

# concept

מגזין עיצוב גלובס

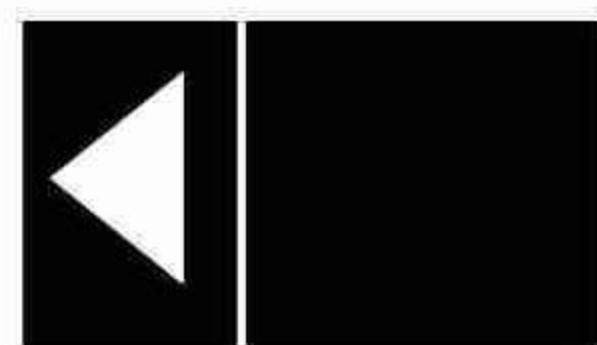


## טראנדים

לשנה טובה ומעוטרת,  
שה עצמית, בעקבות הנינים,  
משמעות עיצוביים מקוריים

N° 46

ספטמבר 2014



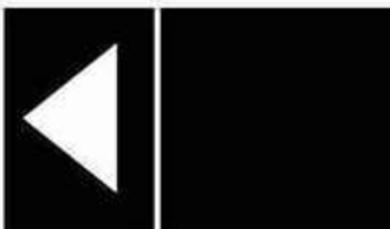
### **אורנה ברקת, מעצבת פנים תדמיתית, IMAGEPOINT**

ודירקטוריית במויזיאון העיצוב בחולון מוסיפה: "מי מאיתנו אינו שואף להיות שמח ומאושר יותר? העיצוב שסבירנו מייצר תחושות ואנרגיות המייצרים אווירה לפעים אופטימית ושמחה ולפעמים אווירה עצובה או קרה. בעיצוב משרדים המגמה היום היא להכניס צבעוניות שמחה, ואני תמיד מעדיפה חללים שמחים ואופטימיים על חללים קרים. הצבע שנבחר השנה על ידי חברת פאנטום הינו TANGERINE TANGO שהוא סוג של כתום אדום. וצבע העשור הוא צהוב. כמעצבת אני תמיד ממליצה ללקוחותי להשתמש

בצבעים ותמונה שעושים להם טוב. במשרדי החברה ברעננה, בחרתי לצלות צילום של דוגמנית מחייכת, שצולם על ידי תלמיד בוגר מגמת צילום של בית ספר חושין שkolot נערים שנשרו ממסגרות, (מצאתי אותו בתערוכה שנערכה שיתוף עם מסעדת ליליות המפעילה גם היא נוער בסיכון, בבית אסיה בתל-אביב). השימוש בצבעים של כתום, צהוב, ורוד, סגול המשולבים ביחד ומואזינים עם קטץ יroke, מייצר עניין בעניינים אבל לא מתוק מדי, מעין חגיגה. העיצוב משתלב במוגג שבו בחרתי בצבע הורוד-סגול השמח ושרור שנמצא בשילוט של שם החברה. במשרדי YAHOO, נבחרו מספר צבעים, כשהruk הוא טבעי, בעזרה כסאות צבעוניים ושונים כתיבול לחלל הנטרלי רק צריך לאזן את הצבעונות ולא להציגם. דוגמאות מצוינות נוספת היא משרדי SEA ומשרדי KBP WEST שעוצבו על ידי JANSON וכן המטבח הצבעוני שעוצב על ידי המעצב השבדי Lo Bjurulf."

אופיס גולדן ליין





בכבעים ותמונהות שעושים להם טוב. במשרדי החברה ברעננה, בחرتה לתלות צילום של דוגמנית מוחיקת, שצולם על ידי תלמיד בוגר מגמת צילום של בית ספר חיש'ין שגולט נערים שנשרו מסרגאות, (מצאתי אותו בתערוכה שנערכה שיתוף עם מסעדת ליליות המפעילה גם היא נוער בסיכון, בית אסיה בתל-אביב). השימוש בכבעים של כתום, צהוב, ורוד, סגול המשולבים ביחד ומואזנים עם קצת יוק, מייצר עניין בעניינים אבל לא מותק מדי, מעין חגיגת העיצוב משתלב במותג שבחרתי בצעב הורוד-סגול השמאח ושורר שמנצא בשילוט של שם החברה. במשרדי YAHOO, נבחרו מספר צבעים, כשהරקע הוא טבעי, בעזרתו צבעוניים ושוניים כטיפול להלן הנטרלי רק צריך לאזן את הצבעוניות ולא להגשים. דוגמאות מצינוות נופשות היא מושדי SEA ומשרדי KBP WEST שעוצבו על ידי JANSON וכן המטבח הצבעוני שעוצב על ידי המעצב השבדי Lo Bjurulf.

#### **חשיבות התאורה לאופטימיות:**

גם חשיבות התאורה במשרדים ובבית היא מכנית, והיא אויל הראשונה במעלה בהשפעותיה על המצב המנטאלי שלו. מחקרים הוכיחו כי התאורה והאור משפיעים על הצד הקוגניטיבי, על התת מודע, מצב הרוח, ההשראה ועל הרמוניית שבאים. לדברי שייקה אברהמי, מבעלי מותג התאורה 'יאיר דורס', תפקיד התאורה במשרדים הוא לסייע לעובדים: הכי חשוב לדבורי הוא להאיר את שולחן העבודה ולקחת בחשבון את זווית התאורה כדי לא לסנוור. חשוב לדבורי לא לפחות גם להאיר את כל החלל כדי למנוע עייפות אשר משליכה על מצב מודכוון. צבעים בהירים כמו לבן וצהוב הם אופוריריים ועליזים וביכולתם להשנות עלינו תחושה אופטימית מבליל שנותכוון. צבע לבן משדר טוהר, יוקרה, הרמונייה וניקיון. מסמל דיקוק ורכיזו".

**כבעים של אושר:** אנשים נוטים להKirf את עצם בכבעים אמר לירן מעודד- מבעלן 'מעודד צבעים' – מתחם הצבע בראשו לעציוון. "אני מאמין כי אנחנו לא ממש שמים לב לדברים הללו, אבל בהירות הצבעים לדבריו יש שימוש הרבה והיא מאפשרת הבנה ביחס למצבו המנטאלי וגם למצבו הגופני של האדם. לטענה זאת מctrurf גם מעצב הרהיטים מעצב הרהיטים קובי חיון, מקניון העץ-שבלל באומרו: "צבע בהרבה מובנים דומה מאוד למזיקה. לשניים יש קצב והרמונייה ובשניות משמשים להציג ולהציג אווירה ותחושות. בעולם הטבע של בעלי החיים, הציפורים והצמחים, לצבע יש תמיד מטרת



באופן רצוני למאפיינים משמכים בסביבה, וכך להתבונן בעולמים במקפפים ורודים, הראל גבע, מנכ"ל משותף בראשת ZAGA פינות אוכל טען שכך, ומסביר: "בחירה נכונה של פריטי העיצוב והצבעים חשובה לא רק במטבח אלא גם בחדר האוכל, כמו גם היחסים בין הצבעים השונים והכਮויות. צבע פינת האוכל יכול להיות בהיר וΝΥΝ אך יש להוסיף נגיעות נוספות ומטבקות, למשל וילון בהיר ואופטימי, שטיח עם עיטורים עליזים, וטפסים צבעוניים אשר ימשכו את העין ויתרמו למראה הכללי ולתחושת האופטימיות שמקריין החלל. עד הרגע הנוכחי גבע שלא מדובר רק בחירה שתטיב עmeno פיזית, אלא בכו שיש לה השפעה רגשית עמוקה. "ברמה הרגשית, בחירה בכבעים טביים של פינות אוכל ייטבו עיננו, ויאפשרו לנו להיות גוציאים, ניווחים וסובלילים יותר, בעוד שצבעים אחרים יגרמו לנו לתחושת אי נוחות, תזוזיות וחוסר שקט פנימי".

**יעdon גרסי, בעל חנות צילק במרכזי One design center** "כל ילד חולם על חדר מיוחד, חדר שישקף את תחומי העניין שלו ואת אישיותו, ולכן הדגש ב- Cilek הוא על עיצובם מגוונים, מפתיעים וחדשיים על מנת לתת מענה מדויק לדרישות העיצוב הייחודיים של כל ילד וילדה. בעיצוב מיתות המכונית של צילק הושקעה מחשבה רבה על מנת להפוך והיות בסיסי כמו מיטה- לאלמנטים עיצוביים מריהיב שראה כמו מכונית מושך אמיתי. לעיתים עיצובי מריהיב שראה כמו מותגים, וכשהאתה חולם בלילה על מכונית מושך משמש לך בובוק ולבנות שאתה שוכב בתוך אותה".

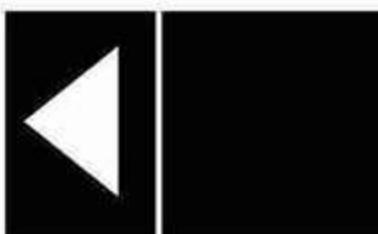
#### **תכנון סביבת העבודה:**

סביבת עבודה מוזחת, אפוראה וקדרותת עלולה להעלות את הסיכון לדיכאון, אך לפחות קובע מחקר חדש שתוצאותיו פורסמו ב- Occupational and Environmental Medicine – מעצבת פנים המתמחה בתכנון ריהוט משרדי ומוסדי. טוענת כי גם ריהוט משרדי טוב הוא המפתח להצלחה, וליצירת אופטימיות ו寧נירות בעבודה " לעיצוב המשרד השפעה לא מבוטלת על תפוקתו ואף על הצלחתו". מניסיונני המקצועני אני יודעת כי היעד הוא להגיעה למכלול הדברים שהשלים יהיה מעוצב ומעניין ויסיע בתשושה של התורמות הנפש. למעשה כל תורת העיצוב הינה רצף של נסחאות מודקדקות שמטוינות, לשדרוג את חיי האדם במורחב הביתי והעסקי שלו ואני רוצה איך מיד לאחר מיקום הנכון נסחאות האושר: דברים שנתקעו משתחררים ומאירועות חייבות מתחילה לחתורחש".

**אוונה ברקט, מעצבת פנים תדמיתית, IMAGEPOINT** והוא ריקטורית במוזיאון העיצוב בחולון מוסיפה: "מי מאמין איננו שואף להיות שmach ומאושר יותר? העיצוב שסבירנו מייצר תחושות ואנרגיות המייצרים אוורה להעמים אופטימיות ושמחה ולפעמים אוורה עצובה או קרה. בעיצוב משרדים המגמה היום היא להכניס צבעוניות שמחה, ואני תמיד מעדיפה חללים שמחים ואופטימיים על חללים קרים. הצבע שנבחר השנה על ידי חברת פאנטונג הינו הוא צהוב. כמעצבת אני תמיד ממליצה ללקוחותי להשתמש

אופיס גולדן ליין





סכו עוז

הבחירה ישנה גם הוא את אופיו".

קטיה שוו, האישה העומדת מążורי בחירות הגוונים בכל השתקת קולקציית לקרים של ענקית הצעירוניות האמריקאית, ONLY מודעת לעובדה כי בהתאם לבחירות שלה, מילוני נשים חולכות שבין אחרי הגוונים האופנתיים המרכזיים כל קולקציה ומאמינה כי גם לבחירת גוון הילך השפעה על התנוחה הכלכלית. "חברה שלנו יש ראייה עולמית נרחבת. הקולקציה שלנו מזכרת בשמנונים ומשמש מדיניות ברוחבי העולם הפזרות על פני שיבשות וחשב לנו מאי לאפשר צבעי לך רבים ככל האפשר על מנת שיתאימו נשים נעשית בהתאם לתחזיות האופנה העולמית.

קולקציה חדשה נעשית בהתאם לתחזיות האופנה העולמית. אנו בוחרים את הגוונים בהתאם לפטוטה היבטים, וכחלק מהתחליך אנו מותחנים לסוגי הבדים ולטקסטורה שלהם. בחירת הגוונים הטופיים שלנו נעשית, לא כאמור, בשיטות מעצביות ואפלו מעצבים פנים. אני אישת סבורה כי בדומה לפטריא אופנה ואקססורי, גם הילך תפיס את מקומו כבעל חשיבות במלתחנה הנשית היום-יום ובחירת הגוון אינה עניין של מה בך ויש לה השפעה ישירה על מצב הרוח שלך ולהפוך. הגוון הנבחר יהיה בהתאם ל'מוד' בו אנו נמצאות ואף בעל קשר הדוק להכנות אופאי אישיות. כאשר אנו שמחות ובמצב רוח מרומים, קרוב לוודאי שנבחר בגוונים חמימים תוססים וקצבים ולעומת זאת גוונים קרמים יתאימו יותר להרגשת איפוק, ריחוק וסולידיות רגועה. אז רגע לפני שאtan בחרות את גוון הילך שלנו נסו להבין שיש מאחוריה הבחירה עולם של רגשות ותחושים. צבע הילך הפופולרי ביותר הוא האדום, גוון נשי המסלל דברים שונים בשחונה מוצעת בדרגות כחות ובתת-גוון שונה. כשהוא עז ובהוק הוא מרמז על אהבה סוערת, כשהוא בוגן כהה יותר, מסמל תאווה ותשואה ואילו גוונו הקרים כוון אדום ארוגן כהה ונטימ למסמל מצב רוח דрамטי.

**הרייט וו, בעלת מותג הילך הניאו יוקי "קולור קלאב"** מושיפה נשים הנוטות למראה הצבע ההורוד מוחבות לעולם הילדות האופטי. "עלומת ההורוד הילדיות, נשים בוגרות יותר יבחרו את הגוון הסגול, צבע המשדר אלגנטיות. נשים המתחרתות לצבע הסגול על כל גוינו הן דמיות אהובות ונאהבות. הן כורות תשומת לב וצמאות לסייע אופבה. אם בחרת להתחרה בגוון כחול-רואיל המזוהה עם הצבעים הקרים, יש סיכוי טוב שאתה מרגישה דכדוך קל וצרוך לתפוס מרחק מהטוביים אותך. לעומת זאת אם בחרת בגווני התכלת המזוהים עם תקווה ואופטימיות, את יומך מלאות תחושות של שלווה ורוגע. הצחוב והכתום נחשים לגוונים חמימים, המתאימים לימיים קופצניים ועליזים. נשים הנוטות להתחבר לגוונים הללו הם בעלות חזות היצירה, אמנויות או כאלה העוסקות בעבודת כפים ומלאת יד. גווני הכתום מתחרבים לשפוע בדומה לגוני הזהב. והם מסמלים בעיקר חיונות ונעורים. בחירה לצבע השחרור מעדיה על צבע בוגר ואלגנטי. הוא בטוח ונוכח ומשדר נכבדות בלתי מתאפשרת! כתע, אחרי שגם את הפנמת את התויה יכולה עלייך פשוט ללחטיט באיזה מצב רוח את ובהתאם לכך לבחור את הגוון התואם לך".



קארה דייזין

-למשוך, לדוחות, להסתות, לתקשר, להזיר, או להבטיח היסודות וגם בעולם העיצוב והאסתטיקה לצבע יש מטרה- למשוך, לכלוך ולמגנטו אותו הקוניים".

מעודד מסכים עם עמיתו ומוסיף כי לצבע המוציאים יש תפקיד חשוב והוא צריך לעורר בנו את הרגשות הרצויים. "ידעו שככל צבע

מעורר לנו משהו. לצבעים חמימים כגון אדום יש השפעה ממורצת ומרגעה".

חוון מצידו הוסיף וטען כי בובאים לקנות מוצר, סביר כי אופן לא מודע תבהיר דוקא בזכעים המתאים להרגשה

שהמושץ אמרור לעורר בקרבכם". ואילו פינוי טעונה כי בנסוף לצבע גם לצורת המושץ יש השפעה פסיקולוגית רבה. "כל צורה מעוררת

בונתנוחה, ולפיכך אנו בוחרים את הצורה של המושץ בהתאם

לאופי השימוש בו, אך גם בהתאם למקום ולמצב בו אתם אמורים להשתמש בו". ובנוסר ציינה כי על רקע דברים אלה התפתח בשנים האחרונות טרנד עיצוב כלים מעוררי רגשות, לדוגמא כוסות שתיה

מעוררי דמיות ילדים מחיכים, מותבות ביצים בצורתי לבבות,

ושל גיאגדמים סונגוניים שמרתם להעיצים אופטימיות.

**מרי בבלול, מעצבת הום סטיליג'ינג במרכז one design center**

ცבעונייה, מסודרת וחורמנית, הדבר משפייע באופן אוטומטי על השמחה הפנימית של. אני מאמין שבאמצעות שניי, שלאו דווקא

חייב להיות דרמטי, של צבע וגיגיות שכך של צבעים במבנה צבעוניות ניכר לחוויה בה. חשוב לזכור ששימוש

דרסטיים, או נקייד על צבעוניות עדינה יותר בשאר החלל.

כמו כן, צריך להתאים את הצבעים לאופי האדם. לא הייתי

ممיליצה על שימוש בצבע נועז לאדם היפראקטיבי בלבד. בנסוף, אפשר לצבע ולהאריך את החלל במחיר נמוך יחסית, באמצעות הפריטים המותחלפים בבית כמו כריש, שננתנים שמחה מיידית

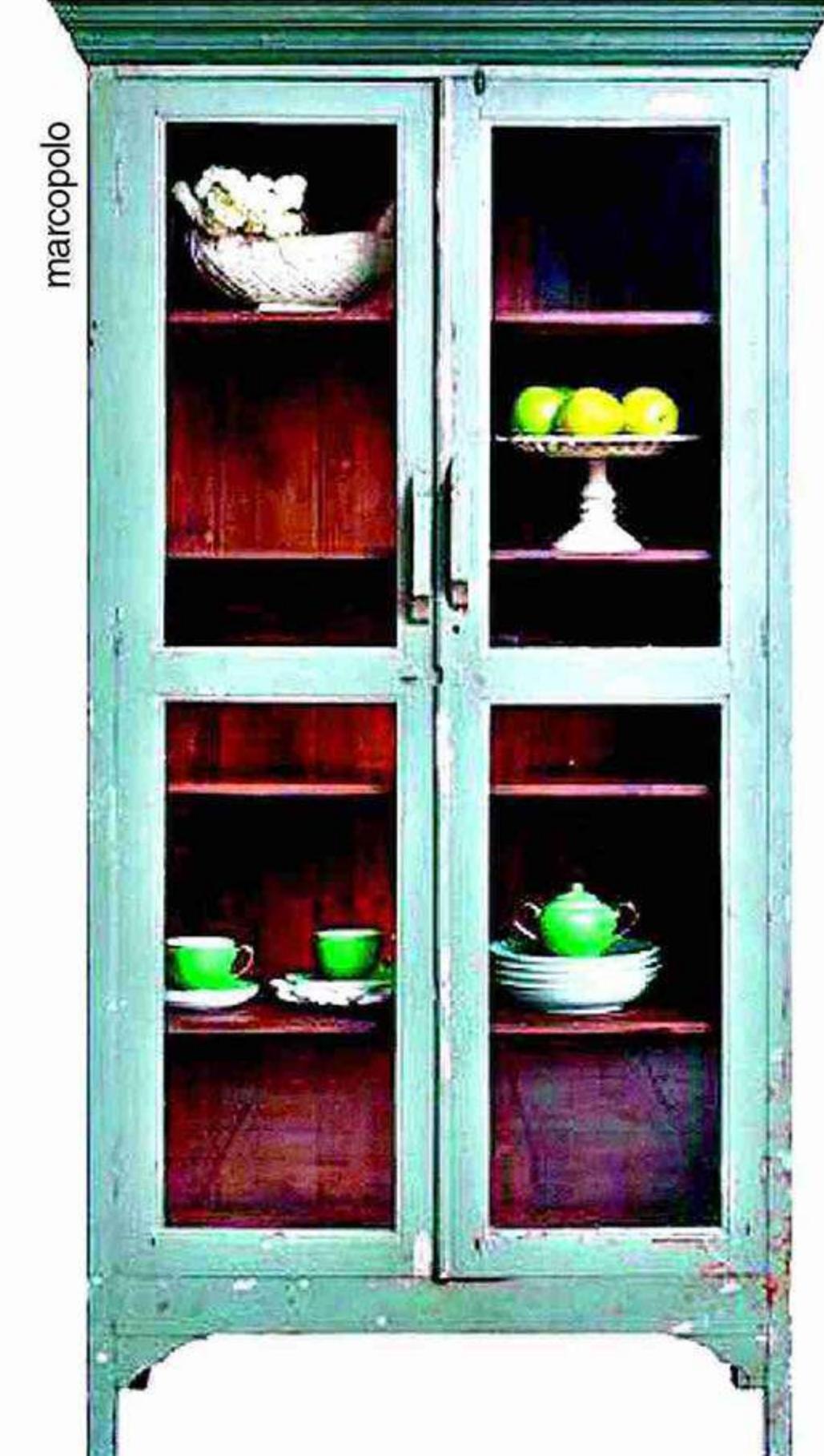
וניתנים להחלפה כשורצים בעלות נמוכה".

"הצבעים ידועים ממשפיעים על חוויה של התינוק, בגוונים מסורתיים כך, אנשי נוטים לבקש את חזרו של התינוק, בוגנים דיזיין בית

אלו של ורוד או תכלת", מסבירה גל ערי, מקאראה דיזיין בית

משוגעים לעיצוב. "אך צבעים אלה מסמלים דברים נוספים בחו

מהרכות התינוקת, "צבע כחול מייצג מסטורין והתעמקות.



marcopolo