. הם רצו להראות את הדינמיות של הדברים.

רישומים של ארכיטקט פוטוריסט צעיר שפינטז על עיר עתידנית של מגדלים the futurist city.

Antonio Sant'Elia "New City" (Design of the Futurist city), 1914



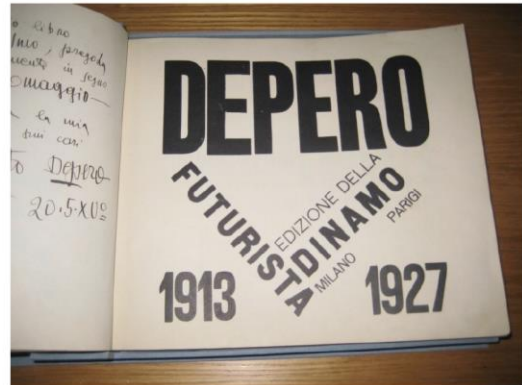
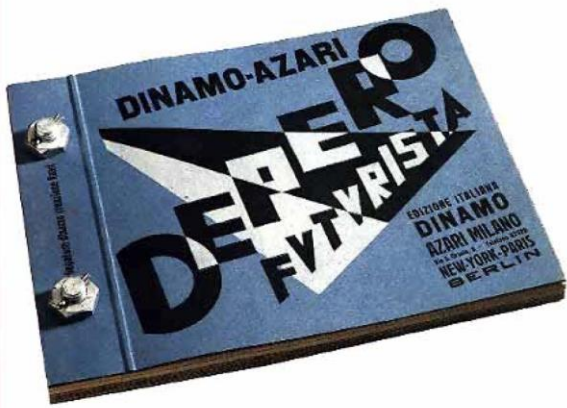
## Antonio Sant'Elia (1888 -1916), Milan, 1912-1914. Manifesto of Futurist Architecture (1914):

- אדריכלות פוטוריסטית שוברת את הקשר עם מסורת וקובעת אידיאל חדש של יופי, אשר מתבסס על טכנולוגיה ומדע, משקף את הרוח שלנו ויוצר צורות וקווים חדשים.
- הבית הפוטוריסטי דומה למכונה הענקית. העיר הפוטוריסטית דומה לספינה הדינאמית
- הקישוט הפוטוריסטי קשור לשימוש אקספרסיבי בהרכב של החומרים
- האדריכלות הפוטוריסטית היא אדריכלות של רגע חולף וכל דור חייב לבנות את העיר משלו.

1912 - ספר שהוא מפץ גדול באמנות האיטלקית - zang tumb tumb - השם מייצג קולות של מכונות. ההתפרעות על הדף היא מאוד פוטוריסטית. הטקסט מעוצב בצורת גלגל שיניים.  
Futurist Poetry. Graphic Design and Typographical Revolution  
Marinetti, Manifesto of the Futurist Literature. "Words in Freedom," 1912  
Zang Tumb Tumb, 1912



המניפסט הפוטוריסטי.  
1912 - Depero Futurista - ספר מפורסם של הפוטוריסטים. העימוד של הטקסט מושפע מהאסתטיקה של המכונה, צריך להזיז ולהפוך את הספר כל הזמן כדי לקרוא אותו.



Depero Futurista. 1927. Book.

הפוסטרים שלהם ניסו לייצג רעש.  
 הפוטוריסטים גם התפרנסו מעיצוב בגדים ומוצרים, ולא רק יצירת אמנות.  
 1924. Poster for chocolate  
 Poster for bicycle  
 Depero, poster for campari - שפת ההקצעים הקוביסטית מאוד בולטת  
 הם עשו את השער של ווג בשנות ה-20

השפה החזותית החדשה - האונגרד המודרניסטי  
 בברהמ מתרחשת המהפכה הרוסית ב-1914, המהפכה שמביאה את המשטר הקומוניסטי שבאותה תקופה הייתה התקווה הגדולה של האנושות. קראו לזה אונגרד חברתי - לראות את החברה בצורה חדשה - כולם שווים, אין היררכיה.

את האונגרד החברתי מלווה אונגרד אמנותי:

הסופרמטיזם:

קאזימיר מלביץ Kazimir Malevich

הקונסטרוקטיביזם:

- ולאדימיר טאטלין Vladimir Tatlin

-

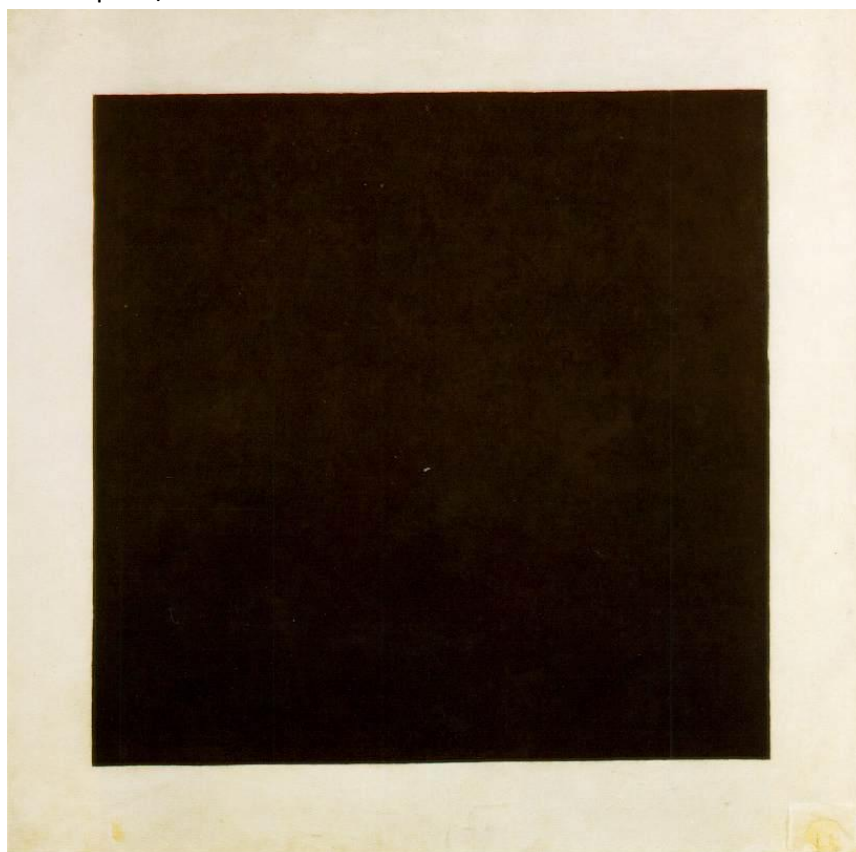
סופרמטיזם

קאזימיר מלביץ Kazimir Malevich התחיל את האונגרד הסופרמטיסטי. התחיל בתקופה הזו המונטאז'.  
 האמנים האלה משלבים בין אסתטיקה יותר תעשייתית ומופשטת.

מלביץ מתחיל מצויר פיגורטיבי ולאט עובר לציור מופשט. הוא קורא לזה סגנון סופרמטיסטי. סגנון של בניית צורות משום דבר, על ידי השכל האינטואיטיבי.

מזכיר את הזך-פלקט בצבעי יסוד, צורות יסוד, חומרי יסוד, שטיחות.  
השימוש היה בעיקר בבטון, פלדה, מתכת, עץ. התאפיין באסמבלאז'.  
מלביץ יוצר דברים שהיו קשים לעיכול למדי:

Black square/ kazimir Malevich



הקהל שראה את זה באותה תקופה חשב שזה לא אמנות. הסופרמטיזם היה קשה לעיכול. עד אז האמן יצר בשביל הבורגנות. אבל הסופרמטיזם ניתק את הבורגנות, הלך עם העם הפשוט, והלך לאמנות יותר פשוטה, אבסטרקטית וסימבולית, וצריכה תיווך. בדומה לאמנות עכשווית.

עוד דברים של מלביץ:



לאחר מכך הוא יוצר גם מינימליזם של לבן על לבן, שהיה עוד יותר קשה לקבל עבור הבורגנים.

הקונסטרוקטיביזם

Vladimir tatlin

El Lissitzky

Wassily kandinsky

התאפיינו באמנות מאוד אבסטרקטית. עסקו גם בגרפיקה ובצילום. הם שרטטו גם ארכיטקטורה, מאוד עתידנית, מרובעת. בנו מודלים מהשרטוטים האלה. השפה שלהם הייתה הרבה ריבועים לבנים, דבר שייבנה במודרניזם ויגיע לבאוהאוס.

מלביץ היה קרמיקאי ועיצב קרמיקה מאוד שונה

Supremalist ceramics





Aleksander Rodchenko - מועדון פועלים סובייטי.  
הקירות לבנים וחלקים, יש ספרייה מברזל, כסא מובפל, גריד. הכל מאוד נקי ומודרניסטי.



Tatlin monument  
זה פיסול מסוג חדש. נראה כמו ברזל, יש תנועה. החומרים תעשייתיים. אסתטיקה של מכונה. פיסול שלא היה ברור מהו, חוץ מזה שהוא ייצג את המכונה.





הגרפיקה של הקונסטרוקטיביזם :

El lissitzky - ייצג את המלחמה של הקומוניסטים לאחרים בעזרת אדום ולבן.

ליסיצקי עשה את אחד השימושים הראשונים של צילום ועיצוב גרפי.

האמן בעיניהם צריך ללכת לכיוון של הנדסה. יש הרבה אדום ושחור (שבאו לידי שימוש הרבה אצל הנאצים) הגדלה והקטנה של הפוטוריסטים, עימוד חדש.



אל ליזיצקי עיצב גם ספר שירים. החלוקה של הדף היא דבר מאוד חדש בתקופה הזו.

הקונסטרוקטיביסטים עשו גם פרסומות.

רודשנקו עושה עבודות של פוטו מונטאז'.

הם עושים קולאז' - מצלמים, חותכים, ועושים עימודים מעניינים ואוונגרדיים.

פורטרט עצמי של אל ליזיצקי - עצמו, מחוגה, גריד, עושה כמה חשיפות בפוטומונטאז'.

הם עשו גם פוסטרים לסרטים.

\*סרטון - a man with a movie camera\* עד היום נחשב מבחינת עיצוב סרט לאחד הסרטים הדוקומנטריים הכי טובים שנעשו.

## תנועת דה-סטיל בהולנד de styl

דה סטיל הוא שם של מגזין שהתפרסם ב-1917 בהולנד על ידי פיט מונדריאן, חריט ריטבלד ותיאו ואן דוסברג. הם בעד אוניברסאליות, ושצריך למזג בין אמנות לעיצוב. צריך עיצוב אוניברסלי ואחיד לכולם בלי מאפיינים אישיים. המודעות האוניברסלית אמורה לנגוד את האגו שהוא מה שמוביל לקונפליקטים לדעתם.

Piet mondrian

כמו מלביץ, מייצר גרידים אבסטרקטיים לחלוטין. התחיל מצוירי נוף שהלכו ונהיו מופשטים יותר.

Theo van doesburg

מייצר מהגרידים סוג של ארכיטקטורה, שעוד לא נבנה בזמן הזה. ההתפתחות שלו הייתה ציור של אובייקט - הפיכה למרובעים - ואז הפיכה למופשט לחלוטין עם צבעי יסוד.

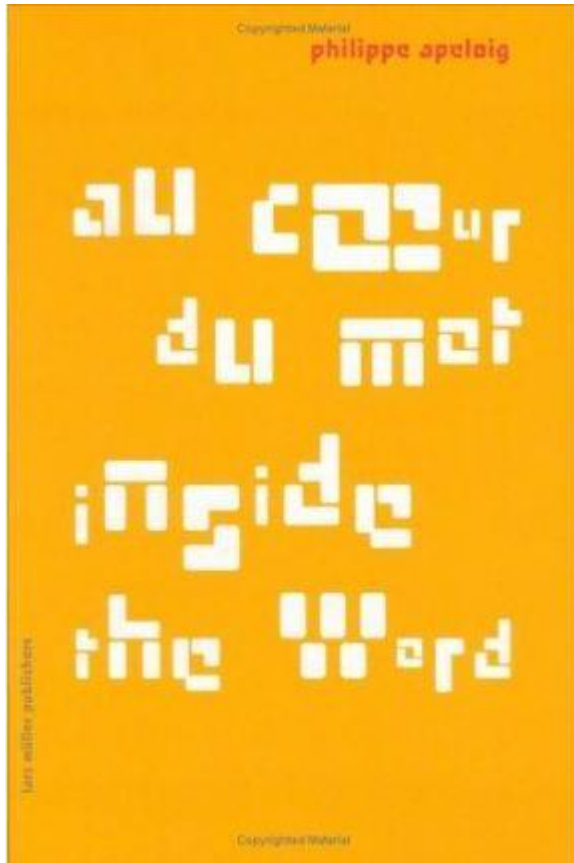
Rietveld chair - ריטוולד היה מעצב שהפך את העיצוב הזה לאובייקטים, למשל כיסא. הכל שטוח מאוד, יש רק צורות יסוד, וצבעי יסוד, וחומר בסיסי. הכסא לא באמת עוצב לנוחות בישיבה, אלא למראה יותר.



עד היום העיצובים שלו מיוצרים ונמכרים. הם עשו גם גרפיקה, מגזין הדה-סטיל. הגרפיקה מאוד מזכירה את הפרה של תאו ואן דוסברג. הוא עיצב גם פונט ריבועי.

גם היום יש עבודות עכשוויות שמתחקות אחרי הסגנון של דה סטיל.

Philippe apeleig:



דה סטיל הוציאו גם מגזין בשם "המבע החדש" - NB  
הם הוציאו גם פוסטרים, יש בהם את הגריד האיקוני המזוהה איתם.

הם גם בנו בניין אחד

The schroder house / ritvelt

## מאפיינים צורניים של המודרניזם

- המודרניזם הביע עצמו באלמנטים גיאומטריים, צורות טהורות וחסכניות – רק אלו שחיוניות לפונקציה של המבנה - משטחים חלקים ללא שום עיטור, מבניים חשופים וגלויים, גופים קלים, אווריריים, חדורי אור, שימוש מוגבל בצבע (לבן, בז', אפור או שלשת צבעי היסוד). או צבעים תעשייתיים של חומרים - בטון, זכוכית, מתכות, כמו פלדה, חומרי פלסטיק, בקליט או פרספקט, עץ מעובד.
- זה כלל גם תכנון מודולארי - בניה לפי יחידת יסוד.

## ניסיון להכניס את הארכיטקטורה והעיצוב לייצור המוני נובע מ:

- 1. רעיונות סוציאליסטים של התקופה.
- 2. זיהוי של דקורציה אינדיבידואלית כלא נחוצה.

## המבע החזותי החדש צומח מ:

- שפה חזותית:
- אר-נובו של גלאזגו ושל וינה (צצסיונה).
- רעיונות (שיוויון ואוניברסליזם) ושפה חזותית:
- התנועה הקונסטרוקטיביסטית.
- תנועת דה-סטיל.
- התנועה הפוטוריסטית

## עידן המכונה

- התנועה המודרניסטית רצתה להציג צורות שמנצלות ומשקפות את תהליך הייצור במכונה, מתוך אמונה כי קיים קשר בין המכונה (שהיא בעלת מבנה חסכני ויעיל) ובין הצורות הפשוטות הטהורות המדויקות והגיאומטריות שנחשבו כיעילות.
- המכונה נתפשה כדבר מועיל, משחרר היכול להעניק גם יתרונות אסתטיים. לכן המודרניזם נוטש כליל את העיטור וכל דימוי מן הטבע.

# מבשרי המודרניזם

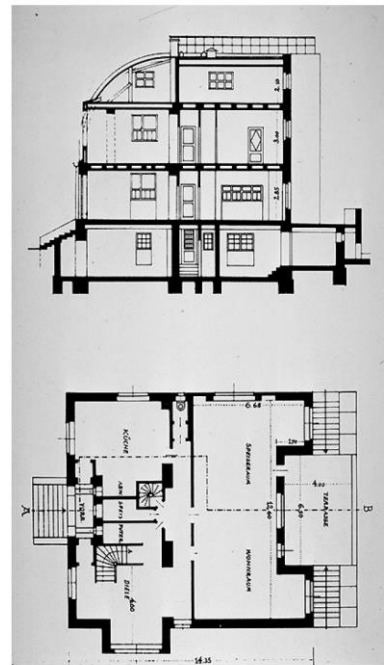
• לואיס הנרי סאליבן

• פרנק לויד רייט

• אדולף לוס

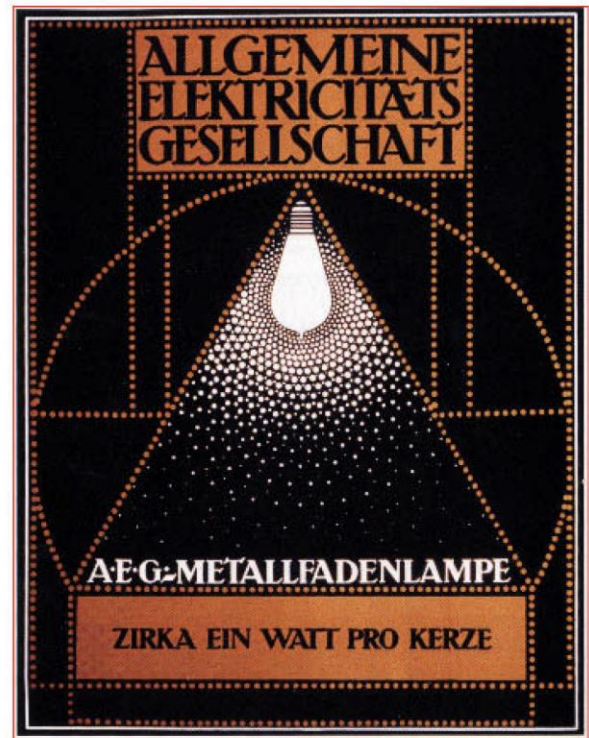
• פיטר בהרנס

אדולף לוס



Lilly Steiner House, Vienna, 1910

## Behrens Posters 1907-1908



## המעצב כמהנדס

- הבאו-האוס זנחו את רעיונות ה Craftsman לטובת המעצב כמהנדס שמנסה את כל הטכנולוגיה החדשה, חומרים חדשים, ותהליכים חדשים.



# באו-האוס

גרמניה 1919-1933

- 1919-1925 – ווימר - Weimar (וולטר גרופיוס)
- 1925 -1932 – דסאו - Dessau (הנס מאייר)
- 1932-1933 – ברלין - Berlin (מיס ואן- דר-רואה)

• בשנות ה – 30 עובר הבאו-האוס לארה"ב:

- Institute of Design at Illinois Institute of Technology in Chicago (Mies van der Rohe)
- Harvard Graduate School of Design, the Harvard University (Gropius and Breuer)

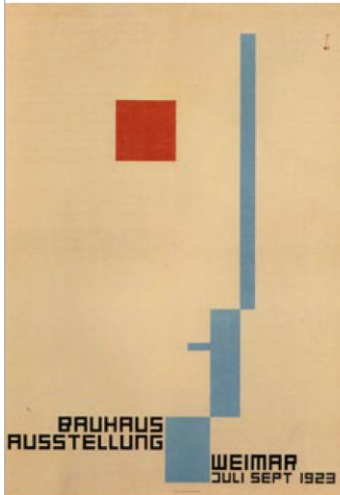


## התערוכה של 1923

סטודנט של הבאו-האוס Joost Schmidt עיצב פוסטר לתערוכה שהיה ממש ברוח הקונסטרוקטיביזם.

פוסטרים לתערוכה 1923,  
ויימר

קטלוג לתערוכה 1923, ויימר



Fritz Schleifer, *Bauhaus  
Ausstellung*, July-Sept  
1923. Poster



Joost Schmidt,  
Exhibition Poster.  
1923 .



Laszlo Moholy-Nagy,  
Exhibition Catalog  
*Staatliches Bauhaus im  
Weimar*,  
.1923 ,1919-1923

## Form Follow Function

- הבאו-האוס בדסאו עשה תזוזה לכיוון לוגי רציונאלי.
- תזוזה זו הייתה מקבילה לקריאה של רודצ'נקו להפוך את המעצב למהנדס יותר מאשר לאומן - Craftman.

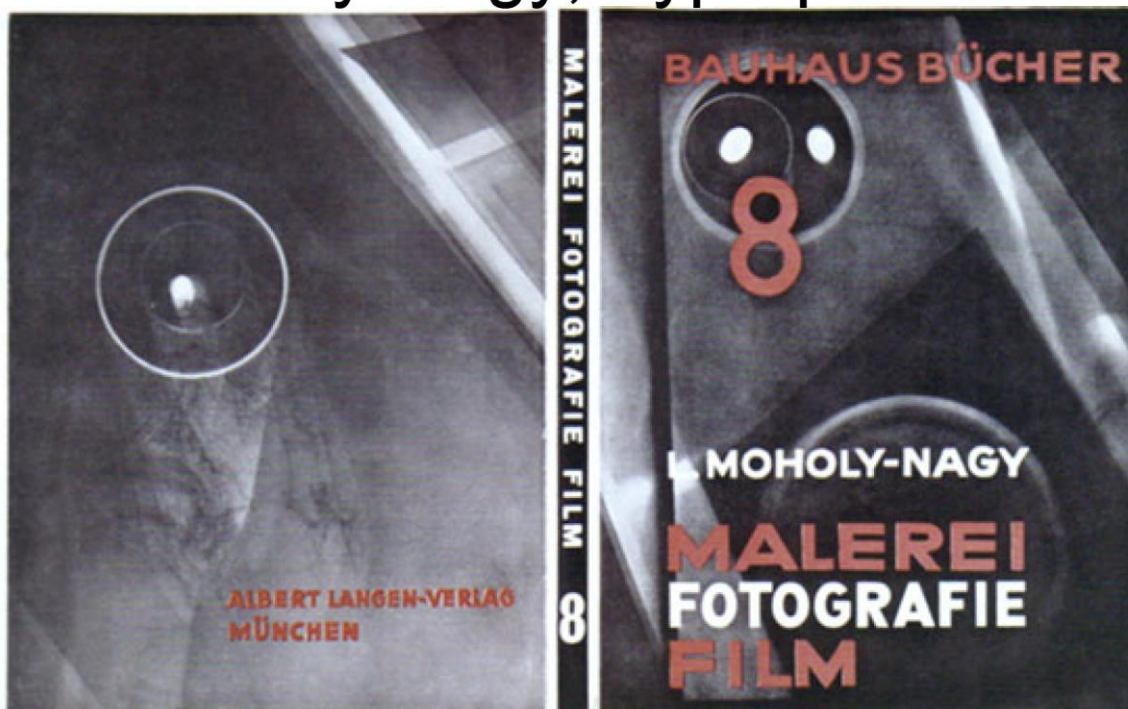


# גראפיקה בבאו-האוס בראשות Herbert Bayer



Herbert Bayer ,  
Kandinsky .1926 ,  
Poster .

## Moholy-Nagy, Typo-photo



Laszlo Moholy-Nagy, *Malerei Fotografie Film (Painting Photography Film)*. 1927. (Book jacket).

## טיפוגראפיה בבאו-האוס

- יצירה ושימוש של אותיות בצורה גיאומטרית והגיונית.
- סוג זה של אותיות נתן ביטוי לעידן המכונה.
- האותיות היו San-Serif ולכן לא היה להם שום מבע לאומי אלא מבע אוניברסאלי.
- הרעיון היה להשתמש באסתטיקה זו ככוח מקשר ומאחד אחרי המלחמה.
- הצורה הפשוטה התאימה לצילום ולכן לרעיון של Typo-photo.



Herbert Bayer ,*Universal Typeface* .1923-5 ,

# Jan Tschichold

## The New Typography

- תקשורת חזותית ברורה דורשת:
- אותיות San-Serif
- עימוד לא סימטרי,
- אלמנטים מלבניים,
- שימוש באלכסונים שיוצרים שוני מהנוקשות של האותיות ללא-תגים.



**Franz Roh and Jan Tschichold, (eds.)**  
*Foto-Auge* .1929 ,  
Photomontage by El Lissitzky .

---



יאן טשיכולד –  
שילוב של צילום וטיפוגראפיה

**Jan Tschichold,**  
*Die Frau ohne Namen, Zweiter Teil (The Woman without a Name, Part II) 1927*

מעיצוב גרפי לתקשורת חזותית שיעור 7 - 8.12.19

ממשיכים עם המודרניזם

שנות ה-30-50

עד עכשיו התנועות שראינו היו קטנות ומצומצמות, אוונגרדיות. גם הבאוהאוס היה בית ספר קטן, שהיה 12 במקום שלו, לא היו בו הרבה סטודנטים. באותו רגע זה לא היה חשוב כל כך, בעיקר כי לא ממש ידעו מה קרה שם. דה סטיל בכלל היה מגזין.

תנועה גדולה שקורית בעולם היא תנועת הארט-דקו.

# מאפייני הארט-דקו

- בעל אופי קווי – בעיקר קווים וורטיקליים, קווים זוויתיים ובעלי אופי דינאמי. ניסיון להדגיש את עידן המכונה דרך קווים דינמיים.
- שימוש בחומרים יקרים ולא סטנדרטים (שיש, עץ יקר).
- אימץ מרכיבים מאר-נובו של וינה וגלאזגו.
- לקוח ממקורות השראה אקלקטיים ואקזוטיים - כולל אמנות מצרית, אומנות שבטית, המזרח הקדום, ניאו-קלאסיקה, אבסטרקט גאומטרי, אמנות פופולארית ומן התנועה המודרנית שעשתה בשנים אלו את צעדיה הראשונים.
- השפעה גם של אלמנטים מן הטבע כמו פרחים, ודמויות ערום של גבר ואישה שנלקחו מאר-נובו.
- השפעה מזרמים אוונגרדיים באמנות כמו קוביזם, קונסטרוקטיביזם, פוטוריזם וסוריאליזם. השפעתם של זרמים אלה ניכרת בהפשטה ובפירוק של מוטיבים גיאומטריים.

העולם מתאושש ממלחמת העולם הראשונה, בטוח שלא תהיה עוד מלחמה. זה נקרא "ירח הדבש של אירופה". יש שיקום כלכלי ועושר כלכלי ועושר שבא לידי ביטוי ב1925 בפריז בתערוכה הבינלאומית לארט-דקורטיב. זו הייתה חגיגה של סגנון חיים, עם ביתנים ממקומות שונים והציגו איך החיים המודרנים צריכים להיראות. בתערוכה הזו הציגו שני מוצגים שהיו די מיותרים ולא עניינו את הקהל, אחד מהם הוא הבאוהאוס והשני הוא הביתן הרוסי של רודצ'נקו. העיקר של התערוכה נראו ככה (תמונה של פביליונים).

Hotel du Collectionneur Pavillon 1925

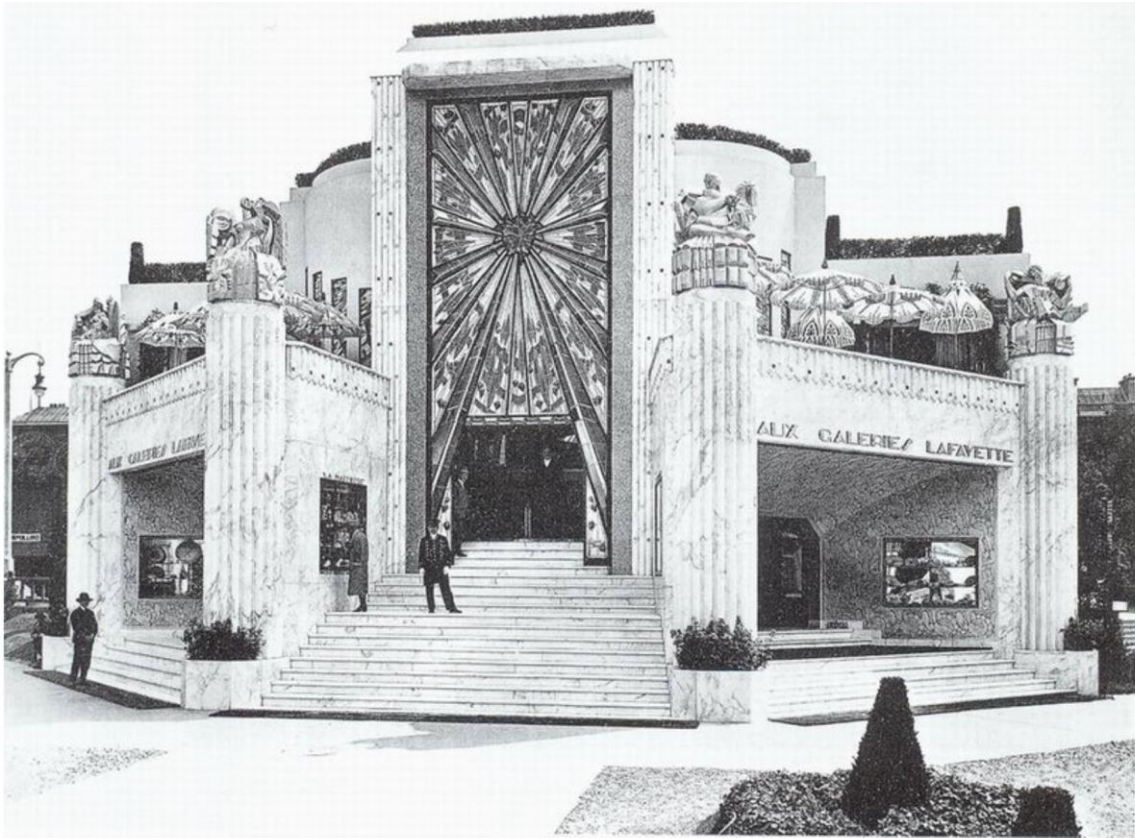
Émile-Jacques Ruhlmann

L'Hôtel du Collectionneur - pavillon Ruhlmann 1925





Hotel du Collectionneur Pavilion  
1925



## La Maitrise Pavillon for Galeries Lafayette at the Paris 1925 Exhibition

בניגוד למודרניזם, שהוריד כל קישוט, אפשר לראות את ההטבעות של הקישוטים בבניינים האלה. מה שגם רואים שאפיינ את הארט דקו זה המדרגות, והחלונות הגבוהים, שנותנים תחושת עושר וכוח. מפנים הבניין רחוק מהמודרניזם, הכל מקושט, מלא פרוות, עורות, קטיפה, שנדלירים, הבדל גדול הוא שהמודרניזם הראה שוויון, ואילו הארט דקו מיועד למעמד העליון ונועד להפגין עושר.

דוגמה להבדל בויזואל בין שעון של ארט דקו לתמונה של מנורת באוהאוס השעון מעוטר, אבל בצורות גיאומטריות ולא כמו הארט נובו. הארט דקו כן לקח את הצורות הגיאומטריות של המודרניזם, והפך אותן לקישוטיות. בבאוהאוס יש צורות בסיסיות, אבל הכל בסיסי ואין עיטורים וקישוטים מיותרים.

- מהם מאפייני הארט-דקו
- בעלי אופי קווי
- שימוש בחומרים יקרים
- 

הארט דקו היא לא תנועה, אין להם אג'נדה, זה פשוט כל הדברים היפים ומפונפנים שנגרים פרטיים עשו ללקוחות פרטיים בשנות ה-20. לכן בדרך כלל לא מלמדים את זה בתולדות העיצוב. אבל זה מה שקרה, זה מה שהאנשים בשנות ה-20 חיו. כל מעצב עשה מה שבא לו, ובגלל שזו הייתה תקופה של קולוניות (אלג'יר, אתיופיה), הם קיבלו המון חפצים מהקולוניות האלה והייתה המון השפעה של מודרניזם ועידן המכונה, בשילוב עם דברים שהגיעו מאפריקה, ממצרים, בעיקר כי המאיון העליון שהזמין את זה רצה להרגיש שהוא שולט בעמים ומקבל מהם את רכושם, וככה להראות את המעמד שלהם. לכן יש השפעות אוונגרדיות של קוביזם, קונסטרוקטיביזם, עם חומרים יקרים, שיש ועצים מהקולוניות, ביחד עם ניאו קלאסיקה וכו'.



שוב, זה לא היה שייך לכל העם, אבל זה היה הסגנון השליט שכולם רצו להיות כמוהו.

דוגמאות

Emile-Jacques Ruhlman



הואים רהיטים עם המון עיטורים לא פונקציונליים, קישוטים, חומרים מאוד יקרים כמו שיש ועץ אגוז. כן יש השפעה של המודרניזם - שימוש בברזל וזכוכית, אבל הכל מעוצב בצורת אר-דקו. מוצר שמאוד מאפיין את האר-דקו זה הdaybed.

Pierre Chareau



Pierre Chareau Nun table lamps, pair, 1920s design

מעצב, עבד עם חומרים מאוד יקרים, שיש עתיק.  
עשה עיצובים מודרניסטים למדי, עיצובים בצורות בסיס (משולשים) בחומרים לא מודרניסטים.

אחד הבניינים שלו - עשוי זכוכית וברזל, הכל בגריד, נראה מודרניסטי למדי, אבל הכל מפואר, הזכוכית עשירה בצבעוניות מיוחדת. הוא לקח את המודרניזם והפך אותו לעשיר.

Eileen Gray



עיצבה את הdragon chair, שנמכר היום ב29 מיליון דולר. גם היום העיצובים שייכים לאלפיון העליון.  
מעצבת מודרניסטית.

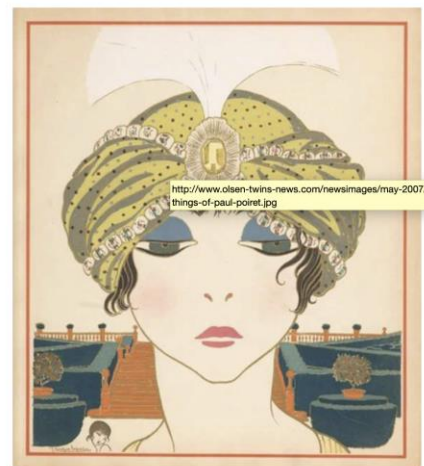
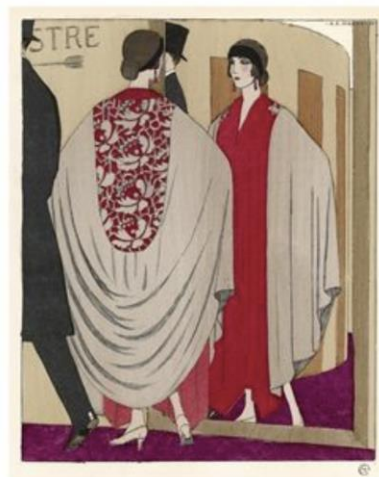
דוגמה: הבתים שלה היו שילוב של כיסאות מהקולוניות, עם עור זברה בתור שטיח, וביחד עם כסאות מודרניסטים.



דוגמה של אר דקו אירופאי, שעוצב בהשראת רהיטים שהגיעו מהקולוניות. בהשראת מצרים.

Paul Poiret - מעצב אופנה של האר-דקו - היה מעצב בהשראת הודו והמרהג'ות. נשים עם שיער קצוץ ובד סביב השיער.

## Paul Poiret





מי שלקח על עצמו להפיץ את זה לא היו האוונגרדים כמו קורבוזייה, אלא החנויות הגדולות של פריז, גלרי לאפאייט למשל. והם פותחים בתערוכה הזאת של 1925 ביתנים ענקיים, מאוד עשירים, לתת לאנשים הזדמנות לאנשים לבוא ולקנות מותגים יוקרתיים.

#### La Maitrise Pavillon for Galeries Lafayette at the Paris 1925 Exhibition

הבניין עשוי שיש, תקרות גבוהות, עיטורים, ויטראז', הגיגון, בניין מדורג בדקורטיביות, יש שומר בכניסה.

#### Pavillon for Bon Marche at the Paris 1925 Exhibition



ויטראז מודרניסטי, מדרגות רחבות שנותנות הרגשה מלכותית. הבניין עשוי בצורה מדורגת. כל הסגנון מביע את המעמד והעושר ומקטין את המתבונן.

פרסומת של bon Marchen.

פרסומת לבגדים עם פרוות וקישוטים. נשים עם שיער קצר מאוד - חדש לתקופה. עקבים. מוכרים דימוי גוף ארוך וצר ובלתי אפשרי. כל הטיפוגרפיה גבוהה ורזה באר דקו. גם הכלבים היו כלבי רוח רזים.



הנשים בפרסומות של שנות ה-20 - מעשנות, חובשות כובעים, רזות וצנומות, לובשות פרוות (מאפריקה), ללא מחוכים.

Jean Dunand



גם נראה קצת מודרניסטי, אבל שונות. צורת גיאומטריות.

The artist, 2011



#### אר דקו בארה"ב

מגיע לאמריקה כי המטרופוליטן מביא חלקים מהתערוכה בפריז אליו. המומה יביא לימים את הבאוהאוס והאוונגרד. המטרופוליטן יותר בורגני, והוא מביא את האר דקו. הסגנון של האר דקו נכנס למוצרים בארה"ב, דוגמה של סט קפה ספק באוהאוס, אבל מאוד מעוטר. קוביזם בזכוכית Ruba rombic vase

הקרייזלר והאמפייר סטייט - כולם מבפנים אר דקו. הכל שיש, התקרות מאוד גבוהות, הערצה של מעשי ידי האדם. נגרים באמריקה גם עשו ספריות שבנויות מדרגות כמו גורדי השחקים.

מיאמי היא אתר מורשת של אר דקו - יש שם רובע אר דקו. נראה כמעט באוהאוס, רק עם עיטורים, כתרים, פונטים מעוטרים.

#### אר דקו בגרפיקה

המעצב הכי נחשב של האר דקו הוא Cassandre. שוב נזכיר שאין אג'נדה לתנועה הזו מלבד להיות יפה וזוהר. קסנדרה לוקח מהפוריזם לגרפיקה שלו. Wagon bar, Cassandre.

Cassandre, *Wagon-Bar*



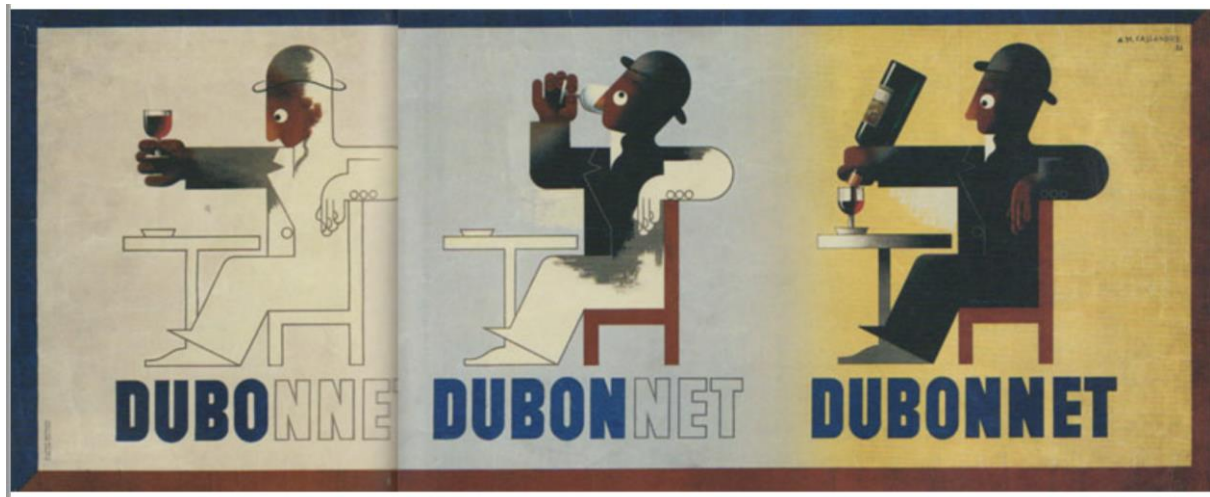
Le Corbusier



Amédée Ozenfant



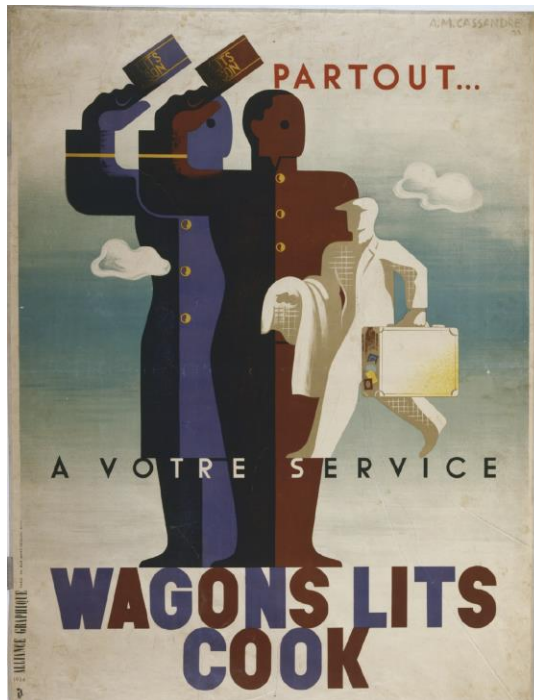
פרסומת למשקה אלכוהולי dubonnet



Grand sport - לקח ריבועיות של הבאואוס והוסיף תלת מימד. פוסטרים מודרניסטים אבל קצת אחרים.



Wagon lits cook



Jean Carlu  
Au Bon Marche



Jean Carlu, *Au Bon Marche*,  
1928 Advertisement and poster.  
Lithograph.

המון פרספקטיבה, הרבה דברים שקשורים לנסיעות.





H. Chauffard, travel poster  
 וישי מפרסמים חבל ארץ לנסיעות. גבר ואשה מאחור, האשה  
 לובשת פרווה. האותיות והאנשים ארוכים וצרים.

Vogue



צוואר ארוך ולא ריאלי, הכל ארוך וצר. איפור, כיסוי ראש. אצבעות ארוכות.

Severo Pozzati

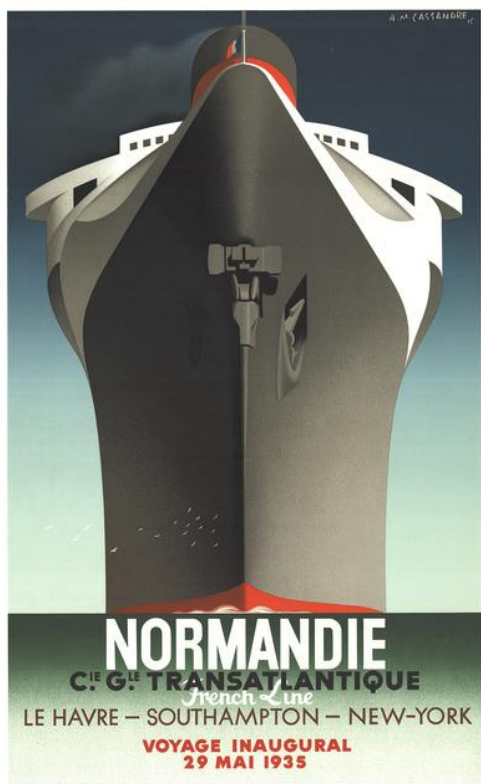


פוסטרים. דברים מזכירים באוהאוס, אבל זה הכל מאוד יפה וולא פונקציה. אימג'ים מהעבר הרחוק.

Eduard Mcknight Kauffer

אר דקו אמריקאי. פוסטר למטרופוליס.



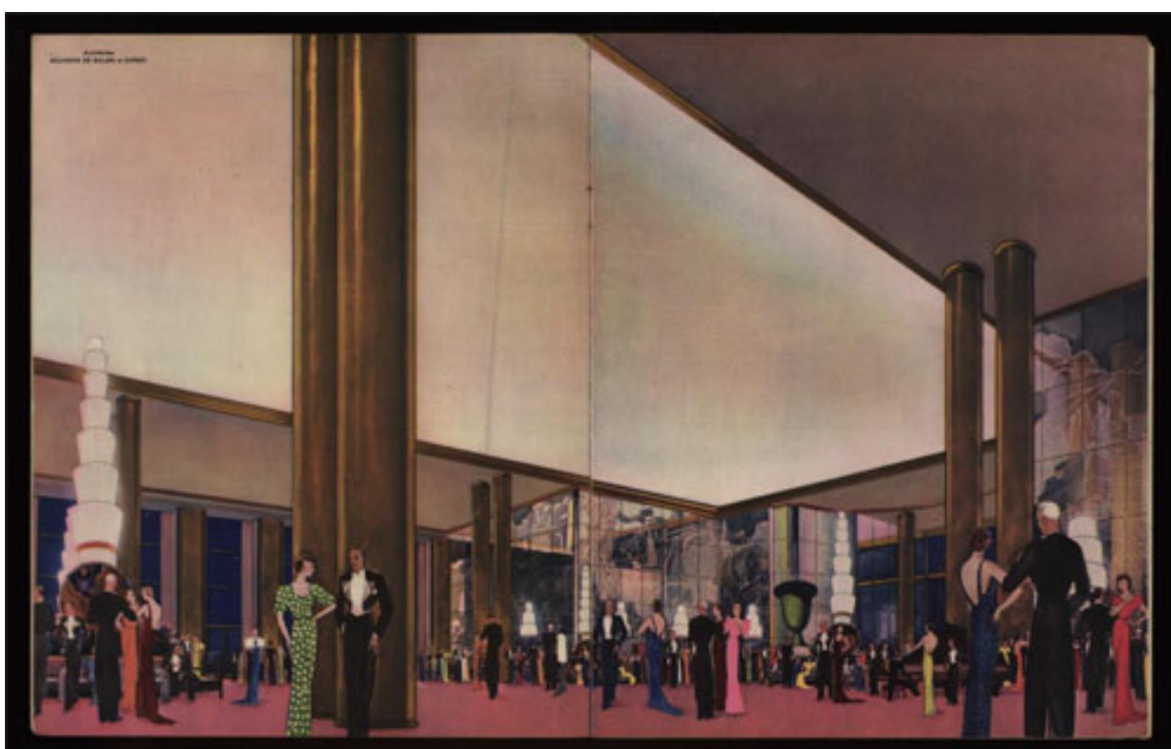


לזכור!

### The Normandic

אחד הדברים המפורסמים של אר דקו הוא הפרסומת של נורמנדי. ספינה של שנות ה-30, פאר הבנייה (הרבה אחרי הטיטאניק). היא נוסעת בין נורמנדי לניו יורק, והיא נראית כמו הטיטניק. מיועדת לאלפיון העליון, הכל מחלקה ראשונה.

בפנים זה נראה ככה : תמונה במצגת.

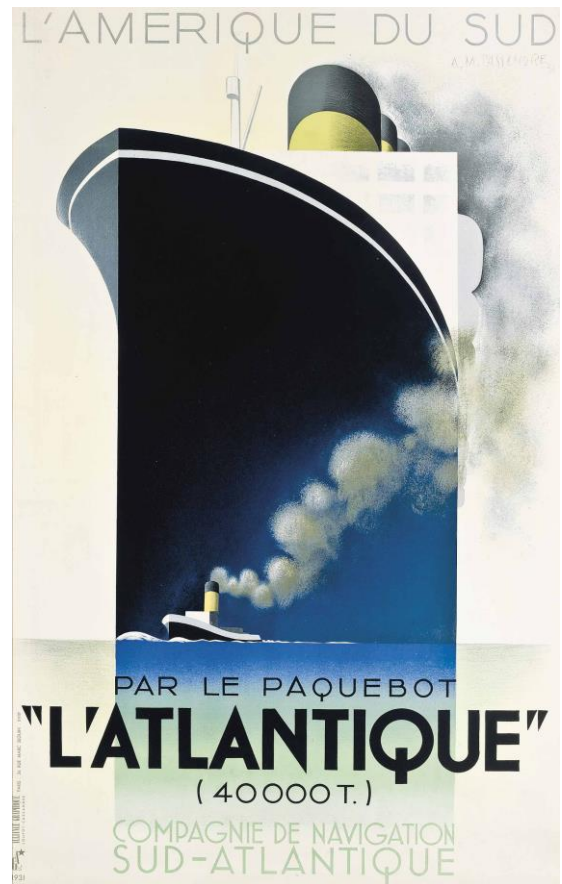


הפרסומת מציגה אנשים גבוהים ורזים, שנדלירים, הכל זוהר, אולמות ריקודים. קסנדרה עושה לספינה את הפוסטר הכי מפורסם של הנורמנדי שמייצג הכי טוב את האר דקו



הספינה הענקית, אנחנו בזווית נמוכה שנותנת המון כוח לספינה.  
רואים סימטריה, ציפורים קטנות בשביל הפרספקטיבה, קווים ישרים, יש חלוקה של התמונה לגבוה ונמוך.

עוד פוסטר לספינה שקסנדרה עשה:  
הגודל תופס את העין, רואים את השם בגדול. עשן שמראה את הקיטור, הסירה הקטנה שיוצרת את הפרספקטיבה ומדגישה את הגודל של הספינה הגדולה.



פוסטר שקסנדרה עושה לרכבות. Etoile de nord.  
 בפוסטר רואים מסילות, הכוח של הברזל, פרספקטיבה גבוהה.



פוסטר עברי לפולוניה בסגנון האר דקו והפוסטרים של קסנדרה, ספינה שמגיעה לארץ.

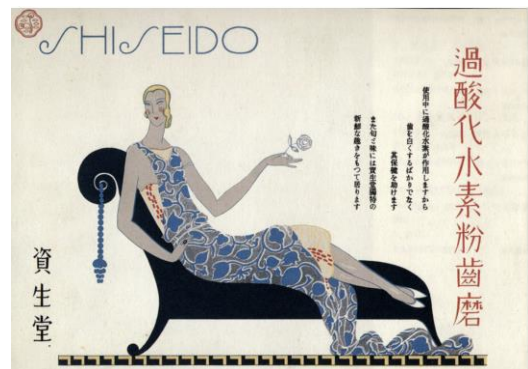


אר דקו באסיה יופן.

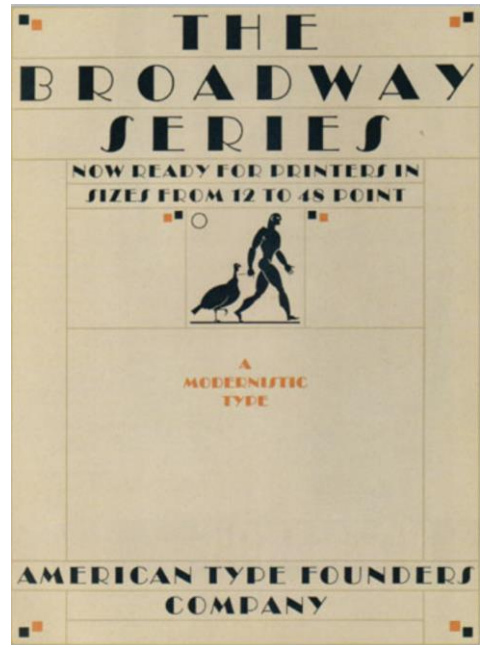
### ארט דקו באסיה



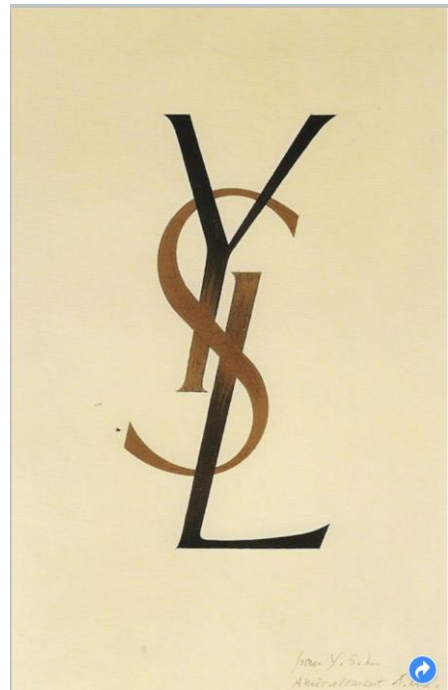
לוקחים את הנשים היפניות מהמאה ה-19. פרסומת לחברת קוסמטיקה שייסדו. יש בפרסומת daybed שהאשה יושבת עליה. שיער קצר, פרוות. נושא האשה המודרנית, המעשנת, עם צוואר ארוך, חוזר.



טיפוגרפיה - צד אחד עבה ואחד דק.



טיפוגרפיה של קסנדרה. Bifur typeface.  
קסנדרה עשה את הלוגו של איב סן לורן.



תעשיית הרכב מושפעת גם מהאר דקו.

# הקו הזורם – Stream Line

- סגנון זה קיבל את השראתו מצורות שיחסו להם קווים אוירודינמיים ומהעיצוב האירודינמי שצץ מהטכנולוגיה המתקדמת בתעופה, בליסטיקה, ותחומים מסוג זה.
- עיצוב זה הגיע מהטבע (ציפורים ודגים כמו דולפינים) והשפיע על עיצוב מטוסים, בליסטיקה מבחינה מדעית. הארט-דקו לקח מתוך זה את האסתטיקה.

ריימונד לואוי



Raymond lowie - ריימונד לואי

היה אחד המעצבים החשובים של המאה ה-20. הוא עשה את רכבות, אוטובוסים קולה, בולים. הוא עשה המון לוגואים. קצת יותר באזור שנות ה-40 הוא עשה את העטיפה של הלאקי סטרייק, של כל החיילים במלחמת העולם השנייה. כשהוא קיבל את העבודה הזאת כדי לשפר את המכירות החבילה הייתה ירוקה, והוא פשוט שינה אותה ללבנה. זה עבד ונמכר יותר. האריזה מעוצבת כמו דגל יפן וזה הייתה נראה כאילו יש מטרה סביב הסמל, אז זה הצליח גם כעיצוב אנטי יפני בתקופת המלחמה.

MAYA – Most advanced yet acceptable.

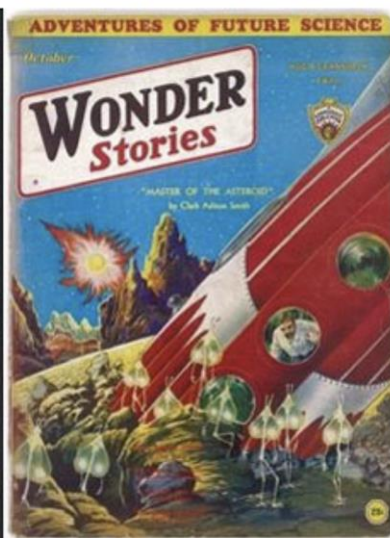
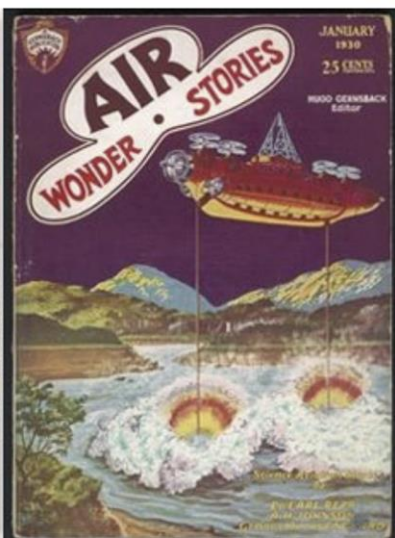
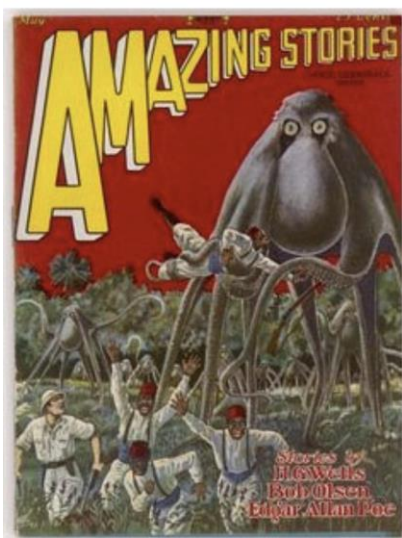






Cipe pineles  
הארט דירקטורית האשה הראשונה. עיצבה בסגנון אר דקו את המגזינים שלה.

בתקופה הזאת היו גם pulp magazine, שהיו מגזינים זולים שהעסיקו אנשים בחיי היומיום שלהם. הנייר היה זול והציורם היו זולים. היו דינוזאורים, עבמים במגזינים האלה. זה גם היה בתקופה הזו



בארץ כמעט לא היה אר דקו. קולנוע מוגרבי היה בנוי קצת בסגנון האר דקו.

## גרמניה בשנות ה-30-40



Iwao Yamawaki, *Der Schlag gegen das Bauhaus*  
(*The Assault on the Bauhaus*),  
1932 Photomontage.

ירח הדבש של אירופה הידרדר מהר מאוד, לאחר עליית הנאצים לשלטון בגרמניה. כל העיצוב שוקע ונעלם בתקופה הזו. סגירת הבאוהאוס - כשסגרו את בית הספר, סטודנט יפני פרסם פוסטר שבו הנאצים דורכים על בית הספר. השלטון הגרמני ידע לשלוט במדיה ולעשות פרופגנדה. הם היו חזקים מאוד מהסיבה שהם לא רק עשו פוסטרים, הם הבינו את הכוח של התרבות והשתלטו על הארכיטקטורה, הקולנוע, האמנות, ולא רק התקשורת.

דוגמה - פוטומונטאז' של קהל עם רדיו, עיצוב של המסורת הרומי. מגייס את אנשי הז'ק פלקט כדי ליצור את הגרמניות החדשה. הם יוצרים גוף חדש שייצר זהות, מציג את הגרמנים אמורים להיות ולהיראות. תיאור של ילדים בלונדינים, המון סמלים. יש סגידה לגוף הנאצי, תיאור את הסוף של הזרים. עיצוב לקוח מהז'ק פלקט.

הנאצים עשו מותג נאצי, הם הבינו את השכבות החזותיות השונות שמשפיעות על דעת הקהל. הם יצרו סמל לכל דרגה בנוער הנאצי. לחיילות שונים היו עיצובים שונים של בגדים, סמלים, תגים. עיצבו שלטים למשרדים של הנאצים. הכל לאומי גרמני. ב37, כשהוא משתלט על האמנות, היטלר עושה תערוכה וקורא לה "האמנות המנוונת". הוא שם עם דה סטיל, דאדא, באוהאוס, קונסטרוקטיביזם, ואומר שאת כל זה אין יותר להציג בגרמניה. הוא עושה ספר טיפוגרפיה, עם דגלים סמלים וסימנים. חלוקות צבעים, איך לעצב מגזין. הכל בשליטה מוחלקת. פרקטור - הפונט של הנאצים - שונה מאוד מהבאוהאוס. יש פרקטור לכל חייל

מהר מאוד העולם שוקע למלחמה עולמית ב39 עד 45. ואין יותר אר דקו כי אין יותר עשירים ועניים, כולם במלחמה. כל אירופה במלחמה. זה לא מקום של עיצוב יותר, בטח שלא זוהר. כל האר דקו נסגר בגלל המלחמה. המעצבים נשאבים לתוך התעמולה.

בריטניה

לא הראתה אויב חיצוני, אלא את הכוח של בריטניה. בפוסטר הם מראים את חיל האוויר עם ציטוט "מעולם לא היינו חייבים כל כך הרבה לכל כך מעט אנשים". מבחינה חזותית הדימויים נלקחו מהרוסים. הם עושים שימוש בפוטומונטאז'.

רוסיה

צרפת

פוסטר של חייל דומה לפוסטר של הספינה נורמנדי. זה סוג של אר דקו - החייל מוצג מאוד גדול, מנקודת מבט נמוכה יחסית. הם מנסים לעודד את העם בכך שהחיילים חזקים.

ארהב

דיברו בעיקר על ייצור. הפוסטר המפורסם של 'we can do it'. הנשים הצטרפו לייצור המלחמתי. J. Howard Miller.

## שנות ה-50

### התפתחות תרבות ההמונים והמודרניזם הבינלאומי

אחרי המלחמה, הרבה תינוקות חדשים (דור הבייבי בום), הרבה בתים, וכל הבתים האלה צריכים עיצוב, וצריך למלא אותם במוצרים, שגם צריכים עיצוב.

העולם משתקם אחרי המלחמה, הכלכלה מתפתחת, תרבות הצריכה והפרסום ותרבות ההמונים מאוד מתפתחים. מגזינים של בתי ולייף סטייל. התעשייה הצבאית מוסבת לתעשייה אזרחית. יש אסתטיקה שחוזרת, שהיא ניצחון המודרניזם. למה אחרי המלחמה חזרו למבע הבאואהאוס והתחילו לפתח אותו? היה צורך במהלך חדש ולעשות משהו פרגמטי. גם יש הרבה טכנולוגיות חדשות שהומצאו בשביל המלחמה והוסבו לטכנולוגיות אזרחיות (טכנולוגיות למטוסים הפכו לברזל לסירים וכו') חומרים חדשים נכנסו לייצור.

## השפעות על הסגנון של התקופה

- התפתחות הכלכלה (תרבות הצריכה, פרסום, ותרבות ההמונים).
- אסתטיקה (המודרניזם הנקי והמינימליסטי והפיסול האורגני).
- טכנולוגיות חדשות (שפותחו במלחמה) והתפתחות מדעית (גילוי ה DNA).
- חומרים חדשים שמאפשרים אסתטיקה חדשה.

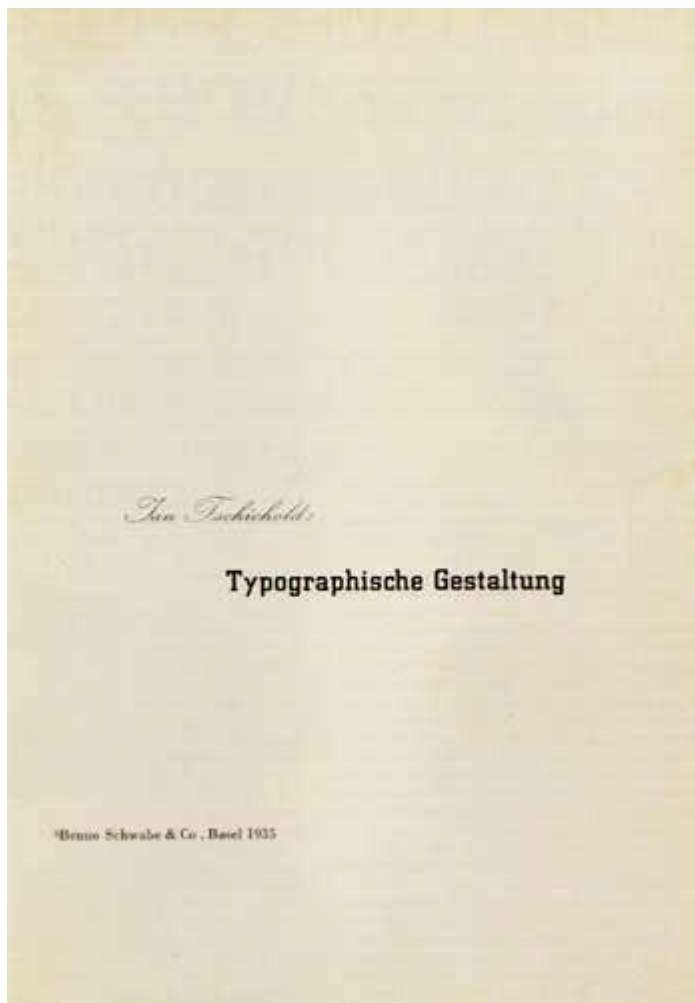
באופן מוזר, שוויץ משחקת תפקיד חשוב בתחייה ובניצחון סגנון הבאואהאוס והסגנון הבינלאומי. אנשי הבאואהאוס ברחו חלקם לשוויץ, ודווקא שם מתרומם מהלך מעניין. מעצבים מתחילים בשנות ה-40 לייצר בשוויץ את המבע של הבאואהאוס. הם לא ייצרו את זה במלחמה כי זה היה נחשב בולשביקי, אבל אחרי המלחמה מעצבי הבאואהאוס יכלו לחזור לעצב, והם עיצבו בסגנון הזה:

theo

Max bill

הכניס דברים מודרניסטים לבאוהאוס

Jan Tschichold  
Typographische Gestaltung  
(Typographic Design ,)  
1935



קידם את הטיפוגרפיה שלו בגרמניה.  
מבוססת על Akzidenz Grotesk שיתפתח להלבטיקה מאוחר יותר.



Josef Muller-Brockmann, *Accident Gauge*, Paradeplatz, Zurich, 1952

בשווייץ החל עקרון של העברת רעיון בצורה בהירה, הם פרסמו פוסטרים למשל של כמה אנשים נהרגו היום בתאונות דרכים.

וכך הם מייצרים מבע חדש.

הם מפתחים את מבע הבאוהאוס להרבה יותר מתוכם. נראה לדוגמה את הפוסטר הזה:  
פוסטר לקונצרט של בטהובן:

Josef Muller Brockmann  
Beethoven 1955, Poster

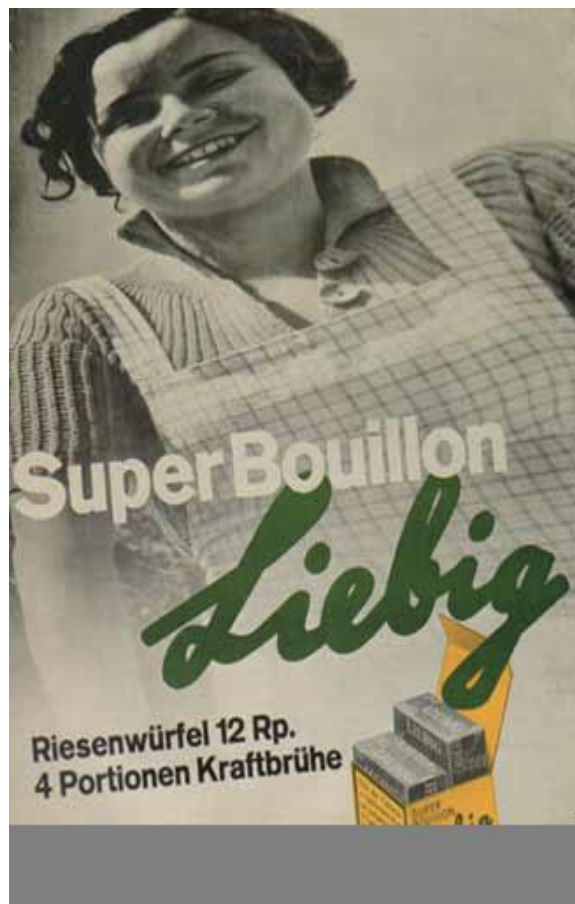
הם פיתחו גריד חדש. הכל אותיות בינלאומיות. האות הראשונה קטנה. הגריד הוא מתמטי ומאוד ברור. הכל יושב בתוך מחוגה.

Josef Muller Brockmann יושב על הגרידים של הבאוהאוס, בלי אותיות גדולות. פונט היררכי.

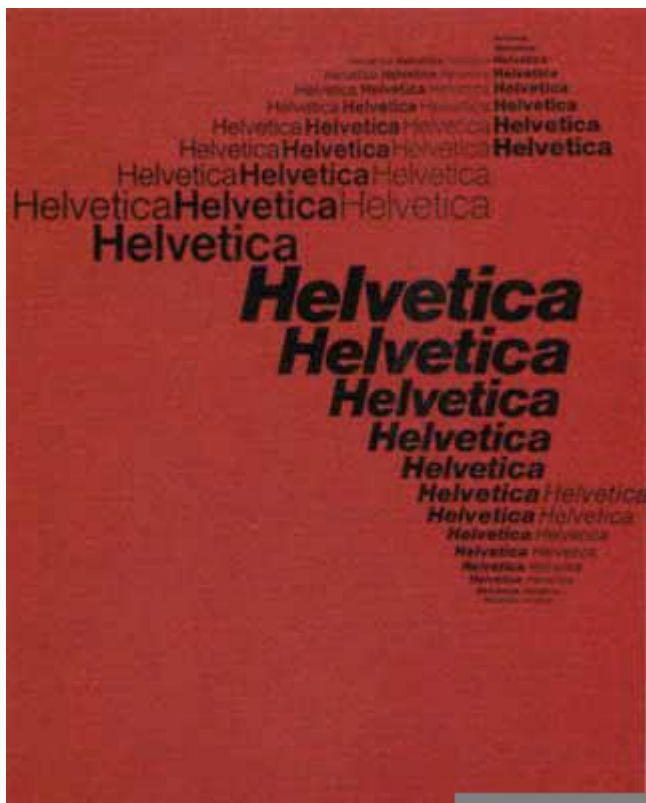




צילום רוסי קונסטרוקטיביסטי: פרסומת לאבקת מרק:  
 Hans Neuburg  
 Liebig Super  
 Bouillon



יש צילום ואותיות פשוטות. הסינר הוא בגריד, שזה מאוד מודרניסטי.



טיפוגרפיה שוויצרית

Max Meidinger" Neue Haas

Grotesk Helvetica

Typeface 1951

יוניברס גם היה פונט סנס סריפי. הוא יצא בכל המשקלים והגדלים  
אופטימה גם יצא.

כמה פונטים מאוד נקיים ובהירים, הכל משוויץ.

# VOLG

Traubensaft  
naturrein



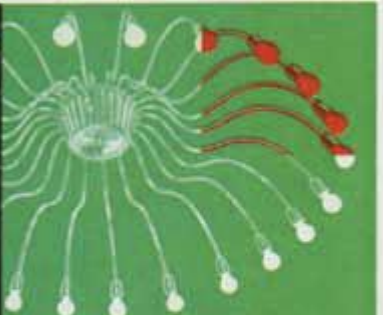
Konzentration

Building + Home

# 4



Wohnen



Bauen





# Neue Grafik New Graphic Design Graphisme actuel

Internationale Zeitschrift für Grafik und  
visuelle Gestaltung  
Écriture en allemand, anglais et  
français  
International Review of graphic  
design and visual culture  
Issued in German, English and French  
Language  
Revue internationale de graphisme  
et de culture visuelle  
Publication en langue allemande,  
anglaise et française

1

1981  
Herausgeber und Redaktion:  
Günther Kieser und Wolfgang Entorf  
Editors of the journal:  
Günther Kieser and  
Wolfgang Entorf

Actuelle September 1981  
Inhalt  
Klausur  
Der Einfluss der modernen Kunst auf  
die zeitgenössische Grafik  
Industrielle Grafik  
Foto Experimente für die Grafik  
Die besten neuzeitlich gestalteten  
Schweizer Plakate 1921-1981  
Experiment und die Ausbildung  
des Grafikers  
Die zeitgenössische Diagramm- und  
Diagrammatische Grafik des Westens  
Grafik  
Buchdrucksprachen  
Menschen  
Fotografie

Richard F. Lohse 1927-1981, Zürich  
J. Müller-Brockmann 1926-1981, Zürich  
Hans Neuburg 1928-1981, Zürich  
Cuno L. Vogler 1926-1981, Zürich  
Walter Otto Walter A.G., Olten  
Schweiz/Switzerland/Suisse

Issue for September 1981  
Contents  
Exhibition  
The Influence of Modern Art on Con-  
temporary Graphic Design  
Industrial Design  
Experimental Photography in Graphic  
Design  
The best recently designed Swiss  
Posters 1921-1981  
The Old Experiment and the Training  
of the Graphic Designer  
"The Diagram Problem": An Experi-  
ence with a special issue for the Oc-  
tober issue, Zürich  
Miscellaneous  
Book Reviews  
Menschen  
Photography

Single number Fr. 18.-

Revue septembre 1981  
Table des matières  
Introduction  
L'influence de l'art moderne sur la gra-  
phique contemporaine  
Graphique industrielle  
Photo expérimentale pour la graphique  
Les meilleures affiches suisses  
actuelles 1921-1981  
L'expérience d'aujourd'hui et la formation du  
graphiste  
L'expérience expérimentale et l'éducation  
du graphiste  
Graphisme  
Bibliographie  
Menschen  
Photographie

La numérisation Fr. 18.-

עיצוב מגזינים של לייף סטייל  
גוזף אלברס היה אמן בהאווהאוס ששם ריבועים  
של צבעים על צבעים,  
והמגזינים היו מודרניסטים ובהשפעתו.  
נוצר שיח של עיצוב גרפי. יש מגזין עיצוב גרפי  
חדש. יוצא בגרמנית צרפתית ואנגלית. נוצר שיח  
בגלל יאן ציכולד (הוא יצר ספר טיפוגרפיה של  
איך מעמדים, זה היה התנך של המעצבים  
הגרפיים - The new typography). הוא היה  
נגד קביעת סגנון אחד ברור. בעיניו זה היה  
פשיסטי.  
הוא אמר שהוא לא מאמין יותר במה שהוא כתב.  
הוא התחיל להתעניין באותיות רומיות. זה עורר  
בו חשד, ומעריצים שלו התאכזבו ממנו.  
כל זה העלה את שוויץ של המפה.  
השווייצרים יצרו את הסגנון המודרניסטי, הוא  
היה מאוד יבש, אחראי, ונורא משעמם גם.

הם יצרו את האייקונים הראשונים של  
אינפורמציה.

## אמצות הברית

המסמך מביא את מה שהבאוהאוס עשה וכל מיני יופי של עידן המכונה, הציג טלסקופים ופרופלורים ומכונות, והוא  
מקדם את המבע הזה. ואז אחרי המלחמה יש הרבה אנשים מהבאוהאוס שעוברים לארצות הברית.  
והם עובדים שם ואחרי המלחמה קורה משהו מעניין. יש תעשיות מלחמתיות שהמציאו טכנולוגיות שפגשו צורך חדש  
לייצור מוצרים.

דוגמה: טאפפאוור. tupperware.

דומה לקופסאות הזכוכית שהבאוהאוס פיתחו. מפגש של הרעיונות של הבאוהאוס עם התעשייה.





עיצוב של George Nelson Bubble Lamps



היה מעצב תעשייתי שפיתח דברים לבתים החדשים של אחרי המלחמה. הוא לקח דברים מאוד מינימליסטים. לקח חומר פולימרי של ספינות liberty ships שאינו מחליד, זה מעין פלסטיק שנראה כמו נייר יפני. הוא ייצר בעזרתו דברים מאוד מינימליסטים.

זה מביא אותנו לצרלס וריי איימס  
הוא ייצר סדים אורתופדים בעזרת כיפוף עץ, לגפיים שבורות. הוא לוקח את זה למטרות אזרחיות:



גם מהפיברגלאס שנוצר עבור המלחמה הוא ייצר דברים חדשים:



יש עבודה מאוד מינימלית, תעשייתית, רגליים מאוד דקות (עיצוב דל שומן), צבעוניות דלה, חומרים תעשייתיים.

Eames Molded Plywood  
Dining Chair, DCM



יש חשיבה ארגונומית, זה לא יותר קראפטמנים שעושים מה שהם רוצים.

מה חדש שלא היה בבאהאוס:

יש ייצור תעשייתי, כיפוף עץ, אובייקטים דלי שומן.

יש גריד בתור אלמנט קישוטי:



**Wire side chair, 1951**

**חשוב לזכור על המודרניזם:** המודרניזם הגיע לארכיטיפ של הצורה, הצורה הכי טובה, ארגונומית, דלת שומן, ולכן זה נשאר ככה לתמיד ועד היום משתמשים בכיסאות האלה. הם ניסו והצליחו להגיע לעיצוב על-זמני. הוא תמיד נכון. הוא מאוד הגיוני ולוגי. עדיין אין כאן אופנה כמו בשנות ה-60.



Case study house No. 8

\*\*\* סרטון של הכיסאות של צרלס וריי איימס \*\*\*

Eames lounge chair debut in 1956

עוד כסאות של התקופה:

הכל נראה בערך אותו דבר, גריד, רגליים דקות, בחל, לעתים הגריד הוא משחקי. הם מרשים לעצמם להיות יפים ושנונים, לא כמו שוויץ.

# Harry Bertoia



(Wire Chair by Harry Bertoia (1948

Perriand Charlotte

מעצבת חשובה. למדה לעצב בין השאר ביפו. עיצבה שזלונגים ארכיטקטיים.



המבע האורגני גם ייצג את שנות ה-50. מוזיאון הגוגנהיים. איסאמו נוגוצ'י.  
אהבו עיצוב מודולרי.

נעבור לגרפיקה.

הגרפיקה לוקחת את המוצרים והכסאות האלה ומפרסמים אותם. הם עושים שימוש בכל מה שראינו במודרניזם עד עכשיו.

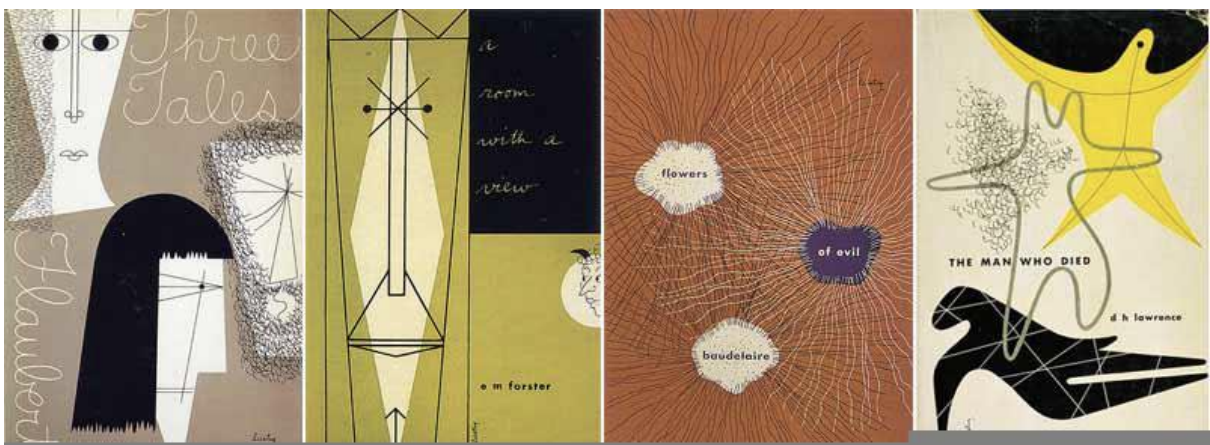
מקצוע הגרפיקאי הפך להיות עכשיו גרפיקאי, שעובד במשרדי פרסום. מתחיל עידן הפרסום (מד מן) ומתחיל עידן הטיזרים. מתחיל מקצוע הארט דירקטור. פתאום יש מישהו לצילום, מישהו לטיפוגרפיה, ארט דירקטור שמחבר בין הכל. מחלקות קריאטיב.

מתחילים המון מגזינים שדורשים עיצוב. תעשיית המוזיקה והתקליטים שתיתן המון עבודה למעצבים. כל מיני תעשיות אוונגרדיות שיתנו למעצבים עבודה גרפית מחוץ לדברים המסחריים.



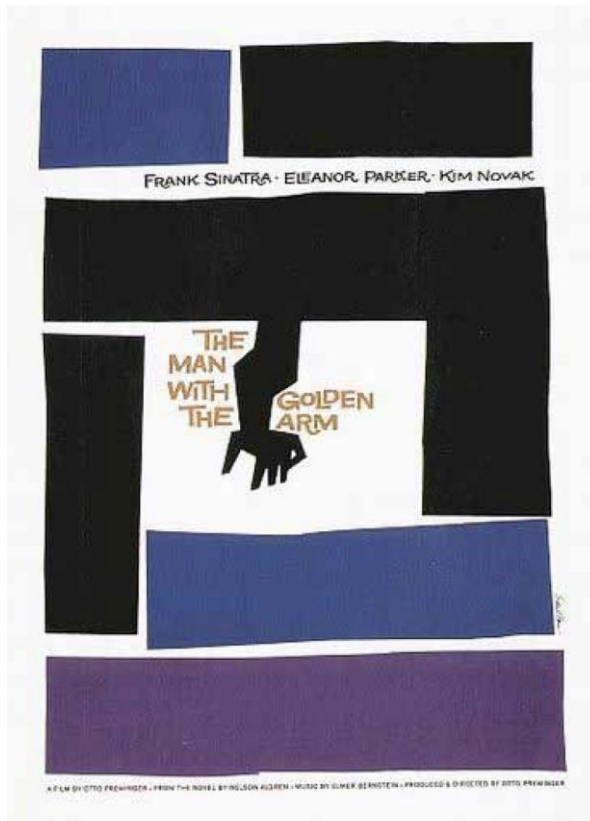
Alvin lustig- מעצב חשוב  
בפיפטיז. עושה עציבת תקליט  
ליואלדי. הכל בתוך גריד, הפונט  
נקי, שזה מאוד פיפטיז  
זה לא השעמום השוויצרי, זה הרבה  
יותר כיפי.

הקווים מאוד דלי שומן, אבל הכל הרבה יותר חמוד וכיפי ולא ארגונומי צפוף ומשעמם.

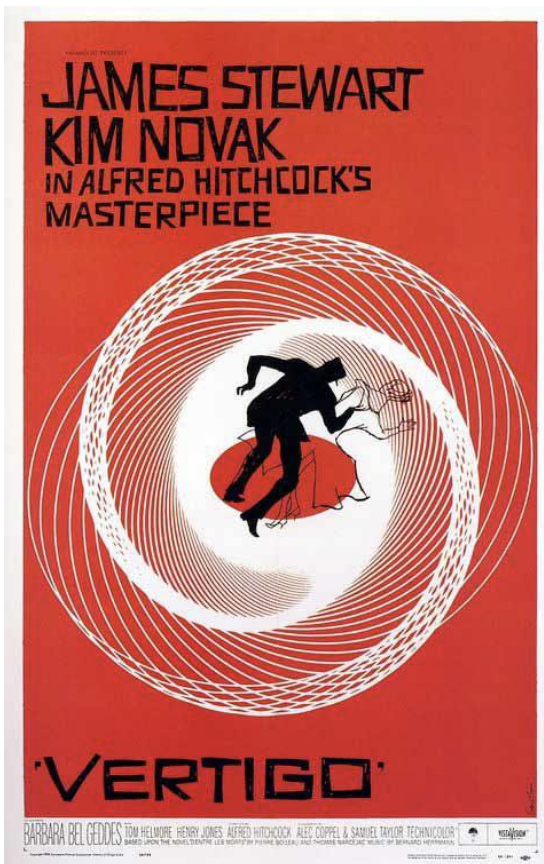




# Saul Bass



Saul Bass ,*The Man with the Golden Arm* , 1955  
Poster .



Saul Bass סול באס, מעצב גרפי בלוס אנג'לס. הוא ממציא את תעשיית הגרפיקה בהוליווד. הוא מעצב את הפוסטרים, את המבע החזותי, את הקדימונים שבתחילת הסרט. הוא ממציא את ה motion graphics.

הוא עשה להיצקוק את ורטיגו. הוא משנה את כל הרעיון של סרט שעשו לו איירבראש עם השחקן למשהו סימבולי מודרניסטי, סמלי. עשה קדימונים מאוד מודרניסטים להמון סרטים, עם גרידים, סימבולים. (הראה לנו ביוטוב כמה סרטונים שלו.)

סול באס היה הכי חשוב בשנות ה-50, אבל המשיך לעבוד גם בעשורים שאחרי.



Saul Bass. Posters.

### Corporate identity in America

ג'וזף מולר ברוקמן השווייצרי, מגיע ועושה מיתוג לקונטיינרים, והוא לוקח את הסגנון ממונדריאן. ואז מגיע **פול ראנד**, אחד המעצבים החשובים.

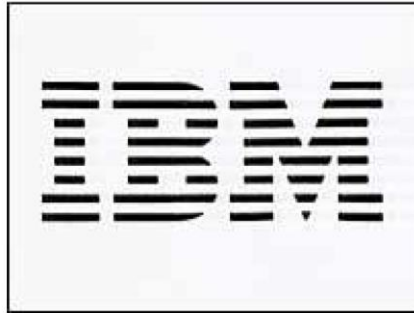
### Paul rand



הוא לימד בייל ועשה את הלוגו של ייל.  
הוא עובד גם עם המומה, איור לספר על הדאדא, ופוסטרים מוזרים שהם פרסומות בלי לוגואים.  
בעיקר הוא עושה את IBM

מאוד חשוב שהוא עושה לראשונה לוגו טיפוגרפי, וזה מה שהופך אותו למיוחד בתקופה.

הוא מייצר זהות מאוד ברורה.  
החל מה-s50 תפקיד המעצבים  
הוא לייצר זהות לחברות,  
אנשים וכולי.  
הם צריכים לתפוס את זה  
בצורה הכי מינימליסטית  
ומזוהה.



יש תחרות בין IBM לחברה  
איטלקית. הם שכרו מעצב  
מהבאוהאוס לעצב את  
המוצרים ואת פול ראנד  
למיתוג.  
חברות מתחילות לייצר לעצמן  
זהות עיצובית.

Paul Rand, IBM Logos, 1956-90 .



Westinghouse

פול ראנד עשה לוגו שנראה כמו שקע עם מעגל חשמלי, שיוצר גם כתר ואת האות W



Abc היה צריך להתחרות בלוגו של CBS. הוא עושה עליהם טייקאוף.



Paul Rand, ABC logo



William Golden, CBS Logo, 1951 .

יצר גם את הלוגו של UPS



סול באס מייצר מיתוג לחברת טלפונים בל:



כדי לייצר את הלוגואים המעצבים עובדים עם מחוגה וסרגל, הם כבר לא מאיירים. מאוד מזכיר את הבאואוס.

שפת אייקונים הומצאה בשנות ה-50 והלכה והתפתחה. הסגנון הבינלאומי התבטא גם בארכיטקטורה.

מהלך ההתפשטות העולמי המודרניסטי:

כאשר הנאצים מבריחים את הבאואוס והם עוברים למדינות שונות, ברגע שמתחילה תעשייה הם מתחילים לעבוד. אמריקה משתלטת על העולם באיזשהו תהליך גלובליזציה. הם בונים את התעשייה היפנית בצורה הזו, הנקייה של הבאואוס. הם עושים את זה גם בישראל - תכנית מרשל.

כך הם מתפשטים בעולם ומכניסים את הסגנון הבינלאומי שהופך בשנות ה-50 לסגנון הבינלאומי.

דוגמאות של רהיטים, כיפופי עץ, תעשיית זכוכית ומנורות (paul henningsen). העיצובים האלה, בניגוד ל60s 70s , חוזרים ורלוונטים עד היום.

## Poul Henningsen



בריטניה

Britian can make it

תעשייה של מתכות שהתפתחה אחרי המלחמה. עיצבו רהיטים וכסאות גם רגליים דקות, צבעי יסוד מינימליסטים.

איטליה

אחרי המלחמה הייתה צריכה שיקום הומני, בנוסף לשיקום פיזי. הם לקחו את העיצוב לדרגה חדשה של הומניזם. ייצרו את הוספה, 600 fiat, עיצוב על זמני שחוזר אלינו כל הזמן עד היום.

גרמניה

1957, Beetle



בגרמניה, שגם הייתה צריכה שיקום הומני, חוזרת ממש למבע של באוהאוס שמתפשט בכל גרמניה, בבית ספר שנפתח בשנות ה-50 שנקרא Ulm. העיצוב שלה הופך למאוד הנדסי, יש חקירה של חומרים, חקירה ארגונומית. בין השאר הדברים האלה שהיו לפני המלחמה וחזקים בגרמניה חזרו. מכונת החיפושית, הצבע חוזר בתחילת שנות ה-2000.

באולימפיאדה של שנות ה-60 בגרמניה יצרו את האייקונים שיישאר איתנו עוד הרבה שנים אחר כך (הם קוראים לזה איזוטיפ)

לוגו סימבולי של בנק.

ואולי הדבר הכי מפורסם שיצא מזה זה braun - הכל בנוי בתוך גריד. הוא יוצר את מכשירי החשמל בתוך מלבנים וריבועים ועיגולים.

יפן

גם הייתה צריכה להשתקם. האמריקאים ישבו שם ויצרו את המבע החדש. בהתחלה הם יצרו צעצועים מגוכחים ואחר כך הם השתקמו ויצרו את ניקון, וטויוטה, סוזוקי, טכנולוגיות מתקדמות. היו מעצבים מודרניסטים כמו סורי יאנאגי.

אולי החברה הכי מפורסמת היא סוני. הם לקחו את הטרכניסטור שיצרו בארהב והפכו את זה לרדיו שאפשר לשאת בחוץ. הצורניות מאוד מודרנית באוהאוסית - ריבוע ועיגול.

הצורה הארכיטיפית הזו נשאר איתנו for good. גם האייפוד עוצב כך. **המודרניזם היה על זמני. השתמש בלוגיקה, דלות שומן של הצורה, לאחר מחקר, מאוד הנדסי.**

גרפיקה יפנית של שנות ה-50, מאוד נקייה וסימבולית.

צרפת

הצרפתים נשארים אר דקו. המודרניזם לא נכנס אליהם. הזהות הצרפתית רחוקה מהמודרניזם. עד היום. אפילו הסיטראן שהיא פאר התוצרת הצרפתית הוא לגמרי אר דקו. נסכם את המודרניזם של ה-4 שיעורים האחרונים. אנחנו רואים אותו שוב ושוב והוא יחזור. הוא ניצח ב-50 אבל יהיה מישהו יותר חזק שינצח אותו בעשור הבא.

מעיצוב גרפי לתקשורת חזותית - שיעור 9 - 22.12.19

שנות ה-60

עד אמצע שנות ה-50, אחרי הבייבי בום, מגיע תהליך שיקום המדינות לסופו. מאמצע שנות ה-50 מתחיל תהליך אחר. אנחנו רואים את המהפך דווקא במדינות שהפסידו. (יפן, איטליה, גרמניה) הפכו להיות מעצמות עיצוב. הם נהנים מכלכלה חזקה בסוף ה-50 ותחילת ה-60. ומתפתחת תעשיית פרסום חזקה, תעשיות קריאטיב מתפתחות, ומתפתחת גם תרבות המונים - טלוויזיה, רדיו, עיתונות. עם העיתונות מפתחת עיצוב עימוד ופונטים, פרסומות וכולי. בטלוויזיה גם מרוויחים רק מפרסומות ולכן עובדים עליה הרבה.

מה משפיע על העיצוב של שנות ה-60?  
הרעיונות החדשים של התקופה - תרבות הפופ  
תרבות המחאה  
עידן החלל (מי יגיע ראשון לירח?)

תרבות צריכה חדשה, כרטיסי אשראי נכנסים  
נוצרת אידיאולוגיה חדשה.

הקו המודרני שממשיך משנות ה-50 (הביסאות של איימס)  
ויש את הביקורת על העיצוב הזה דרך עיצוב פופ ואנטי עיצוב ועיצוב רדיקלי.

## רוח התקופה של שנות ה-60

- **מישור פוליטי - המלחמה הקרה - (מלחמת ויאטנם, הקמת חומת ברלין, הפלישה לצ'כוסלובקיה).**
- **מישור טכנולוגי - המירוץ לחלל ונחיתה על הירח.**
- **מישור חברתי -**
  - זכויות אדם - שחורים ופמיניזם רדיקלי.
  - מחאה אנטי מלחמתית שגררה את מהומות הסטודנטים בברקלי, בפריז ובטוקיו.
  - ההיפים (ילדי הפרחים) וגילוי הגלולה - סקס, סמים, רוק-אנ-רול, פסטיבל וודסטוק ב 1969.
- **מישור כלכלי - תרבות הצריכה, תרבות המונים**
- **מישור אסתטי - האמנות הפופ.**

עוד משהו שנכנס לעיצוב הוא שנותנים קול למי שאין לו קול במרחב הציבורי. מסתיימת מלחמת העולם השנייה אבל מתחילה המלחמה הקרה. העולם דו קוטבי - יש שתי מעצמות ששולטות בשתי אידיאולוגיות מרכזיות - קומוניזם נגד ליברל-דמוקרטיה (לא קפיטליזם?). המלחמה הקרה מגיעה לשיא ב-62 במשבר הטילים של קובה. קובה היא נספחת רוסית ומוצבים שם טילים אטומים. יש קרב מי המעצמה הראשונה שתגיע לירח - רוסיה או ארה"ב. אבל מה שהכי חשוב זה המישור החברתי, זה הנושא של ההשפעה.

נתחיל עם המישור החברתי -  
המחאה של השחורים, ההיפים

\*רואים קטע מהסרט 'שיער' עם השיר אקווריאוס\*

<https://www.youtube.com/watch?v=Ehbx15eVnM4>

אחד הדברים שעולים זה לאומנות השחורה. השחורים מבקשים שוויון - מרטין לותר קינג, הפגנות, רצח. הייתה גזענות מטורפת נגד שחורים, והמלחמה שלהם מתחילה אז.

גם הגל השני של הפמיניזם מתחיל, הנשים מבקשות את הזכויות שלהן.

מחאה נגד מלחמת ויאטנם, שזה דבר חדש שצעירים יוצאים נגד מלחמה. נוצר שמאל חדש - לא שמאל קומוניסטי אלא שמאל שיוצא בעד זכויות אדם. השחורים, הנשים והלהט"בים הן הקבוצות הראשונות שנלחמות בסיקסטיז. זה מגיע לשיא ב'68 בפריז עם מהומות הסטודנטים (המהומות קורות בטוקיו פריז וברקלי). המצאת הגלולה מאפשרת לנשים סקס חופשי. אנשים מתחילים להשתמש במריחואנה.

השיר aquarius מדבר על עידן הדלי, עידן רחני. הרחניות מתחילה בתקופה הזו.

תנועות נגד:

שנות ה-50 - הביטניקים - beat generation

\*"היללה" / אלן גינצבורג\* - יוצא בשנות ה-50, היה נחשב חומר תועבה ועלה למשפט אם מותר לפרסם את זה.

מתחיל מגוון - אודרי הפבורן בסרט ארוחת בוקר בטיפאני, ברברלה עם ג'יין פונדה, והמסע לירח. אמנות הפופ - גזירת עיתונים ויצירת קולאז'ים. (קולאז' של ריצ'רד המילטון)



Richard Hamilton,  
Just What is it that  
makes today's homes  
so different, so  
appealing ?

אנדי וורהול מתחיל לעבוד ומייצר אמנות מעטיפות של מוצרים בסופר, הופך סלבס למוצרי צריכה. הלוגואים הופכים להיות חשובים.



## מאפייני שנות ה - 60

- שפע כלכלי ובניצול המסחרי של תרבות הצריכה של ההמונים שתר אחרי חידושים.
- עלייה של תרבות פופולארית ומחאה אל מול העיצוב בעל הטעם הטוב.
- מחאה חברתית (ילדי הפרחים, מחאה אנטי-מלחמתית) שמתבטא באנטי עיצוב.
- סצנת המוזיקה שמציעה למעצבים הגרפיקאים מקום פעולה חדש.
- חקר החלל שמציע למעצבים התעשייתיים טכנולוגיות חדשות.

## איך תרבות ההמונים האופנתית משפיעה על העיצוב?

- יצירה של שווקים חדשים ופרסום בהתאם,
- שינוי אסתטי שמתבטאת במוצרים וגרפיקה,
- שינוי באופי המוצרים (התיישנות מתוכננת, הצמצום, טכנולוגיה) כולל חומרים חדשים.

שפע כלכלי, תרבות צריכה  
עלייה של תרבות פופולארית  
מחאה חברתית אנטי מלחמתית (ילדי הפרחים)

יש סגמנטציה של תרבות של צעירים לתרבות של מבוגרים. שינוי אופי המוצרים, אופנה.

שוק הצעירים:  
יש מבוכית "קולית" של צעירים  
טוויגי שיוצרת אפנה חדשה של צעירות



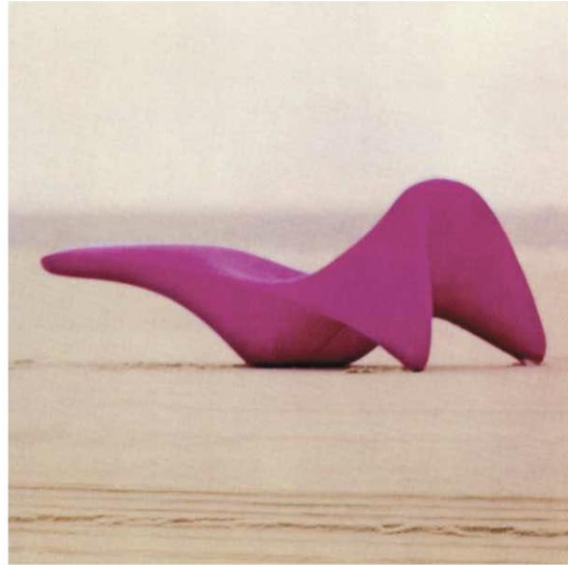
Twiggy as Mary Quant Model



פול ראנד, מעצב לוגואים  
תרבות הצריכה הופכת לאידיאולוגיה חדשה  
שינוי אסתטי - במקום שימוש בחומרים הנוחים והפשטים והכנים ביותר, מפסיקה דלות השומן ומתחיל עיצוב יותר  
רך ופחות לוגי.

Luigi Colani

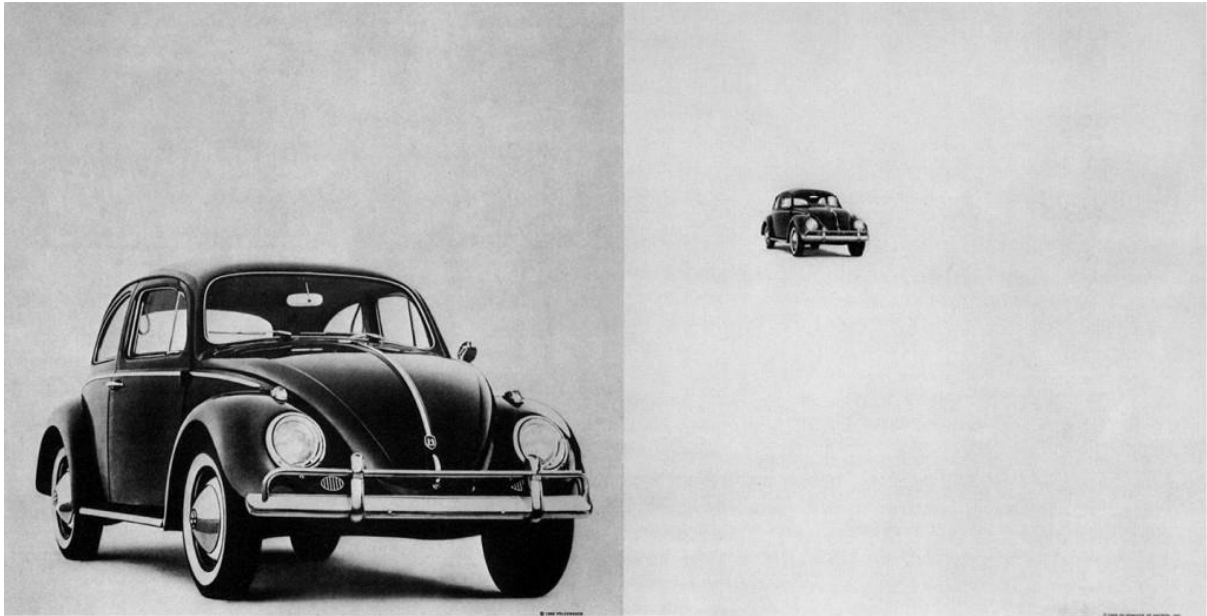
# Luigi Colani – Plastic Furniture



הצבעוניות לא כנה לחומר, העיצובים יותר רכים.  
נכנסים צבעים שונים של מוצרים, נכנס מקום לארט דירקטורים ולפרסום שונה.

Think small campaign

מכירה של פולקסווגן בארה"ב. זה בעיה כי זה רכב גרמני, וזה רכב קטן.  
הקמפיין אומר "אל תחשבו בגדול, תחשבו בקטן". פעם ראשונה נוצרת פרסומת אחרת, מאתגרת, שלא מסבירה את עצמה.



## Lemon.

The Volkswagen missed the boat. The chrome strip on the glove compartment is blemished and must be replaced. Chances are you wouldn't have noticed it; Inspector Kurt Kröner did.

There are 3,399 men at our Wolfsburg factory with only one job to inspect Volkswagens at each stage of production. 3,000 Volkswagens are produced daily; there are more inspectors

(than cars). Every shock absorber is tested (spat checking won't do), every windshield is scanned. VW's have been rejected for surface scratches barely visible to the eye.

Final inspection is really something! VW inspectors run each car off the line onto the Funktionsprüfstand (our test stand), take up 189 check points, go ahead to the automatic

broke stand, and say "no" to one VW out of fifty.

This preoccupation with detail means the VW lasts longer and requires less maintenance, by and large, than other cars. It also means a used VW depreciates less than any other car.

We pluck the lemons; you get the plums.



## Think small.

Our little car isn't so much of a novelty any more.

A couple of dozen college kids don't try to squeeze inside it.

The guy at the gas station doesn't ask where the gas goes.

Nobody even stares at our shops. In fact, some people who drive our little

fliver don't even think 32 miles to the gallon is going any great guns.

Or using five quarts of oil instead of five sports.

Or never needing anti-freeze.

Or racking up 40,000 miles on a set of tires.

That's because once you get used to

some of our economies, you don't even think about them any more.

Except when you squeeze into a small parking spot. Or renew your small insurance. Or pay a small repair bill. Or trade in your old VW for a new one.

Think it over.



בניגוד לפרסומות שמסבירות את הפנטזיה כמו זאת:



Buick, Le Sabre, 1962

הפרסומת של פולקסווגן עבדה, והתחילו פרסומות עם חוש הומור. הרבה פרסומות מצחיקות ומאתגרות של פולקסווגן\*

# שינוי באופי המוצרים

- התיישנות מתוכננת

- הצמצום

- שימוש בטכנולוגיה חדישה

מראש מתכננים איך אנשים יצטרכו להחליף מוצרים כדי להגביר את הצריכה. כל שנתיים מתחלף העיצוב.

נכנס הנושא של אופנה, אידיאולוגיה של החלפה.

גם הצמצום נכנס - הכל נהיה קטן יותר, ניתן לנשיאה. טלוויזיה קטנה יותר, רדיו קטן יותר. טכנולוגיות חדשות נכנסו לשוק.

טכנולוגיית שקופיות של קודאק.

\*מראה לנו קטע ממד-מן\*

ב60s יש מיתוג רגשי. לעומת מה שהיה ב50 שהיה מיתוג של היגיון.

אתה קונה רגש, אתה לא קונה את המוצר. מיתוג של הפוך על הפוך.

חומר חדש - פורמייקה. המשטח שמסביב יותר חשוב ממה שיש בפנים.

סגנונות המחאה:

הקו בקי.

בריהוט, בגרפיקה, מדבר ברמה בינלאומית,

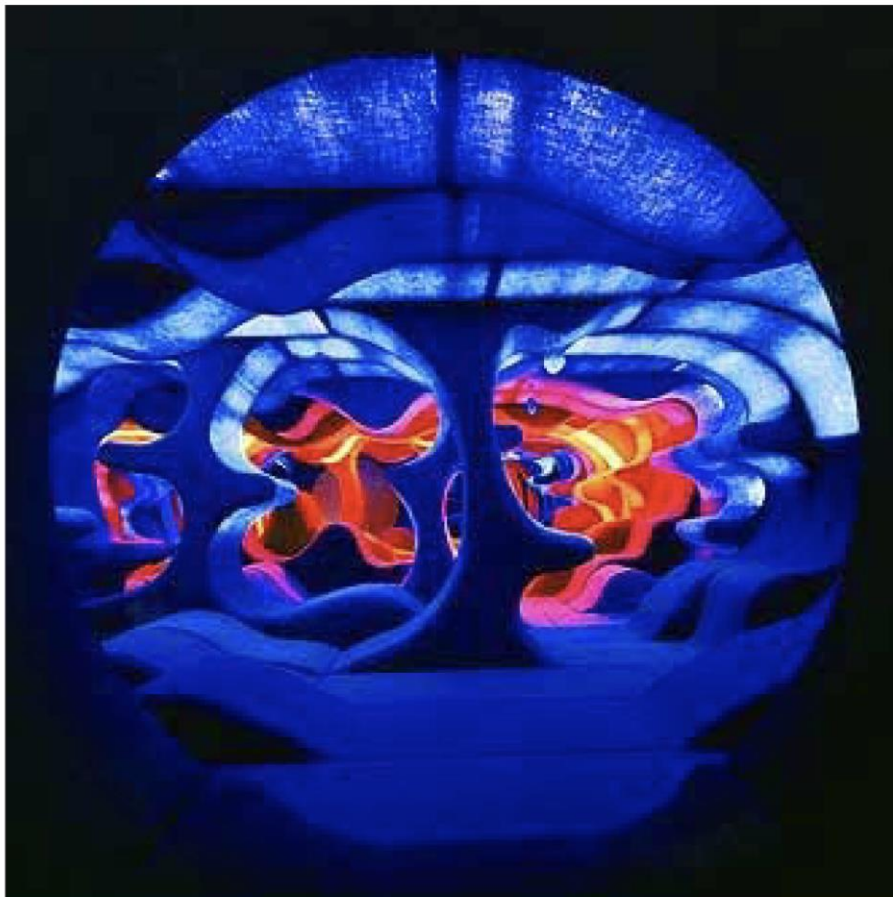
האלבום הלבן של הביטלס

אל מול

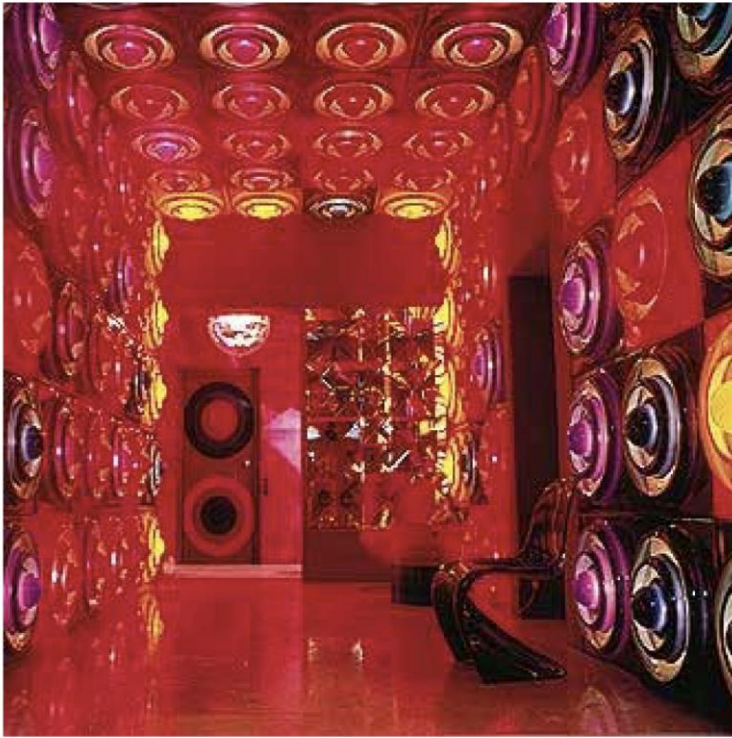
עיצוב פופ



הרבה קיטש וולגרי  
הרבה פסיכדליה



Verner Panton  
Phantasy  
Landscape,  
Visiona II, 1970,  
Cologne, D

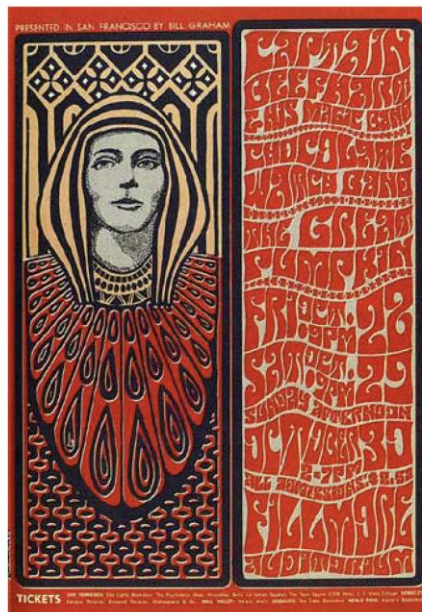


Verner Panto  
Home  
Entrance Hall,  
Binningen, CH

אופי אופנתי שבא על חשבון הפונקציונליות וההגיון.

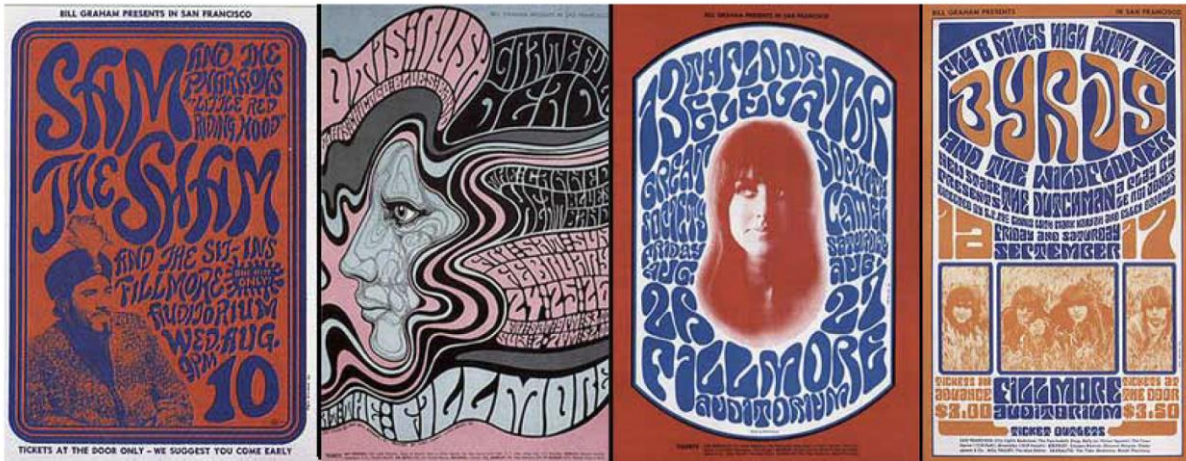
הגרפיקה של שנות ה-60

שובו של האקספרסיוניזם



Wes Wilson , Captain  
Beefhart & His Magic Band ,  
.1966  
Poster .

בקושי אפשר לקרוא. התמונה מצרית, של אר-דקו, עם הטווסים של אר-נובו.  
יש דמיון לאר-נובו.



שונה מאוד משנות ה-50.

מתאפיין במריחות, פונטים שמנים ולא קריאים.

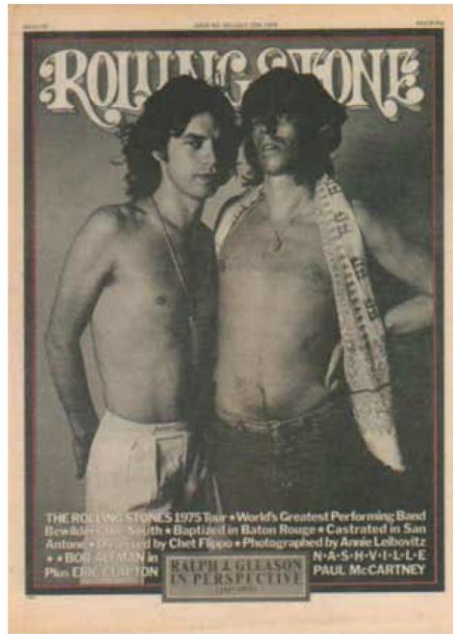
חוויה של מישהו על סמים פסיכדליים.

חמשת הגרפיקאים הגדולים של שנות ה-60:

## The Big Five

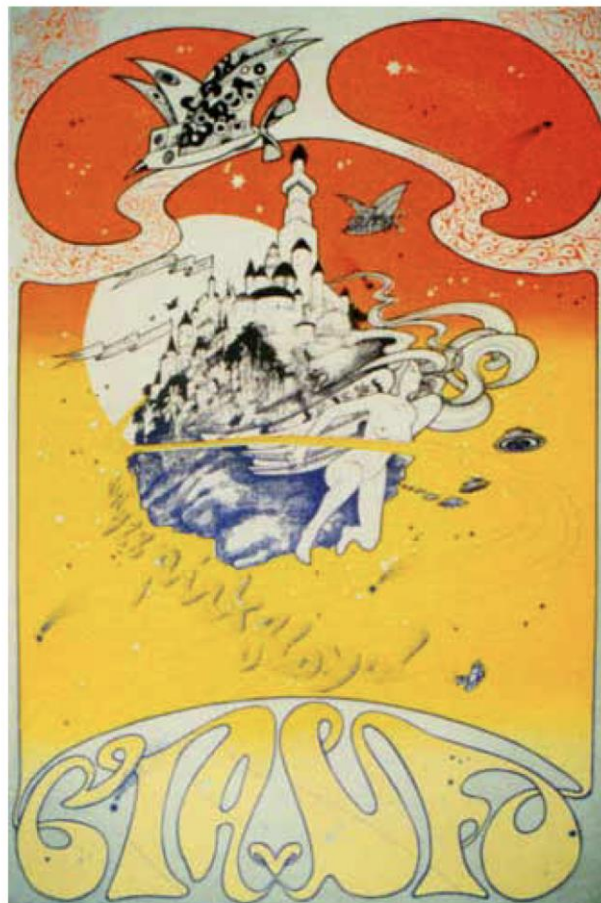
- Alton Kelly
- Stanley Mouse
- Victor Moscoso
- Wes Wilson
- Richard Griffin



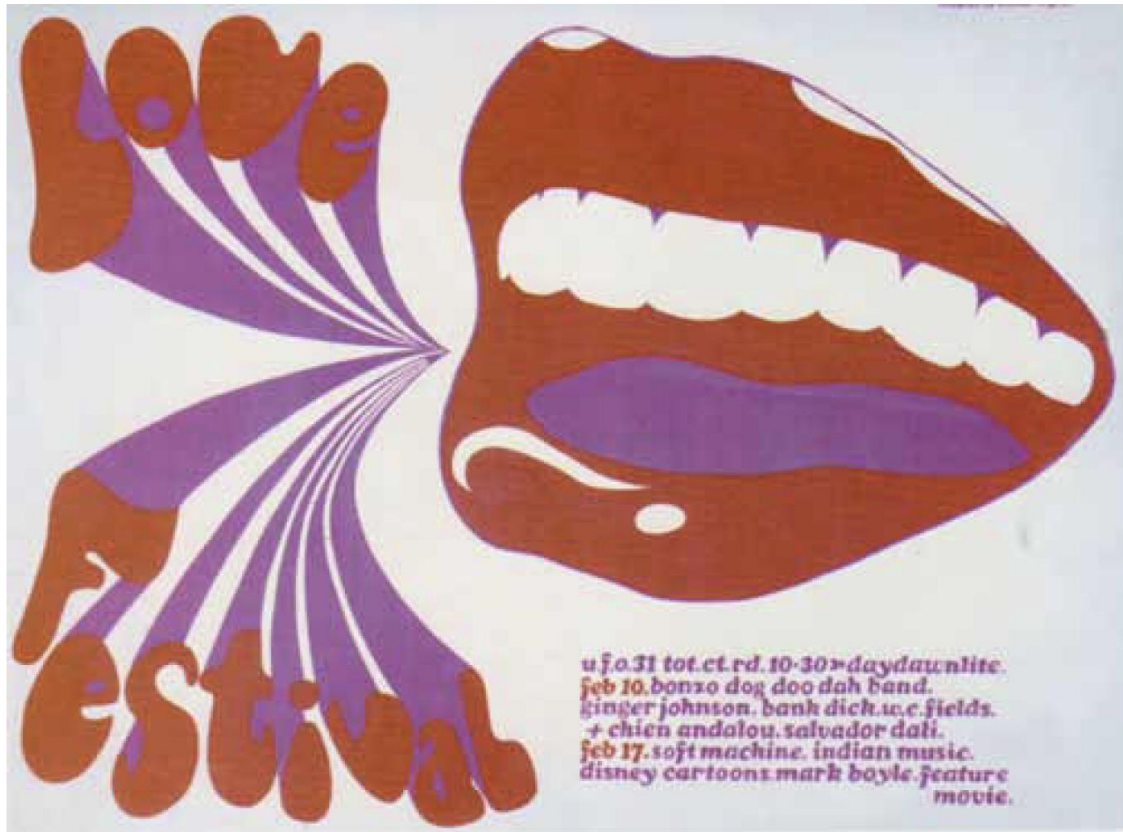


Jann Wenner ,*Rolling Stone* ,  
July 17 .1975 ,Magazine  
cover .

נעבור מקליפורניה לבריטניה:



הפונטים השמינו, בידור להלווטיקה של שנות ה50.



האלבומים המוזיקליים גם נתנו כוח למעצבים הגרפיים. מגיע האלבום סרג'נט פפר:

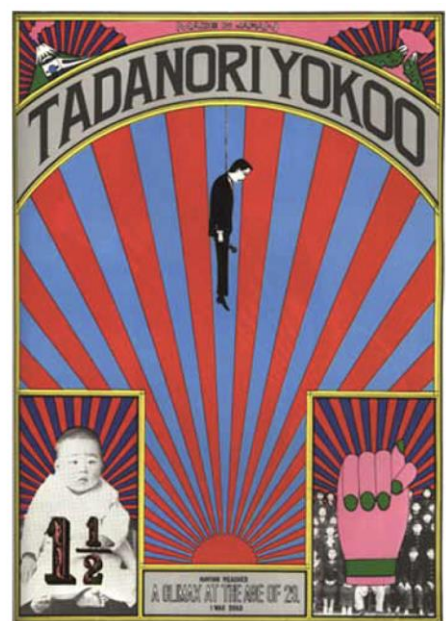


עומס גדול, רפרנסים להכל, למזרח, ליפן, שלגיה, שחקנים ושחקניות, פיוכאנליטיקאים, יש ערבוב של אקדמיה ותרבות פופולארית. הכל גזור מהעיתון. הביטלס עצמם צבועים בצבעוניות פסיכדלית. זה נבנה על ידי תנועות מחאה שונות שהיו בשנות ה-60

פסיכדליה יפנית:  
 יפן הייתה בית לאמנות אוונגרדית



Tadanori yokoo



Tadanori Yokoo

גם בצרפת, ב-68 הייתה מהפכה נגד הבורגנות הצרפתית.  
יש פוסטרים מחאתיים

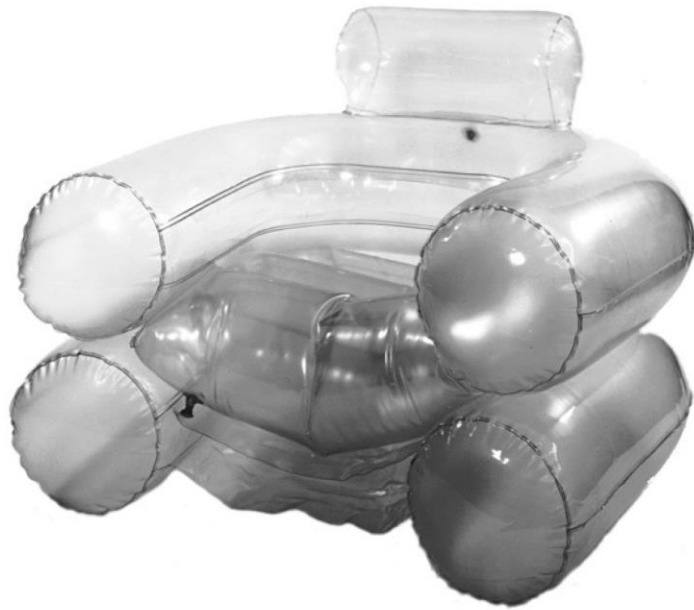
Graphus

עיצוב רדיקלי



## Good Design Vs. Bad Design





Blow  
Gionatan de Pas,  
Donato D'Urbino, Paolo  
Lomazzi and Carla  
Scolari  
Manufactured by  
Zanotta s.p.a., Nova  
Milanese  
Italy  
1967

בכוונה מעצבים דברים שנראים זולים או מגעילים

## Art-related Furniture



Gunnar Andersen,  
polyether chair  
1964

מעיצוב גרפי לתקשורת חזותית - שיעור 10 - 5.1.2020

העידן הפוסט מודרני

שנות ה-70-80-90 הם העידן הפוסט מודרני.

בשנות ה-60 כבר יוצאים מהנושא של פונקציונליות ושמים את הסימן כערך מטואפורי של אסתטיקה של דגמים רועשים וקיטשיות. הם יוצאים מהמודרניזם העל זמני ודל השומן.

## PVC blow Chair



הפרה מודרניזם - בנוי מלבנים, צריחים, דברים נרטיביים רומנטים וסיפוריים המודרניזם - מאוד לבן ושחור, מפעלי, פונקציונלי הגוד דיזיין של המודרניזם הופך להיות radical design, bad design גם בגרפיקה, מהלווטריקה וסנס סריף, פתאום אנחנו רואים טקסט לא קריא. מאיפה זה מגיע? למה זה קורה שהמודרניזם נגמר ומתחיל הפוסט מודרניזם? חוקרים מדברים על משהו חברתי שקורה - טראומה מהאידיאולוגיות שהובילו את המאה ה-20. רתיעה מהקונספט של אמת מוחלטת.

## טראומה מפני אידיאולוגיה

- טראומה מהאידיאולוגיות שהובילו את המאה ה-20: קומוניזם, פאשיזם ונאציזם שיצרו את מלחמות העולם ובהם אירועים כמו שואה, הירושימה ונגסאקי.

- רתיעה עמוקה מרעיון האמת המוחלטת, המשמשת כבסיס לאמונותיו של האדם.

בסוף שנות ה-60 אנשים פתאום שמעו על אושוויץ והמחנות, על הירושימה ונגסאקי. הייתה מכה גדולה של המודרניזם, כי הייתה אמונה שרציונל ולוגיקה מקדמים את האנושיות אבל פתאום התגלה שהאדם אינו לוגי ורציונלי, אחרת איך קרו של האירועים הנוראים במלחמות? עבר זמנה של האמת האחת, "קץ האידיאולוגיה". זה הביא אמנים פילוסופים וארכיטקטים לתאר את המציאות החדשה. העמדה הפוסט מודרנית אינה תיאוריה כמו המניפסטים הקודמים. אין אמת אחת יותר.

## העמדה הפוסט-מודרנית

- התיאוריה הפוסט-מודרניסטית ערערה על תקפותן של היררכיות ודיכוטומיות מסורתיות כמו הבחנות בן שוליים ומרכז, תרבות גבוהה ותרבות נמוכה, קנוני ועממי.
- התיאוריה יצאה נגד תיאוריות הדוגלות בחשיבה בינארית, הדוגלת באמת אחת.
- במקומם מופיעים הבינתחומיות, הרב-תרבותיות, הרלטיביזם, המשחק, העמדה אירונית ופרודית, הפרדוקס, ההיברידיות, העמדה אנטי-אידיאולוגית, וטקסטים רבי משמעות.

רוב הדעות היו בערך דומות: אין אמת, אין קוהרנטיות. למרות שלא היה מניפסט. פילוסופיה אחת טענה שאין יותר מטא-נרטיבים שמאחדים אומה. אין סיפור על אחד, יש המון סיפורים קטנים שמרכיבים את המציאות.

## תיאוריה פוסט-מודרנית

- ז'אן פרנסואה ליאטר (Jean-Francois Lyotard) - "המצב הפוסטמודרני" (The Post-Modern Condition, 1997).
- ז'ק דרידה (Derida) ופול דה-מאן (Paul de Man) – דקונסטרוקציה.
- ז'יל דלז ופליקס גואטרי (Felix Guatari) - "אלף מישרים" והמושג "ריזום".
- מישל פוקו - מצביע על מנגנוני כוח ממסדיים ותרבותיים כמו למשל דרכי שיח המיועדות לנדות קבוצות מסוימות בחברה.
- ז'אן בודריאר (Jean Baudrillard) - "סימולציה וסימולקרה" (Simulacra and Simulations). הוא מגדיר את תקופתנו כ"עידן הסימולציה".

ריזום - היפר לינק. לקוח מביולוגיה.

הם אמרו שאין יותר היררכיה בעולם, אין יותר תרבות נמוכה ותרבות גבוהה, אין בינאריות של גבר ואשה, אין שחור לבן. לכולם יש מקום.

יש רלטיביות, היברידיות פרדוקסיות הומור וכולי.

הדבר הזה הביא לאסתטיקה פוסט מודרנית.

האיש החשוב ביותר בה הוא רוברט ונטורי. הוא יצא נגד "less is more" של הבאוהאוס ואמר כי "less is bore"

## האסתטיקה הפוסט-מודרנית

- רוברט ונטורי (Robert Venturi) טען כי

Less is a Bore (= פחות זה משעמם)

אשר נגד את משפטו של מיס ואן דה-רואה Less is More.

הוא ואשתו נסעו ללאס וגאס ותיארו אותה. היא אחד הדברים שהכי סותרים את המודרניזם, והם מתארים את זה בתור העולם החדש.

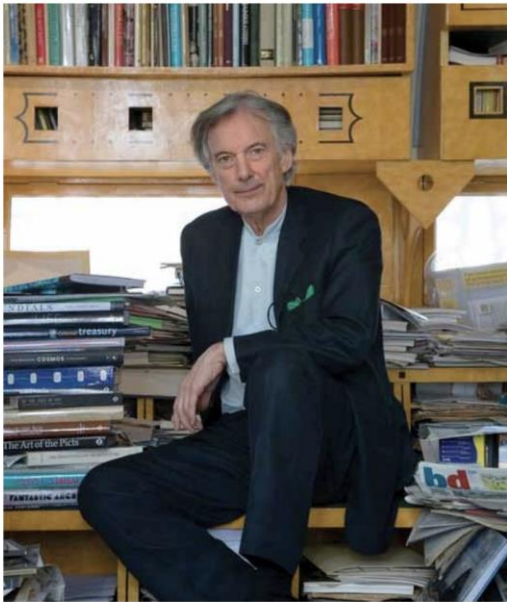
הוא אומר - בוא ניצור עולם אורבני חדש, הכל יהיה דו משמעי ולא כמו החד משמעויות של המודרניזם.



# Venturi – Less is Bore

- רוברט ונטורי העמיד כנגד כל מאפיין מודרניסטי, מאפיין משלו:
  - כנגד ישר - מעוות;
  - כנגד רהוט - דו משמעתי;
  - כנגד פשוט - מורכב;
  - כנגד ישיר - עקיף;
  - כנגד בהיר- עמום;
  - כנגד אחידות - ריבוי
- הוא מציע משחק, הכלאה, תחכום, צבעוניות ועיטור

כל זה נכון גם לפילוסופים של התקופה.



## Charles Jencks



Charles Jencks - The Language of Post-Modern Architecture

צ'רלס ג'נקס אמר כי שעת מות המודרניזם נקבעה בשלוש אחר הצהריים, ב־16 במרץ 1972.

<https://www.calcalist.co.il/local/articles/0,7340,L-3577536,00.html>

מתוך הכתבה בכלכליסט: (לא מהשיעור)

בשלוש אחר הצהריים, ב־16 במרץ 1972, נשמע פיצוץ מחריש אוזניים בסנט לואיס, מיזורי, ובניין של 11 קומות קרס לתוך עצמו. הפיצוץ המתוכנן מראש סימל את סופו של פרויקט פרואיט־אייגו, ובשנים הבאות נמחקו בזה אחר זה יתר 32 המבנים במתחם. מה שהחל ב־20 שנה קודם לכן כפרויקט דיור ציבורי עבור מעוטי יכולת הפך לסמל להתפכחות מחלום, ולמה שהוגדר על ידי

מבקר האדריכלות צ'רלס ג'נקס "מותה של האדריכלות המודרנית". ההתחלה, כמו במקרים רבים אחרים, דווקא היתה מבטיחה: שכונה בת 33 מבנים שהתיימרו להיות המילה האחרונה בתכנון סביבות מגורים - מעליות, חדרי כביסה, פירי אשפה ושפע של שטחים פתוחים עם הפרדה ברורה בין הולכי הרגל למכוניות.

אבל בניגוד לציפיות, בתוך שנים מעטות הפך פרואיט־אייגו למחזה שמוכר היטב לצופי סדרת המשטרה "הסמויה": מוקד של הזנחה, פשע ואלימות. המבנים עמדו נטושים בחלקם. השטחים המשותפים הפכו לשדה קרב בין כנופיות, המסדרונות לזירות שוד, ואפילו כוחות המשטרה סירבו להיכנס למתחם מחשש לאש שתומטר לעברם מהקומות העליונות. גזר הדין ניתן, והרשויות החליטו להרוס את הפרויקט. זה היה הפתרון היחיד.

אבל לא כל המבנים שכשלו בעשורים האחרונים זכו להמתת חסד שתהפוך אותם למיתוס. מבנים רבים נזנחו בידי בונים המאוכזבים, ומאז עומדים ומככים לראות מה תעשה איתם ההיסטוריה. ובזמן שההיסטוריה מתעכבת בהחלטה, החורבות המודרניות המתרבות משמשות מוצגים לשינויים הרבים והמהירים של המאה ה-20: התפתחויות טכנולוגיות, הפיכות פוליטיות, מלחמות ומהפכות ייצור שהותירו את חותמם על הסביבה הבנויה. מערכות תחבורה ציבורית שננטשו לטובת הרכב הפרטי, מבני דירות שרצו להיות מכונת המגורים המושלמת אך לא הצליחו להתמודד עם דרישות המציאות, אנדרטאות שפיארו משטר אחד והוזנחו על ידי משטר אחר, כפרים שהתרוקנו, מפעלים שנסגרו לאחר שהמוצר שייצרו הפסיק להיות רלבנטי. המאה שרוב שנותיה חרתה על דגלה את התיעוש, הייצור והיקדמה הותירה, באופן לא מפתיע, חורבות רבות מכל הניסיונות שעברה.

הרס הבניינים היה סמל חשוב לסיום המודרניזם ופתיחת הפוסט מודרניזם.



Pruitt-Igoe housing estate destroyed –

St. Louis, Missouri, on July 15, 1972, at 3:32 p.m

# Charles Jencks

- הציע מבנים דה-קונסטרוקטיביים שלא מחויבים למניפסט אידיאולוגי.
- ג'נקס העמיד את השפה הפוסט מודרנית על שלושה עקרונות:
- **ההיסטוריה** - באה לידי ביטוי בציטוטים מן העבר לרבות מן הקלאסיקה והמודרניזם.
- **האורנמנטיקה** - נועדה להשרות צביון ייחודי ואווירה.
- **ההקשר התרבותי** - מבטא התחשבות בתנאי הסביבה והרחבת צורכי המשתמש להיבטים התרבותיים והאסתטיים.

הפוסט מודרניזם נתנו צביון מקומי. ציטטו הרבה מההיסטוריה, בניגוד למודרניזם.

## יסודות האסתטיקה הפוסט-מודרנית

- דו-שיח עם ההיסטוריה החזותית.
- דו-שיח זה קרוי פסטיש - בליל של שפות וסגנונות חזותיים, המצטטים מאמנות העבר על ידי ניכוס, העלאת נוסטאלגיה ומשחק עם קומפוזיציות מסורתיות.
- הדימוי הפוסט-מודרני מציג שעתוק, שיכפול, ציטוט, פרודיה, אירוניה, התחזות ושילוב של סגנונות, ז'אנרים ומבנים שונים תוך ביטול דיכוטומיות והיררכיות בין אמנות גבוהה ודימויים חזותיים פופולאריים.
- הדימוי הופך לרב-משמעי, בעל תשומת לב לתרבות מקומית, בעל נרטיבים רבים היכול להתפרש בצורות שונות על ידי הצופים.

הפוסט מודרניזם התחילו לצטט בצורה אחרת. הם הכניסו הומור וחוסר בהירות.

הפוסט מודרניזם הרבה יותר מסחרי, הרבה הומור והרבה ביקורת. ארנה יעקובסון משנות ה-60 צוטט בשנות ה-2000 על ידי מישהו אחר. הכיסא של ריטוולד (מהדה סטיל), מצוטט על ידי מעצב יפני לארון. (שקפים מהמצגת שחסרים)

איב סאן לורן מצטט את האולימפיה  
ציטוטים רבים לסעודה האחרונה ולמונה ליזה  
יש נוסטלגיה, רטרו.

מחווה

כשמתנים קרדיט ליוצר ומצטטים אותו באופן גלוי.

סימולקרה

העתק שהופך למקור בפני עצמו. גם הבינאריות של ההעתק והמקור נשברת.

בסין יש העתקות של חתיכות מערים בעולם.  
בלאס ווגאס יש מלון שהוא העתק של ונציה, העתק של מצרים העתיקה.  
ביפן יש את הלוליטות, שהן העתק של הבגדים של ורסאי מהבארוק.

למה מצטטים בפוסט מודרניזם?  
מי שמצטט שואל מה ראוי למשל השראה?  
מה אני עושה עם זה כיוצר?  
איך אני מבקר את הדבר הזה?  
איזו אמירה חדשה יש לי?

מורימורה הופך את האולימפיה למשהו אחר. הוא קורא ליצירה שלו "תאומים", הוא שם את עצמו היכן ששתי הנשים נמצאות. יש ביצירה הזו חוסר בינאריות, ביקורת על האולימפיה המקורית, שצויירה מהמבט הגברי.



## ציטוט



Morimura Yasumasa – Futago, 1988



Manet's Olympia, 1863

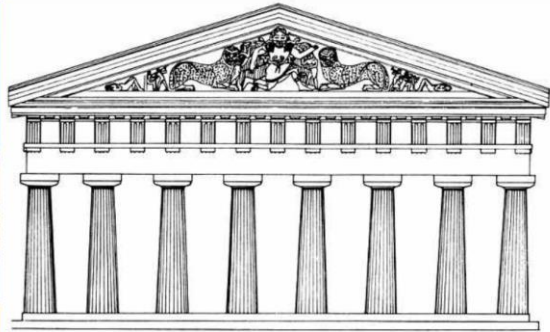
ביקורת של עדי נס על תמונת המהגרת עם הילדים. הוא הופך אותה ל"הגר". מוציא את הילדים מהתמונה. מתעסק בסיפור התנ"כי. הוא מצטט ומעביר את זה לקונטקסט מקורי.  
שרי לוויין - לקחה תמונות של אוונס מ1939, שיחזרה אותן באופן מדוייק, והציגה אותן במוזיאון.

היא דיברה על זה שהיא יוצרת חדשה והיא עושה ומציגה את זה בקונטקסט חדש.  
במאה ה-19 ציטטו את האקרופוליס במבנים של מוזיאונים.

פסטיש - ציטוט הומוריסטי. בבניין של דיסני שם את הגמדים של שלגיה במקום הנשים.



Michael graves



תוכנית של מקדש יוני

One minute vase

ציטוטים שחושפים ערך מסויים - הסעודה האחרונה, נלקחת למקום אחר, שחושף ערך אחר. השיחזור של החיילים מאת עדי נס.

## העידן הפוסט-מודרני

- תיאוריה פוסט-מודרנית
- אסתטיקה פוסט-מודרנית
- מציאות פוסט-מודרנית

נראה מה קורה בעולם העיצוב ובעיקר בגרפיקה:

סטודיו אלכימיה - סטודיו גלריסטי שאומר שעיצוב לא נועד למסחריות אלא להביע רעיונות, הוא one of הוא לוקח כסא דה סטיל מודרניסטי, בינלאומי ונייטרלי, והופכים אותו למשהו נוצרי.



De stijl,  
Zig Zag Chair, 1934



Alessandro Mendini,  
Studia Alchimia  
1978

מעטים נשא באוהאוס בצבעי הסוואה:



Wassily chair, 1925  
Marcel Breuer



Alessandro Mendini  
Wassily chair  
Studio Alchimia  
Italy, 1978/1983

# Alessandro Mendini



Poltrona Proust Chair

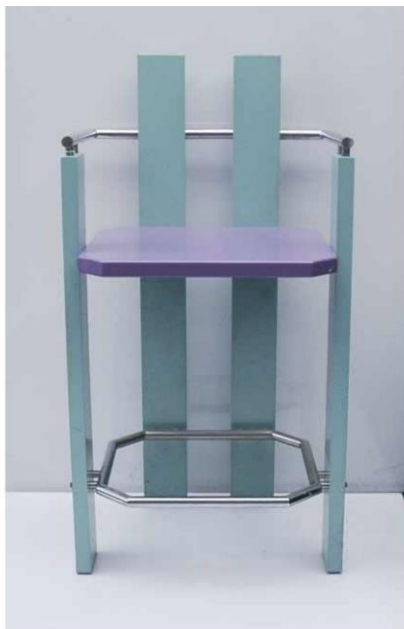
הכסא בכוונה מכווער. הוא לקוח מהמאה ה-18, עליו הקרינו יצירה של פול סיניאק וציירו את הציור הנקודות על הכסא. נתנו לו גם שם של המאה ה-18. זה מהות הפוסט מודרניזם - המפגש בין שני דברים שיוצר משהו חדש. לימים, הכסא הזה הוגדל על ידי חברה של פסיפס והוצג בתערוכה. אלכימיה עשו עוד דברים מכווערים כאלה. הם בכוונה מכווערים ולא נוחים, כדי להתנגד למודרניזם. האוטנטיות ומקור החומר לא עניין אותם. הם חוזרים ומתייחסים לפוטוריזם. אחד הדברים המפורסמים של הפוסט מודרניזם - ספריה לא פרקטית מאוד שנראית כמו טוטם



Carlton cabinet for Memphis,  
1981  
Design: Ettore Sottsass

## ממפיס

לא היו גלריסטים, יצאו החוצה ומכרו הרבה דברים.  
יצרו דברים מאוד מכוערים שנמכרו ביוקר.



Memphis, 1980

עד היום מוכרים את חלק מהעיצובים האלה במילאנו



Michele De Lucchi for Memphis

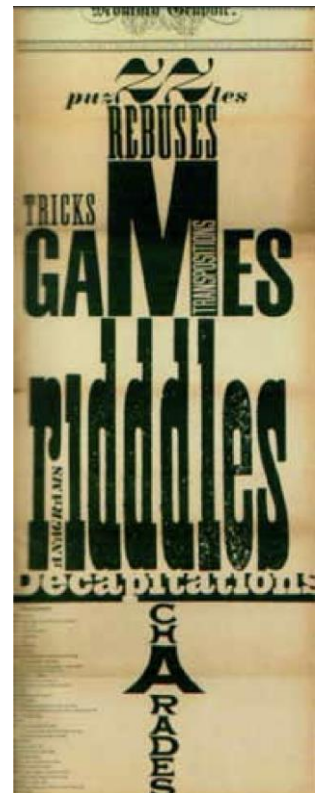


# מאפיינים של העיצוב הפוסט-מודרני

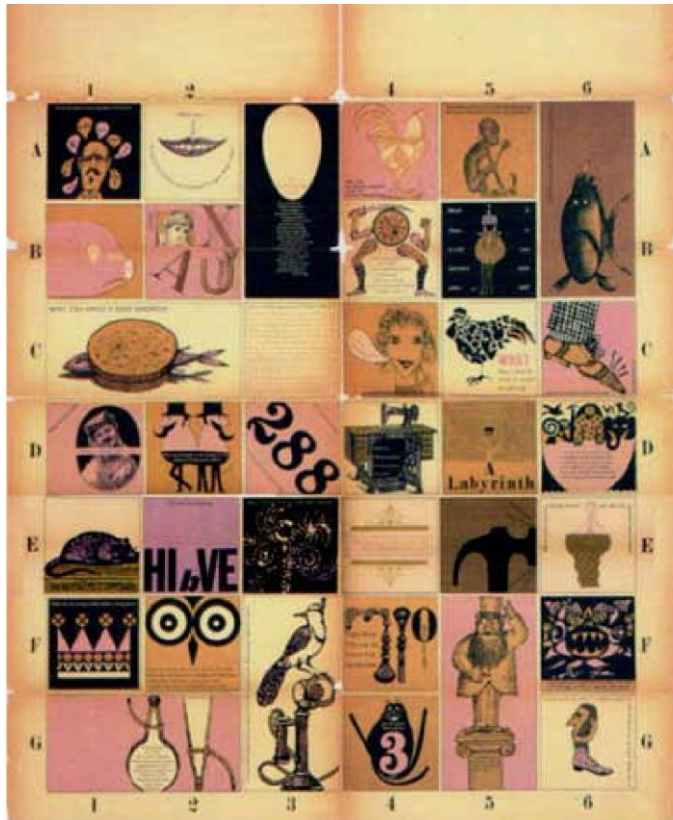
- אקלקטיות ופלורליזם.
- טשטוש גבולות בין אמנות לעיצוב.
- עיצוב יחידני לגלריות (הכסא כמעשה אמנות).
- טשטוש גבולות בין ארכיטקטורה לעיצוב.
- בדיקת גבולות העיצוב (מחומרי לוירטואלי).
- דה-קונסטרוקציה של העיצוב.

הגרפיקה הפוסט מודרנית - מבאן צריך לזכור למבחן

Push-pin studio - seymour chwast  
היה להם מגזין, בעיצוב של אותיות עץ.



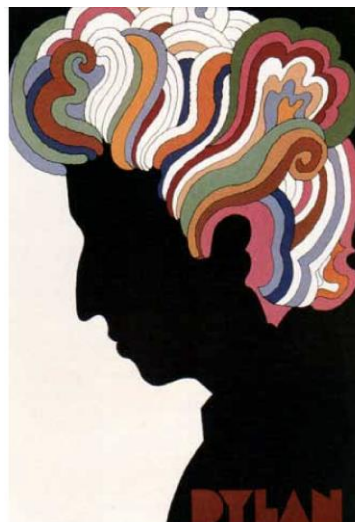
המגזין היה בנוי כמו שחמט של אוסף דברים.



## Seymour Chwast

Seymour Chwast , *The Push Pin Monthly Graphic*,  
no. 24 .1959 ,Interior .

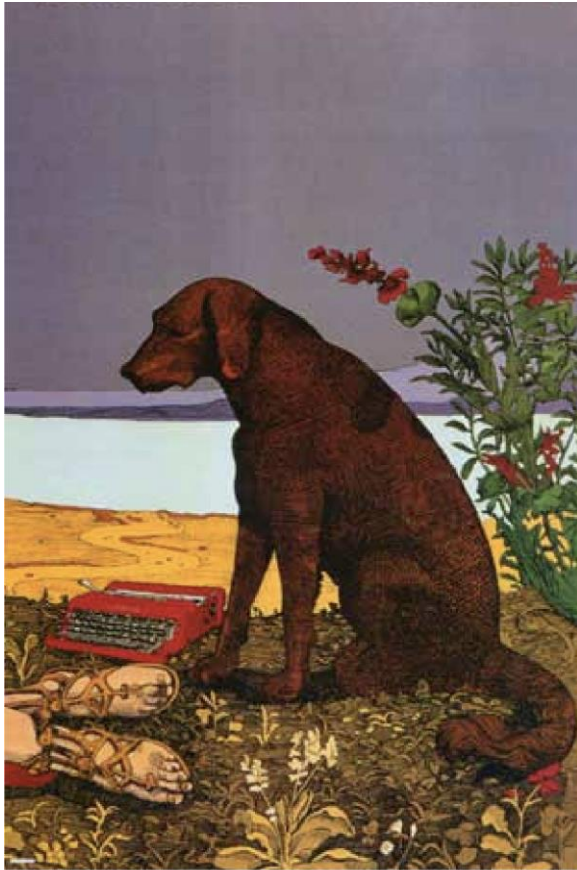
הם ציטטו והפגישו המון סגנונות. הם התחילו לעבוד במגזינים שלהם על דברים פוליטיים. לראשונה התחילו לבקר את השלטון ולא לעבוד בשבילו. הפוסטר הכי מפורסם הוא של מילטון גלזר *i love new york*, והפוסטר הזה שתיאר את בוב דילן. זה ציטוט שלקוח מפורטרת עצמי של מרסל דושן.



## Milton Glaser

Milton Glaser , *Bob Dylan* .1966 ,Poster.  
Museum fur Gestaltung, Zurich .

פוסטר valentine של מילטון גלזר ל'olivetti:



Olivetti  
Valentine

Milton Glaser , *Valentine  
Olivetti* .1968 ,Poster .

המודרניזם נתן לנו משהו מאוד ברור, אבל פה לראשונה יש לנו פוסטר שלא אומר לנו כלום.  
יש פה נונסנס שהוא נורא חשוב, שיעלה אחר כך גם במונטי פייתון, סיינפלד וכדומה.  
הוא לקח את הסצינה הזאת מציור מהרנסנס. הוא מצטט בוננסנס. ולא מספר דבר על המוצר עצמו.  
מילטון גלזר עיצב גם את העיצוב המפורסם של I love new york

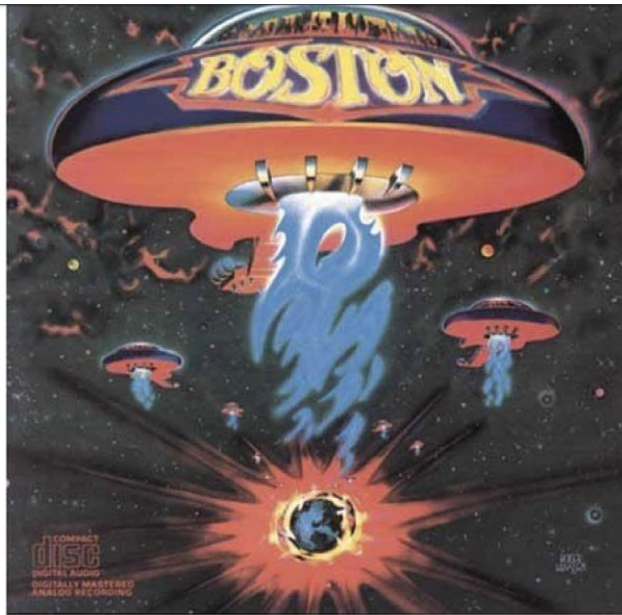


עיצוב אלבומים ומגזינים

פולה שר:

מעצבת מפורסמת.

עיצבה את האלוסום בהשראת ה pulp fiction והאייר בראש של שנות ה 60



Paula Scher

Roger Huyssen – Boston

עטיפת דיסק, שבה במקום לעשות דימוי, העיצוב הוא טיפוגרפי. מכניסים אותנו לתוך ישיבת הפרסום של "איך נעצב את העטיפה"

This is a RECORD COVER. This writing is the DESIGN upon the record cover. The DESIGN is to help SELL the record. We hope to draw your attention to it and encourage you to pick it up. When you have done that maybe you'll be persuaded to listen to the music - in this case XTC's Go 2 album. Then we want you to BUY it. The idea being that the more of you that buy this record the more money Virgin Records, the manager Ian Reid and XTC themselves will make. To the aforementioned this is known as PLEASURE. A good cover DESIGN is one that attracts more buyers and gives more pleasure. This writing is trying to pull you in much like an eye-catching picture. It is designed to get you to READ IT. This is called luring the VICTIM, and you are the VICTIM. But if you have a free mind you should STOP READING NOW! because all we are attempting to do is to get you to read on. Yet this is a DOUBLE BIND because if you indeed stop you'll be doing what we tell you, and if you read on you'll be doing what we've wanted all along. And the more you read on the more you're falling for this simple device of telling you exactly how a good commercial design works. They're TRICKS and this is the worst TRICK of all since it's describing the TRICK whilst trying to TRICK you, and if you've read this far then you're TRICKED but you wouldn't have known this unless you'd read this far. At least we're telling you directly instead of seducing you with a beautiful or haunting visual that may never tell you. We're letting you know that you ought to buy this record because in essence it's a PRODUCT and PRODUCTS are to be consumed and you are a consumer and this is a good PRODUCT. We could have written the band's name in special lettering so that it stood out and you'd see it before you'd read any of this writing and possibly have bought it anyway. What we are really suggesting is that you are FOOLISH to buy or not buy an album merely as a consequence of the design on its cover. This is a con because if you agree then you'll probably like this writing - which is the cover design - and hence the album inside. But we've just warned you against that. The con is a con. A good cover design could be considered as one that gets you to buy the record, but that never actually happens to YOU because YOU know it's just a design for the cover. And this is the RECORD COVER.

This is the back of a RECORD COVER. Catalogue No. This writing is the DESIGN on the back of the cover design is not like that on the FRONT. Its aim is information about the RECORD and the GATEFOLD INSERT rather than trying to sell it by being impactful or any of those things. We have kept it in the end so that the entire package has a sense of IDENTITY ever way you see it. The record is by XTC. This second album. We won't attempt to describe their because all you have to do is play it and you can do it for yourself. XTC is made up of Andy Partridge, Andrews, Colin Moulding and Terry Chambers. We have photos of them below because this is regarded as a socially sensible and helpful in creating their image if you're curious at all you might find it interesting see what the musicians actually look like. And the more pictures and words on the very colourful insert which you can only see if you buy the whole thing.

Many people think it helpful about the songs on the record  
 1. Mechanik Dancing (Oh We, Points Brian) 3. Buzzcity 7  
 Rhythm 6. Red 7. Beatown 8.  
 9. Jumping in Gomerah 10.  
 12. I am the Audience. You  
 the record was produced and  
 assistant engineers Hayden B  
 also, Andy Dugwelyn and Jen  
 Roots photos were by Dave E  
 number on the insert for bu

Lastly we would like to make it clear that this is product of Virgin Records Limited, partly because wanted us to and partly because it is a legal need Virgin Records' head office is located at Vernon 1 Portobello Road, London W.11. and is © Virgin Re 1978 and © 1978 Virgin Music (Publishers) Ltd. sleeve was written and photographed by Hippgnosis & printed in England by James Upton Ltd.

Hipgnosis , Go 2 by XTC

על הקסטה הם כותבים תיאורים נוספים מישיבת הצוות.

פולה שר גם ציטטה מיפן.  
ציטוט אינטר-דיסיפלינארי

בשנות ה 80 היא קיבלה לעשות את הפרסומת לswatch. היא לוקחת משהו משנות ה 30 של שווייץ, פרסומת לסקו, והיא משתמשת בה לפרסם את השעון.  
 היא מצטטת מהטלאי להומוסקסואלים כדי לקדם מציאת תרופה לאידס.

פוסט מודרניזם - האסכולה השוויצרית

Wolfgang Weingart - עושה שכבות בזכות התפתחות הניירות השקופים

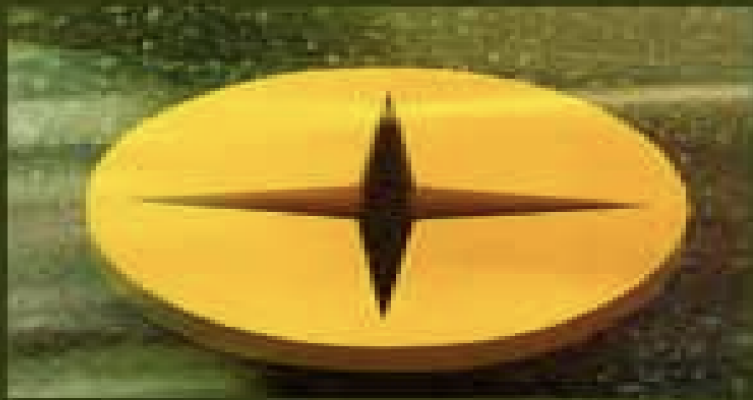


שני תלמידים שלו חוזרים לארה"ב בשנות ה-70 ומתחילים ליצור פוסטרים מיוחדים ושונים

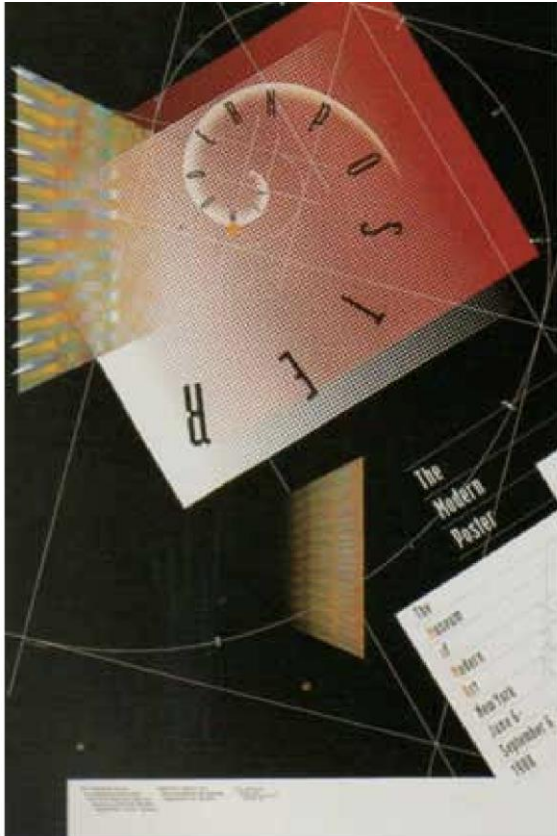


Dan Friedman and April Greiman ,  
Yale Symphony Orchestra Concert, 1973 .

# Dan Friedman

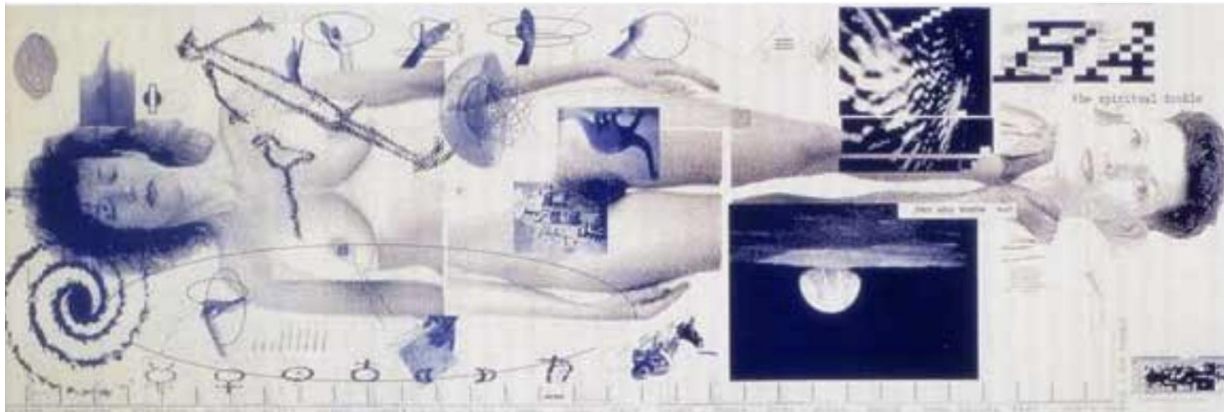


**CITIBANK** 



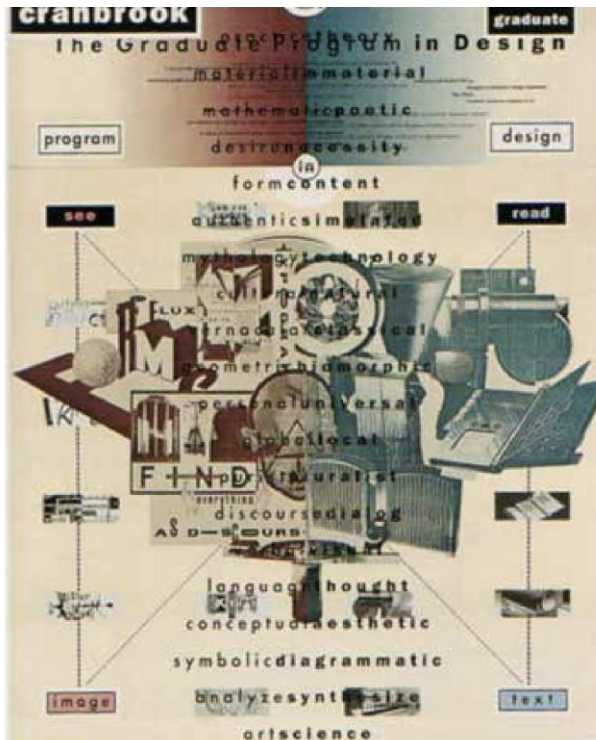
April Greiman , *The Modern Poster* ,  
Exhibition at the Museum of  
Modern Art, New York .1988 .  
Poster .

הפוסטר המפורסם ביותר של אפריל גריימן הוא הפוסטר המתקפל שלה, המציג אותה בעירום עם טכנולוגיות ואלמנטים שונים.



## Cranbrook Academy of Art

יצרו פוסטרים בסגנון ייחודי פוסט מודרניסטי.  
הזמנה לתואר שני



Katherine McCoy, *The Graduate Program in Design*,  
Cranbrook Academy of Art, MI,  
1988 .

מכאן והלאה כל אחד יכול להוציא מה שהוא רוצה. הכל מעוות וכתוב דבר על דבר. גם החזותי ככה - לא ברור, שכבות, כאוס.

עוד אדם שצריך לזכור הוא נוויל ברודי neville brody



**Neville Brody**

הוא היה המעצב הגרפי ששם את עצמו במרכז, יותר מהעבודות שלו. הוא הפך להיות סלבריטאי. עיצב גם את ynet. המעצב הגרפי של מעצב the face בשנות ה-80. היה מראה סלבריטאים חצויים.

אדם אחר שצריך לזכור הוא טיבור קלמן tibor kalman



עשה אלבומים כמו talking heads/ speaking in tongues



Tibor Kalman, *Speaking in Tongues*. 1983, Album cover.

עשה את כל העיצוב הגרפי של מסעדה בmeat market, עזר להפוך אותו למה שהוא היום (בניו יורק)



Florent Restaurant

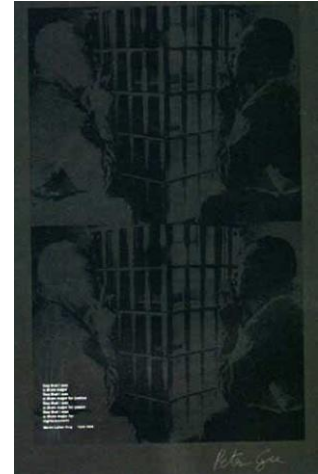
עשה גם את מגזין colors של benneton.

עשה את dress to kill  
צייר את מלכת אנגליה בשחור, את מיילק ג'קסון בלבן.

עשה ספר שקוראים לו un fashion עם אשתו, מיירה קלמן.  
טיבור מעולם לא למד, הוא self taught.  
מיירה היא מאירת חשובה, מאירת שערם לניו יורק טיימס.  
כשהיא הגיעה לכאן לבצלאל לסמינר, היא ביקשה שיביאו לה בגדים לגיהוץ בזמן שהיא דיברה לסטודנטים.  
היא אמרה שהיא צריכה לעשות משהו מופרע כדי שלסטודנטים יהיה אומץ לעשות משהו מופרע.  
זאת דרך העבודה הפוסט מודרנית.

#### אמנות ופוליטיקה

משהו על מרטין לותר קינג



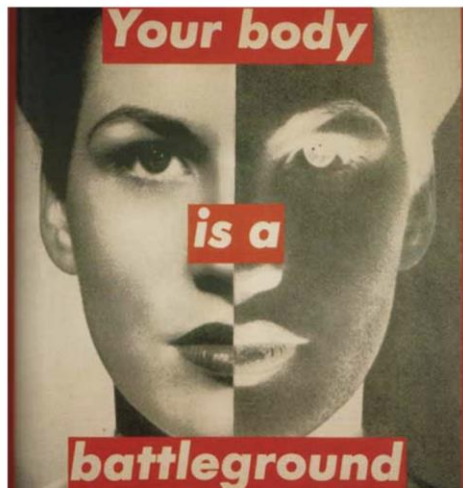
כמעצבים יש להם כוח לא רק לעשות אסתטיקה ועיצוב, אלא גם לבטא את עצמם פוליטית. הם משקיעים בעצמם ומפיצים את זה.



Ron Haeberle (photographer),  
Peter Brandt (caption writer), Q.  
And babies? A. And babies,  
1970. Poster.

האשה הכי חשובה בזה הייתה ברברה קרוגר. הפוסטר בהשראת העיצוב הרוסי.

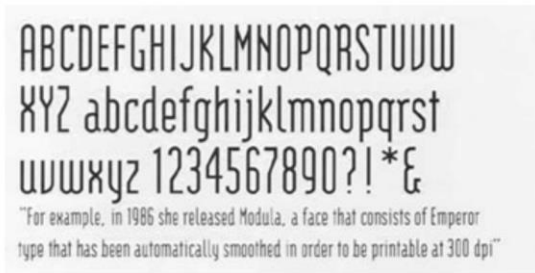
פוליטיקה של הגוף, פוליטיקה של תרבות צריכה. עושה הרבה עבודות ביקורתיות, שזה גם חלק מהפוסט מודרניזם.



Barbara Kruger . *Your Body Is a Battleground* . 1989 ,

## טיפוגרפיה פוסט מודרנית

טיפוגרפיה ממדפסות סיכות  
טיפוגרפיית ארט דקו



Zuzano Licko ,*Modula* .1986 ,Bitmap font .



Barry Deck, *Template Gothic*  
Typeface, Emigre, 1989 .



Neville Brody, *Arcadia* Typeface, 1986 .

סוזנה ליצקו פתחה את סטודיו אמיגרה, הסטודיו הכי חשוב לטיפוגרפיה בקליפורניה מגזין הכי רחוק מבאוהאוס, נראה כמו טעויות הדפסה. זה היה התנ"ך של מי שלמד בשנות ה-80.

מעיצוב גרפי לתקש"ח שיעור 11 - 12.1.2020

לפני שבועיים דיברנו על שנות ה-60 על הבאפר בין מודרניזם לפוסט מודרניזם אחר כך עברנו שבוע שעבר על שנות ה-70 עד ה-90, על האסתטיקה הפוסט מודרנית, המחשבה הפילוסופית הפוסט מודרנית אחרי המהפכה של 68 הרעיון שאין אמת אחת

# יחסי גומלין אסתטיקה - כלכלה

הכלכלה כערך מניע בתרבות:

- תרבות הצריכה כמניע עיצוב.
- עלייה בחשיבות הפרסום.
- יצירת המותג ועלייה בחשיבות הדימוי.
- העיצוב הופך אחד הממדים של שיווק ופרסום.

המציאות הפוסט מודרנית  
בכך נחלק את המודרניזם  
לעמדה  
אתסטיקה  
מציאות

המציאות הפוסט מודרנית

## המציאות הפוסט-מודרנית

- **בחברה** - קבוצות שוליים ותתי-תרבותיות מפלסות את דרכן למרכז.
- **בכלכלה ובפוליטיקה העולמית** הגלובליזציה מטשטשת גבולות לאומיים למשל האיחוד האירופאי וגבולות חדשים נוצרים באינטרנט. **חברות ותאגידים רב-לאומיים** (Microsoft) חוצים גבולות והופכים להיות שחקנים בזירה הבינלאומית בעוצמה לא פחותה משל מדינות לאום.
- **ברפואה** - הדמיות רפואי חדשות (CT, MRI) משנות את התפיסה שלנו את הגוף משתנה.
- **בטכנולוגיה** שינוי לדיגיטאלי ווירטואלי. ערוצי תקשורת חדשים כמו תקשורת סלולארית, טלוויזיה לוויינית מרובת ערוצים והאינטרנט המספק חוסר גבולות לידע.

---

תחילה המאה ה-20 נבנתה על אידיאולוגיות חזקות שבנו מבע אסתטי גם הפוסט מודרניזם נבנה על אידיאולוגיה, שהיא צרכנות, קפיטליזם. כולנו יושבים על האידיאולוגיה הזאת. היא לו מוכתבת לנו מלמעלה, היא נבנית מלמטה, מהמעשים שלנו. אנחנו מקבלים אותה בשמחה אבל היא שולטת בחיים שלנו.

זה אומר שיש לנו יחסים חדשים בין אסתטיקה וכלכלה. היחסים מביאים את תרבות הצריכה למקום חדש, לכן יש מותגים, עלייה בחשיבות הפרסום. החברות הגדולות מממנות את כל התרבות שלנו. נושא של מיתוג, ואיך העיצוב הוא זה שיוצר את הבידול. האסתטיקה - דימוי וגם טקסטים רבי משמעות. הטקסטים עמומים ובעלי רבי משמעות, וכך גם האסתטיקה - מכוון ויפה ביחד. גם בתקשורת חזותית - הכל בליירים (שכבות). ואנחנו רואים פתאום שלל סוגי אומנות - אמנות קונספטואלית, מינימליסטית, נרטיבית, אמנות גוף, סוריאליסטית. הכל מותר, ולצד זה יש המון מוצרים מעוצבים, one off, שנמכרים בתור אמנות. יש טשטוש גבולות בין אמנות לעיצוב - מורקמי טקאשי מעצב ללואי ויטון.

## טשטוש גבולות בין אמנות לעיצוב



זה מוביל אותנו לדבר על המציאות הפוסט מודרנית. על המציאות נבנו האמנים והפילוסופים. מה שקורה בחברה - בשנות ה-60 תתי קבוצות וקבוצות בשוליים עולות ותופסים מקום במרכז החברה ומשמיעים קול במרחב הציבורי. יש התנגדות להיררכיה של הגבר הלבן מעל האשה השחורה. בפוליטיקה העולמית אנחנו רואים טשטוש בין האמנות - באו"ם, אסיה, נוצרות כל מיני ציוויליזציות. יותר מכך, נוצרות חברות שיותר חזקות ממדינות - מיקרוסופט, אפל, גוגל, הן יכולות לפעול בכוח עצום, כוח פוליטי יותר חזק ממדינות. זה חלק מהאידיאולוגיה הקפיטליסטית. השינוי הטכנולוגי - המהפכה התעשייתית השלישי - המהפכה הדיגיטלית, האינטרנט, יש תקשורת חדשה - סלולרית, לוונית. אין גבול לידע. כל הדברים האלה משנים את העולם, הטכנולוגיה, הפוליטיקה החדשה, התאגידים. העולה משתנה לחלוטין בין שנות ה-50 לשנות ה-90. מדינות שרוצות להישאר בעולם הישן סוגרות את עצמן בפני הקידמה. מה קורה בעולם הזה - ז'אן בודריאר Jean Baudrillard נביא הפוסט מודרניזם בשנות ה-70-80. הוא מסביר איך העיר, שהייתה המקום של המהפכה התעשייתית, הפכה להיות מקום לא של מפעלים, אלא מי שעושה את הפעולה זה לא מפעל, אלא סימן. הוא אומר שהמפעל כמודל של חברות לא נעלם אלא הופך להיות מודל של סימן, הסימן הוא מותגים, לוגואים, ואנחנו קונים ומחליפים כסף דרך הלוגואים ולא המוצרים עצמם. הסימן יותר חזק מהמוצר עצמו.

תרבות הצריכה

I shop therefore i am

אנדי וורהול אומר שהקניונים הם המקדש החדש.

יש לזה סיבה ברורה- פעם היה טלפון אחד של חברה אחת. בסופר - היה לחם לבן ושחור וזהו. זה מה שהיה בשנות ה-60-70. לאט לאט נוצר מגוון מטורף של מותגים לאותו מוצר. המון סוגים של טלפונים, יוגורטים, לחמים וכולי. אנחנו נדהמים לראות את הסופרמרקט המערבי, אין לנו ידע מה ההבדל בין המותגים השונים, אין אף אחד שידע מה זה ביו והאם זה טוב לך.



## ערכים מודרניסטים

- ערך החלפה (Exchange Value) - ערכו של מוצר בשוק (לעומת מוצרים אחרים).

- ערך השימוש (Use Value) - ערכו של מוצר על-פי ההשקעה בייצור שלו.

ההבדל שגורם לנו לרכוש מוצר אחד על פני אחר הוא העיצוב, לכן מדברים על כוח הסימן מול כוח המוצר.

איך אנחנו קובעים מחיר של מוצר בשוק?

פעם זה היה לפי כמה הושקע בייצור שלו.

אבל הערכים הפוסט מודרניים אומרים משהו אחר - יש לנו ערך פונקציונלי, יש ערך החלפה, והדבר הכי חשוב - ערך

סימן. מה הסימן הזה אומר לנו ואיך זה ממצב את האובייקט לעומת אובייקטים אחרים.

## ערכים פוסט-מודרניים

- 'ערך פונקציונאלי' (Functional Value) שהוא ייעודו השימושי (עט תפקידה לכתוב),
- 'ערך החלפה' (Exchange Value) שהוא ערכו הכלכלי (עט שווה שלשה עפרונות)
- 'ערך החלפה של סימן' (Sign Exchange Value) המסמל את הערך והמיצוב של האובייקט ביחס לאובייקטים אחרים ואת המעמד החברתי שהוא מעניק לעומת מוצרים אחרים (עט מסוימת מסמלת מעמד חברתי ביחס לעטים אחרים).

בעצם בעידן הפוסט מודרני אתה הולך וקונה סימנים מסוימים, כי יש כמויות אינסופיות של מוצרים. ערך סימן - הסיבה שאתה קונה עט מסוימת על פני עט אחרת. עט מסמנת מעמד מסוימים

עט - ערך פונקציונאלי (מסומן) = לכתוב



עט - ערך סימן (מסמן) = מסמלת מעמד אישי

לוגו

לוגו



בסופו של דבר הכל עומד לפי לוגואים, זה הסימן בסופו של דבר. כולנו פועלים וקונים בהשפעת מותגים.

בשלב הזה התקשורת החזותית הופכת ליותר חשובה מכל עיצוב אחר, כי הם אלה שיוצרים את הסימנים. היא זאת שיוצרת את הקפיטליזם, במובן הטוב והרע.

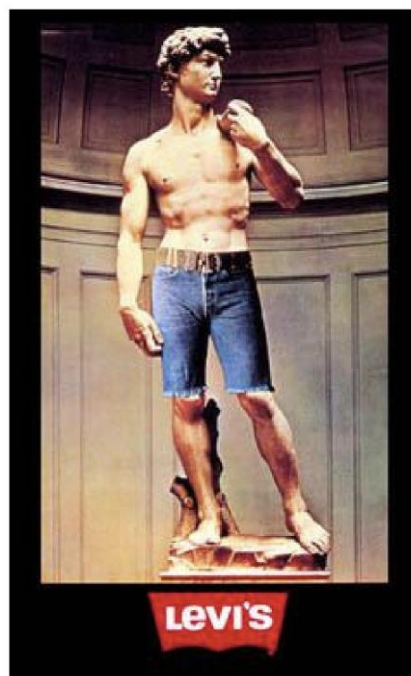
בשלב מסוים חברות הבינו שבמקום להשקיע בפיתוח מוצר, הם צריכים להשקיע בפיתוח סימן. איכות הסימן שלך היא זאת שתקבע את מידת ההצלחה. השקעות הפכו להיות במיתוג לא פחות מהמוצרים עצמם.



# חיבור בין לוגו למוצר

- נוסעים בג'יפ
- מדברים בפלאפון
- עושים זירוקס
- משתמשים בפריג'ידר

זה יוצר חיבורים - אלו חברות שעושות את הדברים האלה עד הסוף.  
בודריאר אומר לנו שבעידן הפוסט מודרני הסימן והמוצר מיטשטשים. אתה הולך וקונה סימנים ולא מוצרים.  
יש מותגים חזקים שבבורסה ניתן לתמחר אותם ולמכור אותם, הרבה יותר מהמוצרים:  
את הסימן בונים דרך עיצוב גרפי וגם דרך פרסום:



ליוויס אומרים פה שהם קלאסיים. והם מעבירים שהג'ינס שלהם הוא אומנות ומקומם במוזיאון.

לעומת דיזל, שמכניסים סימן אחר של יוצא דופן.



הם לא מנסים לשדר קלאסיקה. כל חברה מכניסה לעצמה ערך אחר, ושם נמצאת המשמעות של הסימן.

דוגמה:

חולצה לבנה, שהדבר היחיד שמייחד אותה הוא התנין של לקוסט. אז שני מעצבים התחילו לשחק עם הסימן הזה.





Campana Brothers

זה אומר עלינו שאנחנו צורכים סטטוס, מעמד חברתי, הוא נוצר דרך סימנים שנמצאים על המדף. בעזרת קניית הסימן אתה יוצר לעצמך זהות. אתה מנכס את הזהות של המותג/הסימן שאתה צורך. כשאתה קונה מוצרים, אתה קונה את הזהות שלך. ואיך אנחנו בוחרים את הזהות הזאת? לפי מה שהמעגל/ המילייה החברתי שלנו צורך, לפי השייכות שלך. עם זאת אתה רוצה להיות בעל זהות משלך אז אתה עושה התאמות ושינויים קלים.

הדבר הזה גרם לכך שגם המעצבים בתקופה הזאת הפכו לסימן בפני עצמם. לפני זה העבודות היו יותר חשובות מהמעצבים כי הם עסקו בלקוח. המעצבים הפכו להיות סטארים. הראשון שעשה את זה היה פיליפ סטארק. הוא היה מעצב מוצר. הוא הראשון שעיצב את השירותים בצורה מעניין. הוא עשה את מלון הדסון, והמון מוצרים. דברים שזיהו אותו בתור הסטודיו של סטארק.

## פיליפ סטארק



Juicy Salif 1990-1991, lemon squeezer



אחד המעצבים האחרים היה מארק ניוסון marc newson

# Marc Newson



Jaime hayon

Marcel wonders - עשה מזה בדיחה

Jasper Morrison – The Crate

לקח את הפוסט מודרניזם לקצה. ביקשו ממנו לעשות שידה ליד המיטה. והוא החליט שהדבר הכי נוח זה ארגז יין מהסופר. זה עולה במקור 2 דולר, אבל הגרסה שלו עלתה 250 דולר, ובכל זאת אנשים קנו את זה.



זה הופיע בשבוע העיצוב במילאנו. אנשים קנו את זה בגלל השם של המעצב.

גם מעצבים גרפיים הפכו חשובים בתחילת שנות ה-2000.  
נוויל ברודי (חשוב!) למשל.

עוד מעצב חשוב הוא דייוויד קרסון. היה ארט דיירקטור של מגזין. עשה כתבה על בריאן פיירי וכתב אותה בסימנים. זה גרם לכולם לזכור את הכתבה. זה מראה שמה שחשוב זה לא התוכן אלא הסימן.  
עוד אדם שמיתג את עצמו מאוד טוב הוא Stefan Sagmeister, וגם יש את Jonathan Barnbrook.  
הרבה מעצבים שהפכו לסטארים.  
עוד אחת היא ishioka eiko. היא הראשונה שעשתה נונסנס עם פמיניזם. דרך זה היא מיתגה בתי כלבו, והפכה לאחת מהטופ.

קמפיינים של סימן:

וודקה אבסולוט  
התחילה ב1878 בשוודיה.  
100 שנה אחרי זה הם התחילו להוציא את עצמם מחוץ לשוודיה, ואז היה צורך למתג את עצמם מחדש.  
זה מאוד מסובך למתג וודקה. אין מומחים לוודקה. הרוסים נחשבים יותר טובים משוודים. אבל תוך 4 שנים הם השתלטו על 50 מהוודקה המיובאת, בזכות המיתוג.  
במזרח אירופה זה לא עבד, כי אהבו את הוודקה הרוסית.  
איך הם עשו את זה? התחילו בבחירת שם בחברה אמריקאית:

## בחירת השם

- The Country of Swedish Vodka,
- The Blonde Swede,
- Damm Swede Vodka,
- Royal Court Vodka,
- Swedish Black Vodka,
- Absolute Pure Vodka

ואז הם החליטו לעשות שם עם שגיאת כתיב מכוונת, כדי ליצור ייחוד.  
הם החליטו לייצר עיצוב בקבוק נקי ופשוט. כדי לבחור מיתוג הם החליטו ללכת לברים במקומות ה"קוליים" של ארה"ב.  
עלה רעיון לתת לאנדי וורהול לצייר את הבקבוק. שהסתבר כרעיון מאוד מוצלח. הקשר הזה בין אמנות לעיצוב יצר משהו חזק מאוד. הם הפכו את עצמם לאמנות, הם לקחו את האמנים הכי גדולים לצייר להם פוסטרים.  
אחרי שאנשים התחילו לשתות את הוודקה בגלל הקשר שלה לאמנות, הם התחילו ללכת גם למעצבי אופנה.  
הם יצרו את הקשר וודקה=אופנה.  
ואז הם התחילו לעשות מזה קונספט של טיולים. של מוזיקה וכו'.  
בנטון

חברת בגדים מצפון איטליה, מילאנו, שתוך כמה שנים בגלל מיתוג נכון - הגיעה לרמה שמכירים אותה בכל העולם.  
בנטון עשו בגדים הכי פשוטים, קלאסיקה איטלקית, בכל הצבעים. הם עבדו על קונספט של צבע.  
לכן בפרסום הם הלכו גם על קונספט של צבע - אבל על צבע עור.  
הם עשו דברים מאוד פרובוקטיביים ופוליטיים. עלתה התנגדות גדולה לכך בארה"ב. זה עשה המון רעש. ואז הם התחילו להראות פוליטיקה של זהויות וצבעים.  
הם עשו צילומי ריאליטי, צילומים פוליטיים של בתי קברות בתקופת מלחמת המפרץ, לוחמי גרילה וכו'.  
ואז בשנת 2000 הם עשו מעשה שחרף את דין המותג -

הם הלכו וראיינו אסירים נידונים למוות והציגו פורטרטים שלהם עם שורת טקסט. מדובר באנשים שעשו מעשים מזוויעים, והצגתם בתור קורבן גרמה למוות של המותג. הם נאלצו לסגור 400 סניפים בארה"ב בבת אחת. מאז הם חזרו לנושאים פחות שנויים במחלוקת, אבל הם כבר ירדו מגדולתם והיה מאוחר מדי.

לסיכום - הדימוי והמיתוג בפוסט מודרניזם יותר חשובים מהמוצר עצמו. לכן אנחנו רואים את החשיבות העצומה של התקשורת החזותית בתקופה הזאת - ואיך היא יוצרת זהות של מוצר וזהות של אדם.

## חשיבות בניית הדימוי בעידן הפוסט-מודרני

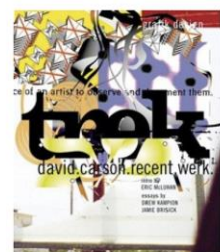
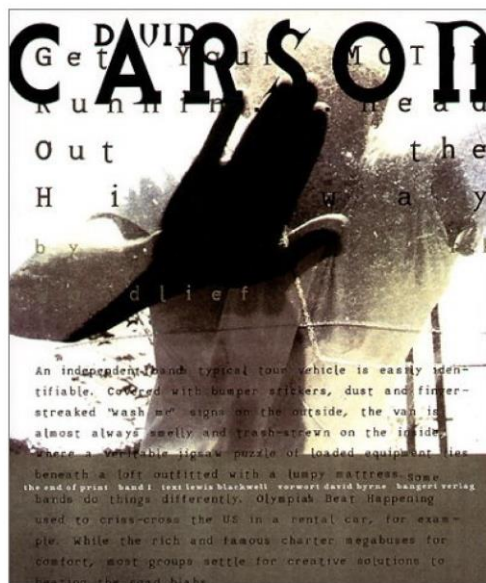
- איך ממתגים מוצר ללא קשר לאיכויות שלו ולערך השימוש.
- איך מבדלים וודקה או בגדים ממוצר דומה.
- חשיבות העצומה של העיצוב הגראפי (יותר חשובה ממוצר).
- כיצד תקשורת חזותית יוצרת מותג שיוצר זהות של האדם הפוסט-מודרני.

מעיצוב גרפי לתקש"ח שיעור 12 - 26.1.20

### שנות ה-90 ושנות ה-2000

שנות ה-90 - חוסר תקשורתיות, אנטי תקשורתיות, אנטי דיזיין. אחד הסטיילים הוא גראנג' דיזיין, דיזיין שהוא הכל עם טעויות.

David carson יוצר טעויות על המסך, שכבות על שכבות. הוא היה הכי מפורסם בדבר הזה.

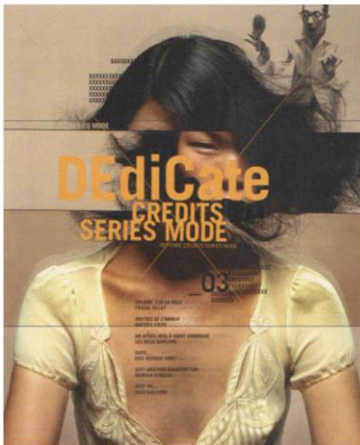


David Carson

זאת הייתה עטיפה לדיסק של סטודיו טומאטו, להקת unerworld. כל המילים למטה מחוברות ואי אפשר לקרוא אותן. זה היה סגנון הגראנג', הסגנון המחוספס.



Tomato ,*Dubnobasswithmyheadman* by Underworld, 1993. Album cover .



Benjamin Savignac ,*DEdiCate* ,Paris, 2003 .

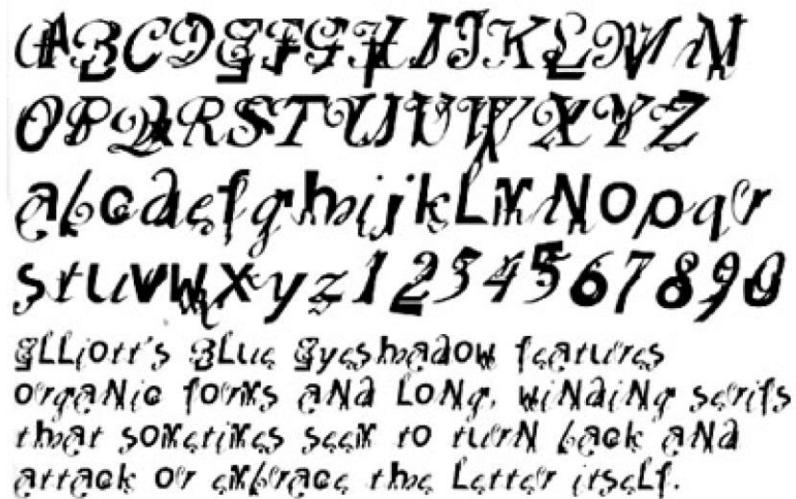
עוד אדם שהיה חזק בזה היה בפיז, benjamin savignac, מאוד שונה  
מהבאואוס המסודר.





Art Chantry , Urban Outfitters ,  
 .1994Brochure, norvheatset  
 newsprint .

Elliott Earls - עיצב פונט שמתח את גבולות הקריאות לקצה. באותם שנים זה קרה הרבה.

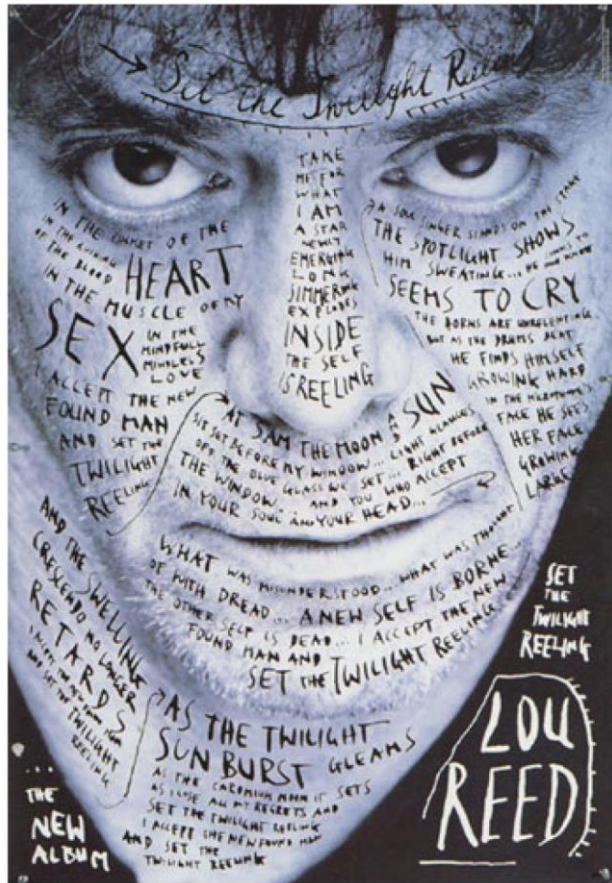


Elliott Earls, Elliott's Blue Eyeshadow Typeface, 2000

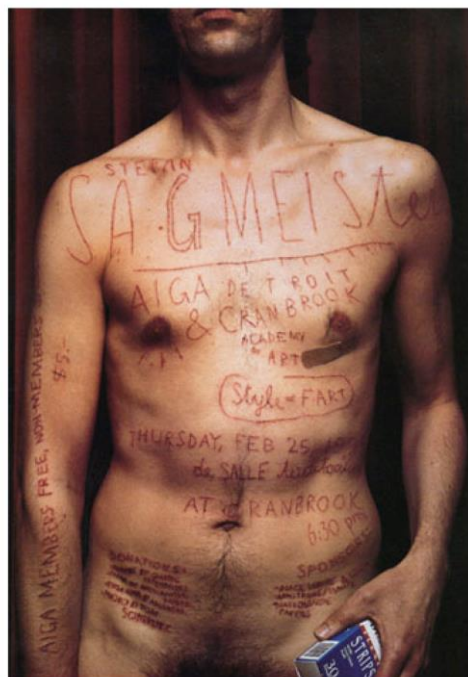
זה היה סגנון הגראנג' בפוסט מודרניזם.

Stefan Sagmeister

נראה גם את סטפן סגמייסטר, מעצב מאוד נחשב היום.



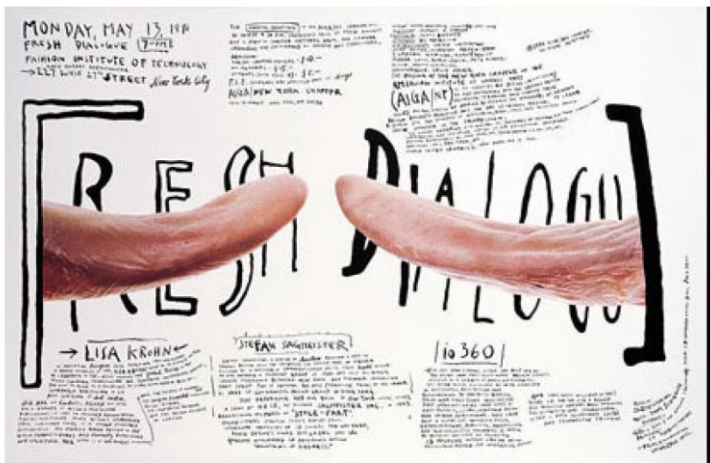
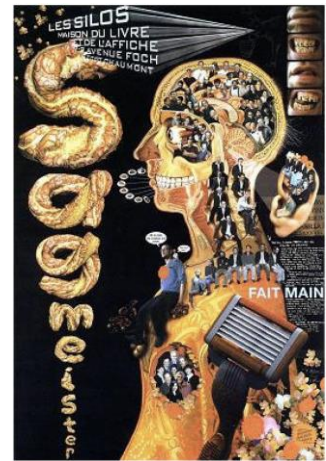
עשה גם את הפוסטר הזה שראינו בתחילת הסמסטר - הוא התבקש להרצות לקרנבוק אקדמי, אז הוא חרט על עצמו את הפוסטר וצילם.



Stefan Sagmeister, AIGA Detroit, 1999 Poster.

עיצוב גרפי זה כבר לא רק סטיילינג, הוא פורץ ומנסה להראות שזה משהו אחר. האסתטיקה מגיעה מקרקועין ותרבות רחוב.

סגמייסטר עושה הרבה פוסטרים, הוא אוהב לעשות פונטים מכל מיני חומרים. לאפות אותם, או להכין אותם מג'לי.





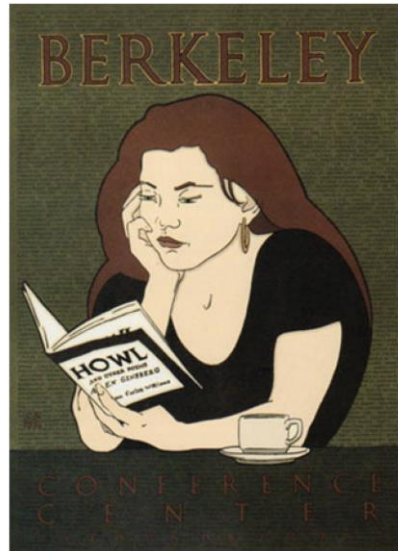
לאחרונה הוא יצר שלט ענק מבוננות במוזיאון, שהולך ומשתנה ככל שהבוננות מבשילות ונרקבות.



סרט the happy film.  
טיבור קלמן לקח את זה למקום פוליטי, ואילו סגמייסטר לוקח את זה למקום של מחקר.

#### ניכוס והיסטוריציזם

הניכוס הוא לקחת דברים חזרה לסגנונות גרפיים שראינו.  
כאן לוקחים את זה לזר פלקט הגרמני



David Lance Goines ,  
Berkeley . 1993 ,  
Poster

פה זה לארט דקו וארט נובו



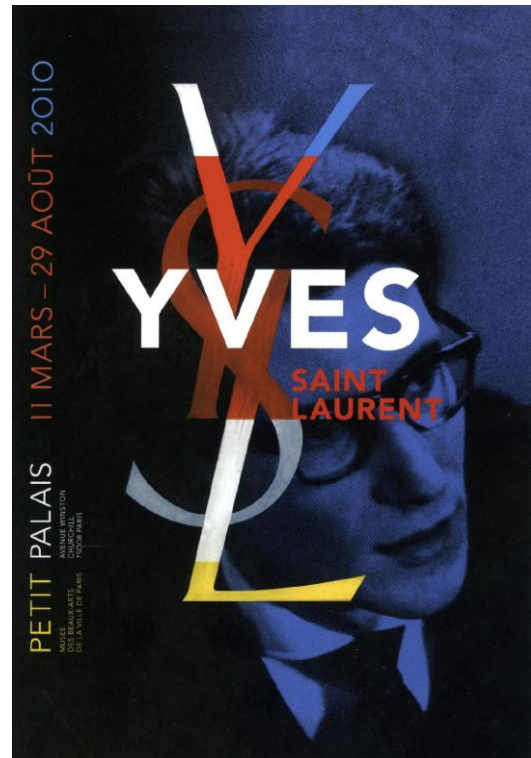
David Lance Goines. Posters.

זה נכנס גם לפרסומות.



בפוסט מודרניזם יש המון ציטוטים, דבר שגם הגיע לבתי משפט.

Philippe Apeloig התבקש לעשות פוסטר לאיב סן לורן, הוא לקח לוגו, פנים וצבעוניות, שנוצרו כבר בעבר, ויצר מזה דבר חדש. הוא עשה מחקר.



עוד דבר של פיליפ אפלויג - ציטט מדה סטיל:

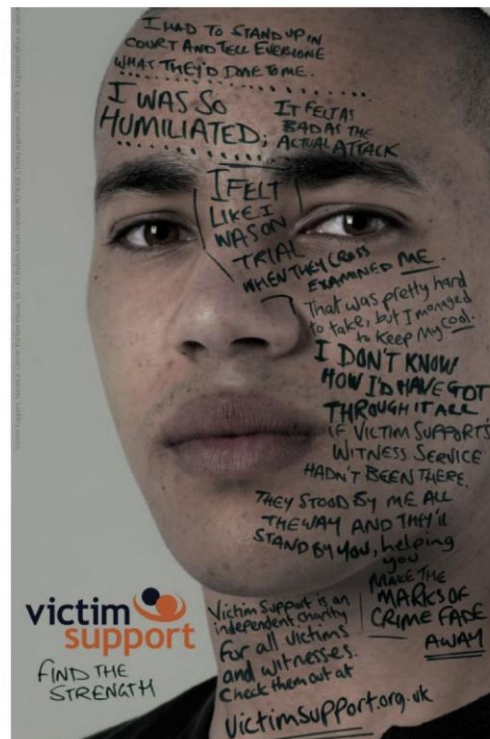
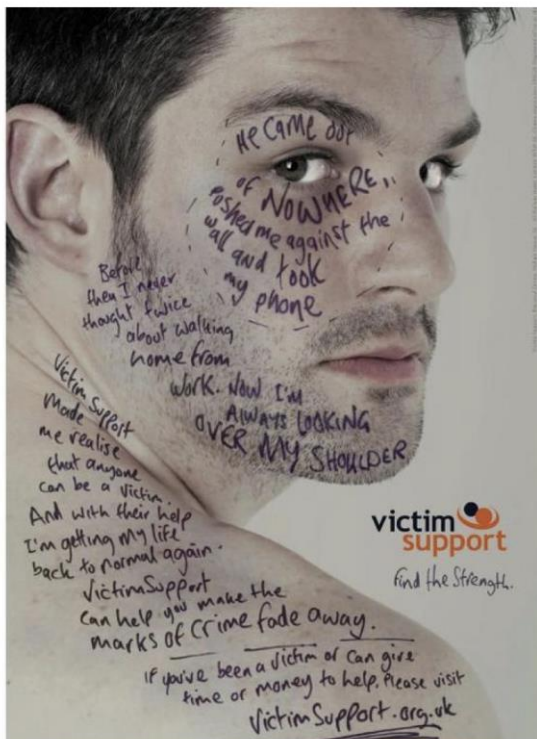
הזמנה לקונצרט - מצטט את אפריל גרמן משנות ה-80

# Philippe Apeloig



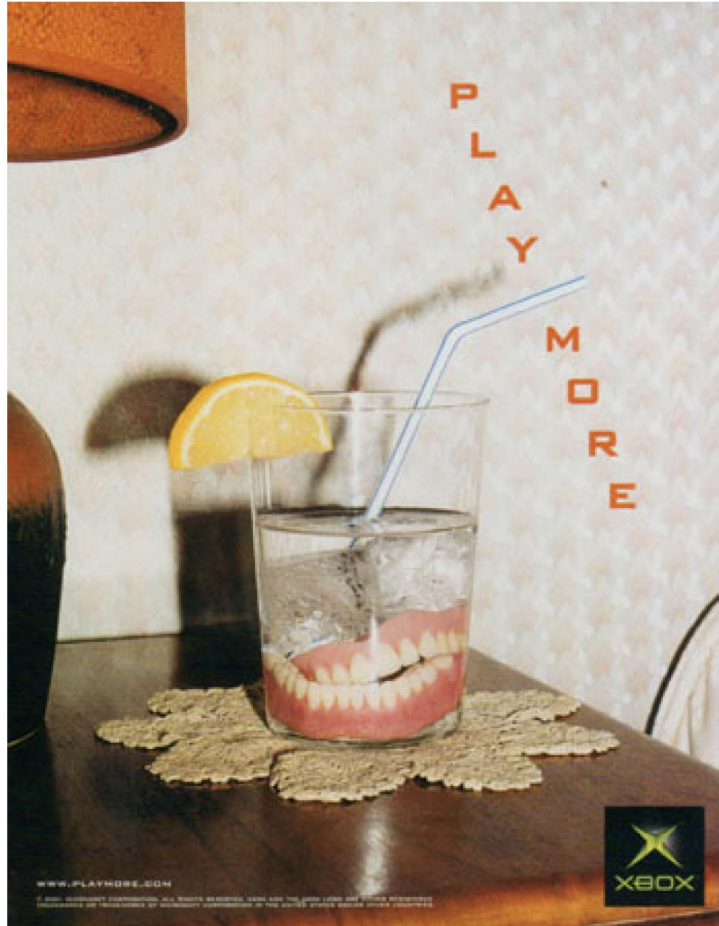
April Greiman, *The Modern Poster*, Exhibition at the Museum of Modern Art, New York. 1988 . Poster.

יש ציטטים מההיסטוריה של האמנות.  
ציטוט של סגמייסטר:



## אירוויה

עוד סגנון.  
שיניים תותבות בכוס סודה



Fuel ,Play More 2000 ,

נכנס הומור לעיצוב.

מודעות שמפעילות את הצופה

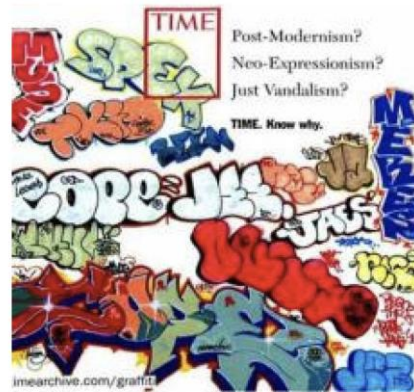




# לחבר את הקווים



## לקחת מהרחוב ולהטמיע



הסגנון הזה מגיע למיינסטרים דרך MTV



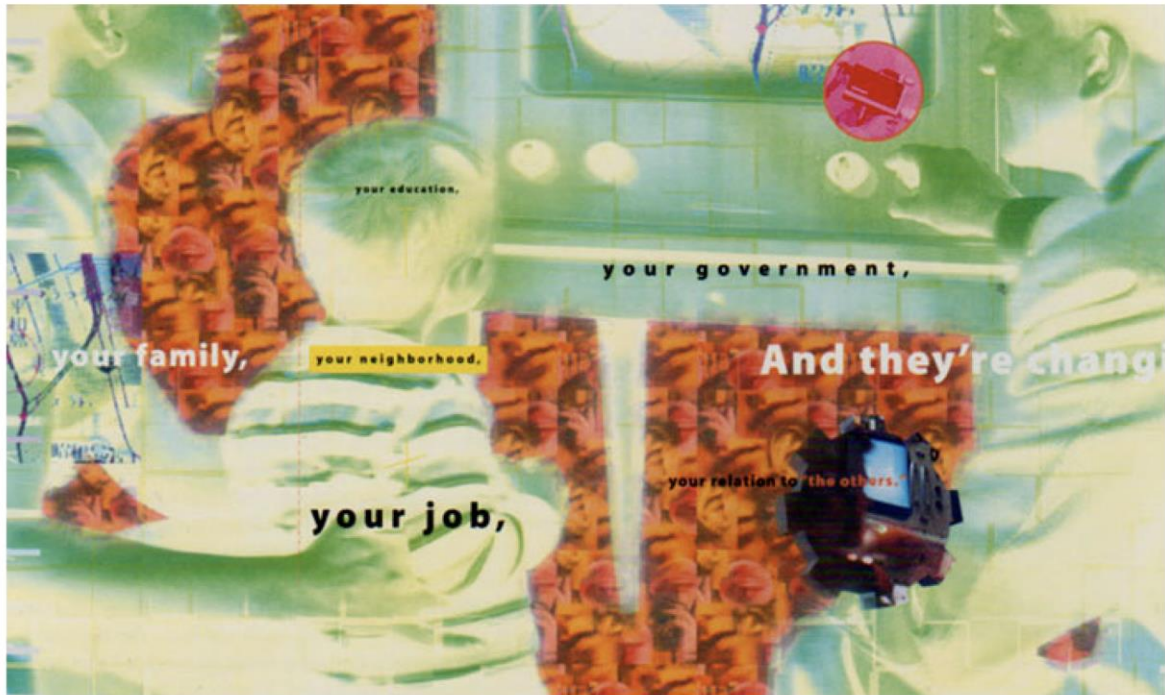


אפילו ההזמנה לטקס הפרסים שלהם הייתה בקומיקס. הם לקחו גרפיטי, קומיקס, ויצרו משהו מסחרי מתרבות רחוב.

ככה זה נכנס למיינסטרים.

### הגרפיקה הדיגיטלית

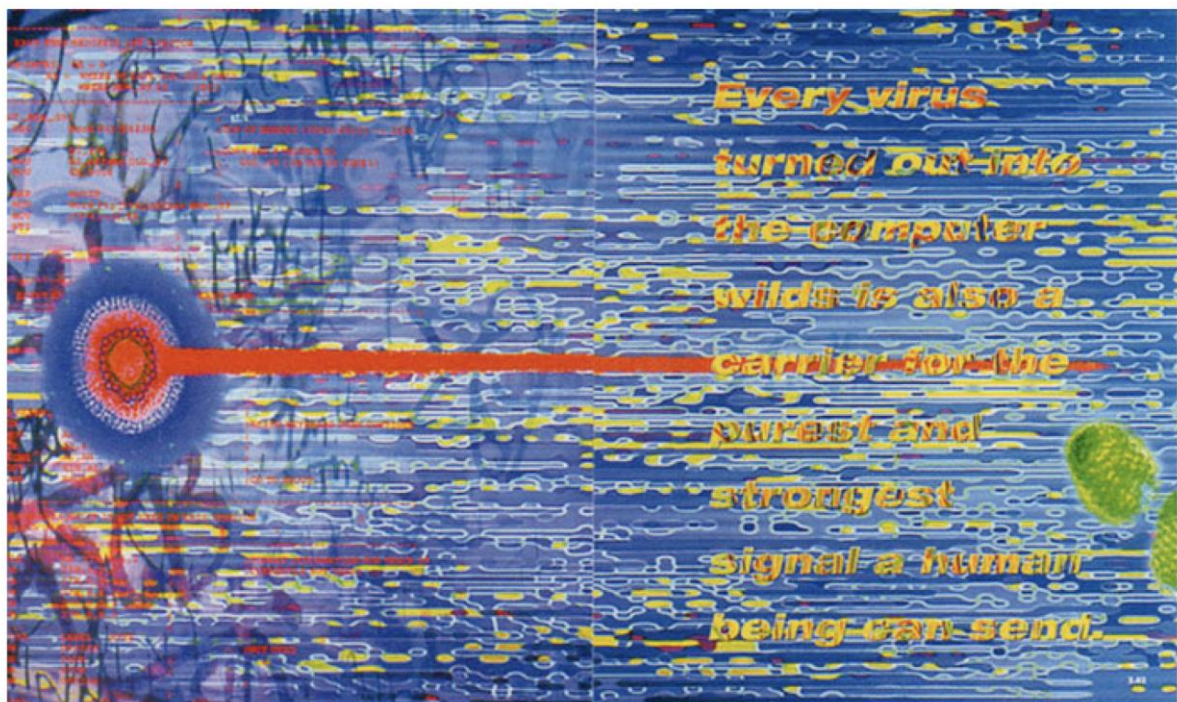
הדבר הכי גדול הוא הגרפיקה הדיגיטלית הפרינט יורד ובמקומו עולה הגרפיקה הדיגיטלית. הדברים האלה מתחילים בשנות ה-90, ב-wired magazine. זו ההתחלה של עיצוב בשכבות. בפוסטר נאמר שהטכנולוגיה תשנה הכל - את המשפחה, את העבודה את הממשלה.



John Plunkett , *Wired* ,No. 1.01, 1993. Magazine collage. Courtesy Wired Magazine .

יש אלגוריתמים ששולטים בחיים שלנו שהם מפלים. יש המון גזענות שעולה דרך הטכנולוגיה. מקצועות העיצוב השתנו.

עוד פתיחה של wired magazine



Johan Vipper , *Wired* , No .1995 ,3.02 .

מראה וירוס של מחשב.

נוצרו גם פונטים חדשים. פונטים שמתאימים למשחקי מחשב של פעם.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
r5tuuvwxz

Dirk Uhlenbrock, Electrance Typeface, 2002 .

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?!#&()@  
"Taser also invoked the recent past, in this case  
the bit-mapped fonts of Zuzana Licko from the  
mid-1980s"

Tim Marcus, Taser Typeface, 1999. Courtesy Carlos Segura .

### Web design - beginning

הדבר שמתחיל בשנות ה-2000 זה web האינטרנט נוצר בתקופה שלא היה סגנון אחד, אז כל אחד יצר בסגנון משלו. הדבר הראשון שחברות עשו זה להעלות את הטפסים שלהם כמו שלהם לאינטרנט. אבל לאט לאט נוצרו אתרים יותר קריאטיביים ואינטראקטיביים.

לאט זה התכנס למקום מאוד מינימליסטי, של fuel היו הראשונה שהובילו.



Fuel, Website, 2004 .

ב2006 מתרחשת מהפכת הweb 2.0  
יצא מאמר שטען שהאינטרנט צריך להיות יותר אקטיבי, יותר עם מושן ווידאו וכו. הweb נהיה פלטפורמה למשתמשים.

#### Million dollar homepage

עוד לפני שהייתה תעשיית פרסום באינטרנט - בשלב מסוים סטודנט אנגלי אחד יצר עמוד בית עם מיליון פיקסלים, אתה יכול לקנות פיקסל בדולר, ולהציג שם מה שתרצה. אתה יכול ללחוץ על הלינק ולהגיע משם לאתרים אחרים.

ואז התחיל הviral advertising  
\*פרסומת של מכונת קוקה קולה באוניברסיטה\*

## Coca-Cola – Viral Advertising

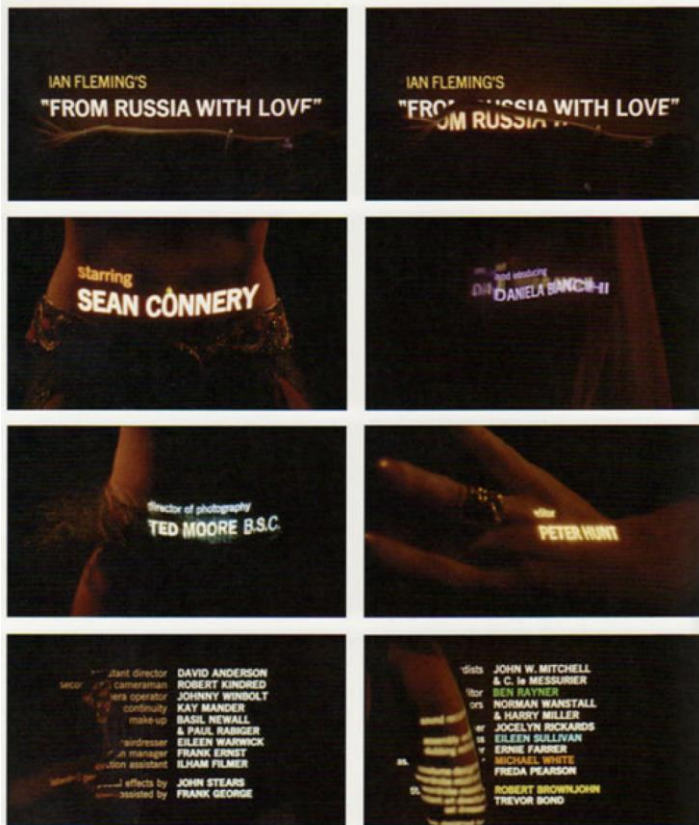
• פרסום ויראלי ראשון של קוקה-קולה 2010

- [http://www.youtube.com/watch?v=lqT\\_dPApj9U](http://www.youtube.com/watch?v=lqT_dPApj9U)

עולם הפרסום משתנה - ביטוב אתה צריך להיות שונה מבדרך כלל. זה צריך להיראות קצת חובבני כדי להתאים.

## Motion graphics

פתיחה של אחד מסרטי ג'יימס בונד - מושן גרפיק מאוד ישן וסקסיסטי:



Robert Brownjohn (director) & Trevor Bond (animator), Film title sequence for *From Russia with Love*. 1963 ,

## טיפוגרפיה עכשווית

מתאפיינת באקלקטיות ושילוב של דברים שונים.

Fit font זה משהו מאוד עכשווי. ניתן להתאים אותו לממדים הרצויים.  
Gilbert font - עם צבעים מובנים, של דגל הגאווה, שכל הזמן משתנים. הצבעוניות בו היא חשובה.  
Wind font - גם מאוד עכשווי, זז ומשתנה כל הזמן.

מקומי וגלובלי

עבודות פוליטיות עכשוויות:

אמן שעושה מנדלות שעשויות מסמלים של דומינוס ופיצה

Dove campaign - real beauty

Ikea hackers

25 שאלות, באלו levels, מעצבים מפורסמים. יש 2 שאלות שהן לזהות פוסטר - לזהות את הסגנון.  
זך פלקט, אר נובו, אר דקו וכו  
מה מאפיין כל תקופה. צריך לזכור רק מעצבים גרפיים.