

**א י ו ן** : העלמות, ביטול, שלילת היש, מחיקה.  
בעיצוב: מצב מתמיד של חילוף, התרוקנות, אופנה,  
היצף, תאוצה ופיזור.

**5.12.1997 - 31.10.1997**

עידו ברונו

דב גנשרוא

עמי דרך

ורד זיקובסקי

ספי חפץ

עזרי טרזי

זיויה

עמי שטייניץ

תחום העיצוב מצוי בנתיב מתנגש של שיכלול, ריבוי ופיחות. ככל שמתעצמים התפוצה, הפרסום, השכפול והשינוע של מוצרים גובר קצב הצריכה, ההיצף, התחלופה, והפליטה של חפצים. תפיסת המקום וההקשר החברתי של העיצוב ושל המעצבלת משתנים בהתאם להתחדשות ולשינוי תפקודי המוצר. טכנולוגיה מתקדמת, מחשבים ותקשורת משנים את הגדרות החומר של החפץ המעוצב ומשלבים אותו במערכות מורכבות התלויות זו בזו.

המוצר נע גלובלית בין צורות, חומרים, מקומות, תרבויות, חברות וצרכים הקובעים את המצב היחסי בו נתון תחום העיצוב ומשנים את הגדרותיו. היעוד, השימוש והתפקוד המנווטים את העיצוב מתרחבים אל תחומי כלכלה, שיווק, פסיכולוגיה, אופנה, מיחזור, אקולוגיה, ארגונומיה, תרבות, תקשורת, אמנות וחברה. עיצוב המוצר פועל בד בבד במצב של זילות וכיסוד משוכלל בעל משמעות ייעודית ותרבותית. עמדת התווך בה נתון העיצוב מערבת אותו בשאלות של מסחר ושיווק, מכתובה שיח בין תחומי, פיתוח ידע ועבודת צוות.

התפתחות הכלכלה והתקשורת העולמית קובעים עבור העיצוב מסד נתונים גלובלי, רב חברתי, בין תחומי, עשיר בחומרים ומשעתק. התנאים הרב לאומיים החדשים לפיהם פועל התחום משפיעים על אופן הרישום והקליטה של תחושות זמן, מקום, חומר, וזהות. הפיזור התחומי, החומרי והגלובלי של פעולת העיצוב מעמיקים את רמת המידע, הזיהוי והכישורים היצירתיים אותם מפעיל המעצב. עבודת צוות, מעבר בין תחומים, השתלבות והתמצאות בקטעי תהליכים משרטטים את המצב המחברי בו שורר העיצוב. העיצוב משתכלל על מנת להיות מסוגל להתפרק לחלקים וכדי לנוע תנועה מפוצלת ברשת מורכבת ומשתנה של צרכים. הניגוד שבפעולה בו זמנית של שיכלול לצד פירוק ופיזור קובע את המיקום היחסי של המעצבת ואת ארעיות פעולת היצירה.

במשך שנה של מפגשים עיוניים ושל פעילות מעשית נבדקו נתוני מסד קיימים ומתהווים של תחום העיצוב. התנאים החדשים בהם מתרחש עיצוב המוצר מובילים לניסוח אחר של פעולת העיצוב. התפתחות העיצוב ומורכבותו מגבשים תחושה חדשה אודות המקום היחסי של המעצבת ומטילים ספק באוטונומיה של מעשה העיצוב. היחסיות המתרחבת של התחום מביאה לבחינה של תחושות זהות מקצועיות ושל גישות עבודה. מצבים של היצף, זילות, האחדה תרבותית, שיווק, קריאות, התיישנות, היצע, צפיפות, קנה מידה, שיפוט, שאטנז', שיעתוק, אופנה, חברה, קהילה, מהות ומעטפת, מופיעים בזירת הפעולה של מוצרים. ככל שגוברים הגמישות והפיזור של החפץ חומק ונעלם ההגיון המוליך את היווצרותו. באמצעות שיח קבוצתי והצבה משותפת המערבת עבודת צוות נבחנת התמונה הנמוכה והגבוהה, המשמעותית והמגוחכת, החלומית והמעשית, החומרית והאשלייתית של עולם החפצים.