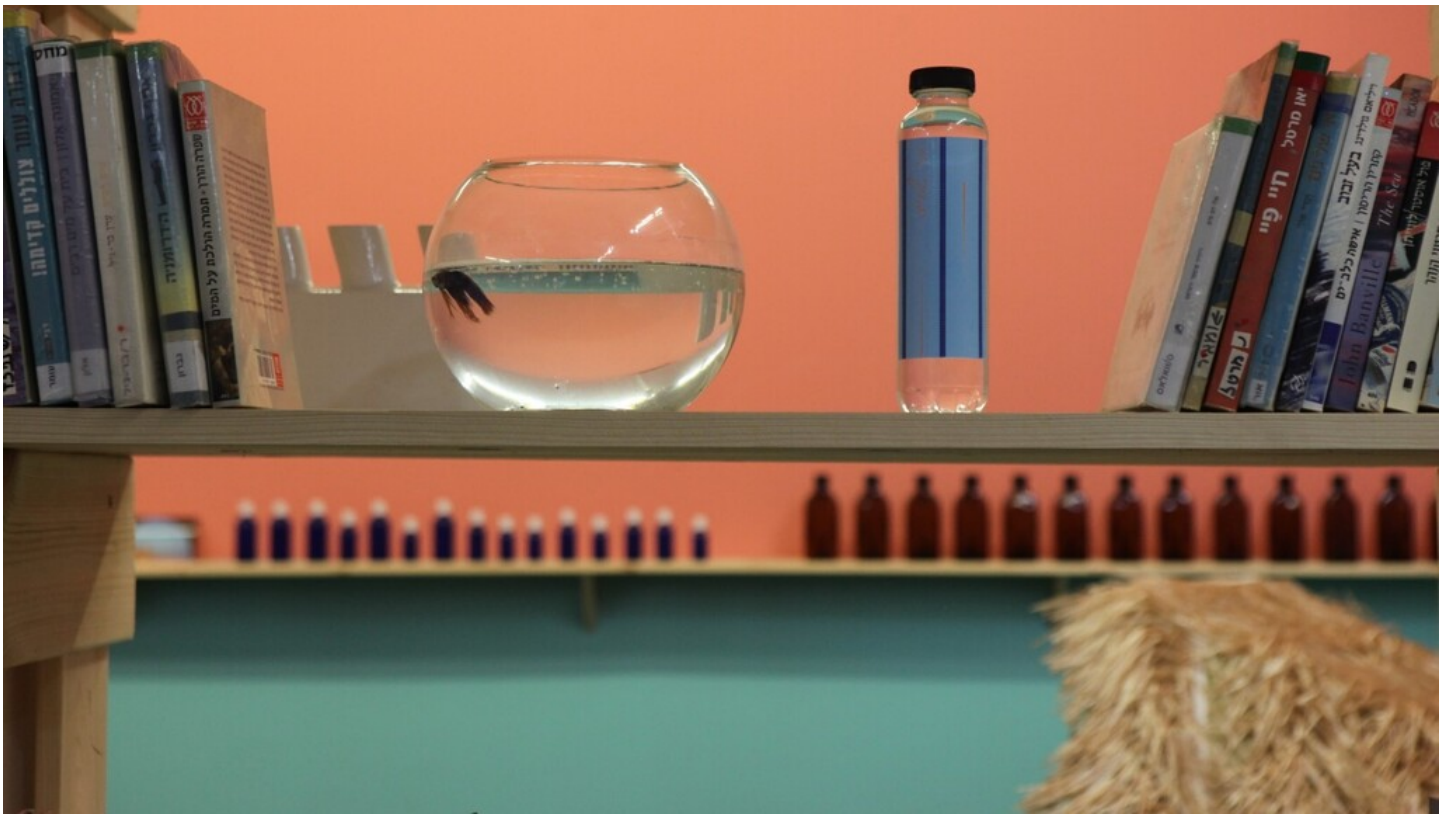
איך יוצרים מותג מרגשות? הפרויקט הקהילתי שהופך מים למוצר ייחודי

בני ובנות ים, שחיינים, צוללנים, ניצולי טביעה ואנשים שאיבדו את יקיריהם למים: קבוצות שונות שלוהקו בקפידה התכנסו כדי להפוך את הרגשות העמוקים שלהן כלפי המשאב הטבעי הבסיסי ביותר - מים - למותג מעוצב ויחיד במינו. זאת במסגרת פרויקט שמהלך על הקו הדק שבין אמנות, עיצוב ומפגש קהילתי

דר מוספיר פורסם: 13.10.21, 11:16

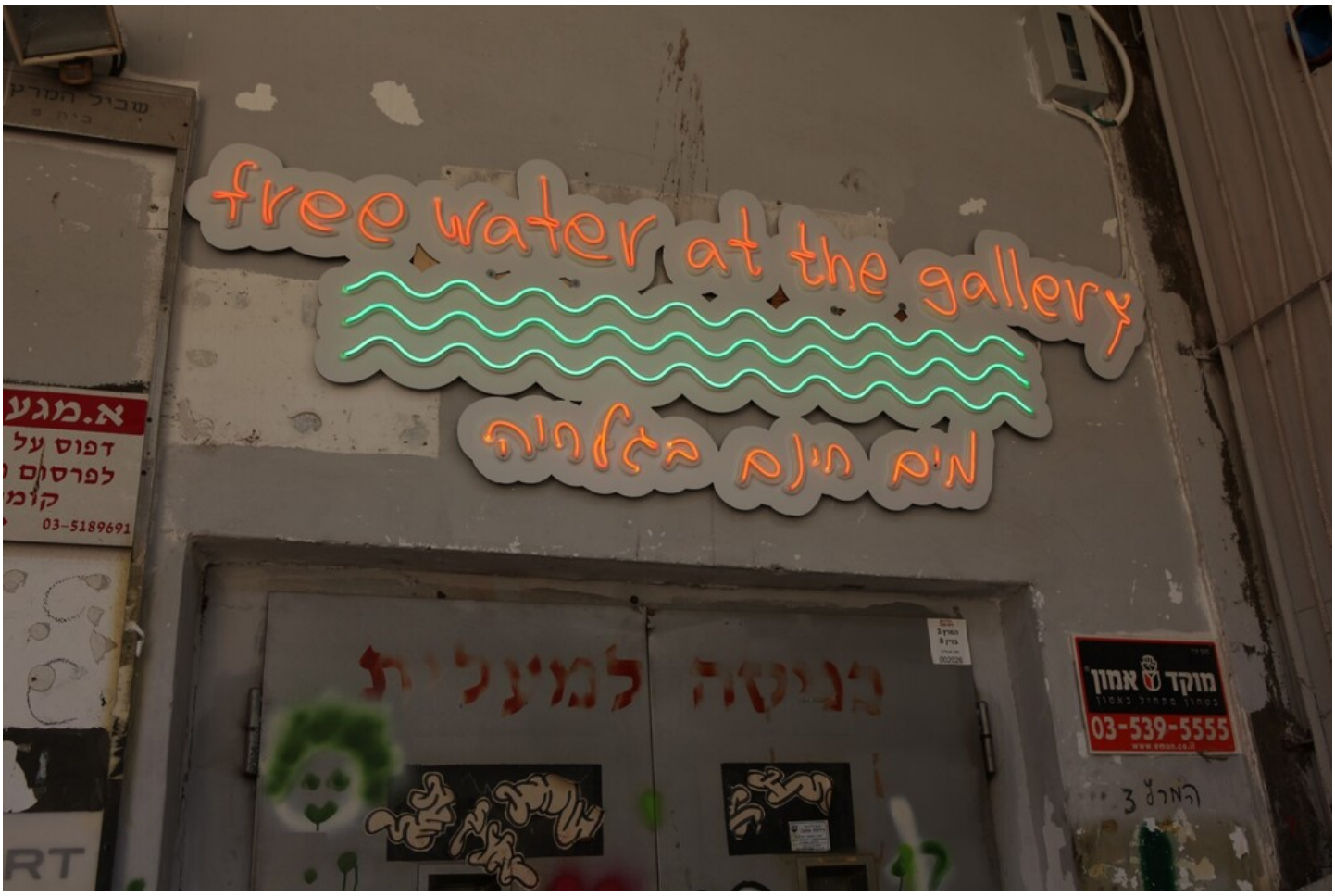
ברחוב שביל המרץ שבקריית המלאכה בתל אביב, שלט ניאון מואר ממוקם מעל למעלית ומבטיח לעוברים והשבים כוס מים בחינם. כמה קומות מעל, ההבטחה באה לידי מימוש: בכניסה לגלריה RawArt, ניצב לו בר נעים עם לוק של חופשה טרופית חסרת דאגות, מאויש בברמנית שמושיטה את "תפריט" בר המים, שהוא למעשה הסבר קצר על פרויקט העיצוב והמיתוג המסקרן שמתרחש בפנים – "מהם מים".



הכל על מים: חלל גלריית RawArt שבו דימויים מימיים (צילום: ניר סגל)

שם, בבר המים האקזוטי, אנחנו יושבים לשיחה עם שני היוצרים שמובילים את הפרויקט – האמנים ד"ר ניר סגל וטל אלפרשטיין. "מהם מים" הוא פרויקט רב-תחומי,

ששואל שאלות על זהות באמצעות עיצוב, אמנות ומיתוג. הפרויקט אמנם מתקיים בגלריה, אבל הוא לא בדיוק תערוכה – במרכזו עומדים מפגשים עם 22 קבוצות שונות שלכל אחת מהן קשר עמוק עם מים. חלק מהקבוצות מתות על מים; בני ובנות ים, שחייני מים פתוחים, חוקרים ימיים, צוללנים או חובבי יאכטות; ולחלקן מערכת יחסים מורכבת עם מים – אנשים שאיבדו את יקיריהם למים, אנשים שלא שותים מים, אנשים שעברו חוויות טביעה וכאלה שמנותקים מאספקת מים זורמים.



מים חינם: הכניסה לגלריה שבה מתנהלים מפגשי המיתוג (צילום: ניר סגל)

Promoted Links by Taboola

דגמי הספורט-כביש של הונדה ב-60 תשלומים ללא מקדמה
Honda Bikes
מידע נוסף

"הוא גרר אותי לביתן נטוש. צרחתי, השתוללתי. כשזה נגמר רצתי הביתה ונכנסתי לאמבטיה. לינור הקודמת נשארה בביתן"גדג'ט הכיס המצליח ביותר של 2021
פנאי פלוס
Key X 24

כל קבוצה מתבצרת בחלל הגלריה כארבע שעות, לפי לו"ז ופרוטוקול מסודר. יחד הם דנים בהקשר האישי והקבוצתי שלהם למים ולבסוף מעצבים וממתגים בקבוק מים שמשקף את זהות הקבוצה. הבקבוקים המעוצבים המוגמרים, במהדורה מוגבלת של 15 עותקים כל אחד, מוצגים לקהל המבקרים. ב"אירוע העגינה" שיתרחש ב-23 באוקטובר ויסמל את נעילת התערוכה, יוכלו המבקרים גם לרכוש את הבקבוקים כיצירת אמנות.

ניר סגל וטל אלפרשטיין: "לא מפחדים שיקראו לנו לא-אמנים" (צילום: יעל חובב)

את המפגשים של הקבוצות השונות מנחה שפרה קורנפלד זוכת העונה הראשונה של "האח הגדול" ובוגרת לימודי עיצוב תעשייתי בעצמה. לצדה, אמונה על העיצוב והדימויים, האדריכלית תמר לב-און שעוסקת בחיבור שבין עיצוב, אדריכלות ואמנות. רוב הקבוצות הורכבו מאנשים בודדים, ולא מקהילות קיימות, ועל הבחירה במשתתפים הופקדה, כמו בהפקה קולנועית, תחקירנית-מלהקת – גליה שפרינג בצר. על ההיבט המיתוגי בפרויקט אמון גם מייסד Brand Academy, המומחה למיתוג יריב עמית, שמכנה את הפרויקט "מיזם", ומביע התרגשות גדולה מהרעיון – מיתוג ישיר בו הלקוח הוא גם הקהל.

שולחן בצורת טיפה במרכז החלל. מאחור דימויי עובש על הקיר (צילום: ניר סגל)

באמת, מה הם מים?

"אנחנו לא מפחדים שיקראו לנו לא-אמנים", מצהיר סגל, יוזם הפרויקט ומקים קולקטיב העיצוב הזמני שמלווה את הקבוצות הנבחרות עד לתוצריהם המעוצבים. את יצירותיו הוא הציג לראשונה בגלריה שבה מתרחשים המפגשים לפני כחמש שנים. כבר אז הוא הסתקרן מהרעיון של התמקדות בנושא או במילה, ובחקירה שלו דרך היחס של אנשים שונים כלפיו.

שם הוא הכיר את שותפתו, אלפרשטיין, אמנית וקולנועית שמנסה להבין "מהם מים" יחד איתו. "זה התחיל בהזמנה של ניר", היא מספרת, "בכל העבודות שלו, ניר מזמין מישהו לשתף איתו פעולה. הוא הציע לי: 'בואי נחשוב מה הגלריה הזאת מאפשרת. לרוב היא משמשת כחלל לאמנות. האם אפשר לחשוב על איזשהו שימוש אחר בה?'.

מי שמגיע לתוך חלל כלשהו מאוד מגדיר אותו, או לפחות מכונן איתו איזו מערכת יחסים. כדי לחשוב על שימוש אחר, צריך קודם כל לסגור את הדלתות", היא מסבירה. "את סוגרת את השער, ואז שואלת איך בעקבות האנשים שמגיעים לכאן – משנים את המקום ואת המשמעות שלו".

מבאר הזהויות אל הבקבוק: להפוך רגש למותג (צילום: ניר סגל)

סגל ממשיך את דבריה: "ברגע שהוחלט על המהלך הכללי של לסגור את החלל ולהזמין אליו קבוצות, חשבנו על הקשר שבין מיתוג לזהות ולתגיות. ניסינו לחשוב על מיתוג כעל פעולה אמנותית, ולהבין אם אפשר לייצר חיבורים שהם לא בהכרח אורגניים, ליצור קבוצה שלא היתה קבוצה בהכרח לפני כן ולתת לה לבטא ולמתג את עצמה. התחלנו לחשוב מה בעצם ימותג, ושם הגיעו המים בפעם הראשונה".

מכאן, חמושים באינסוף דימויים תרבותיים ובאנשי המקצוע שמלווים את הקבוצות, הם החליטו לטשטש את הגבולות בין עיצוב, אמנות ומפגשים חברתיים-קהילתיים. כך, כל "מותג" מתבסס על רגשות יחודיים למים, וכל קבוצה "משחקת" בלהפוך חוויות אישיות ומורכבות למשהו סחיר, למוצר.

מימין לשמאל: ניר סגל, טל אלפרשטיין ושפרה קורנפלד במהלך דיון (צילום: גלריית RawArt)

ולמה דווקא מים? אלפרשטיין מסבירה שמדובר דווקא בראשוניות שלהם, בעובדה שהם משאב טבעי כל כך בסיסי. "מים מקושרים לערכים מנוגדים. מצד אחד הם מייצגים רוגע ושלווה, ומצד שני – מאבקים על משאבים ועל טריטוריה. מים הם מוצר שכולנו צריכים, ואמור להיות זמין לכולנו. ולצד זה יש להם אספקט של להיות מוצר מבוקבק, ממותג. המיתוג הוא כלי בשבילנו לעורר דיון בתוך הקבוצות שמתארחות".

"אמור להיות זמין לכולנו": המשאב הבסיסי ביותר מייצג ערכים מנוגדים (צילום: ניר סגל)

רגשות מימיים

מים מקושרים אמנם לערכים מנוגדים ובקרב המשתתפים נוגעים בנקודות שונות, אך אלפרשטיין מספרת שהדיונים דווקא התקיימו על מי מנוחות. "בכל הקבוצות שהיו עד עכשיו היו דיונים מאוד מעניינים, והאמת שגם הצלחות יפות. זה מפתיע, כי ניר ואני לקחנו בחשבון גם אפשרות של כישלון בלהסכים ולהגיע לתוצאה". היא מוסיפה שהם התחילו בקבוצות שאוהדות את המים, כדי לדייק ולהדק את העברת הסדנאות לפני שייגשו לאלה שמתקבצות סביב נושאים קשים רגשית.

שלווה וטראומה: הרגשות המורכבים כלפי מים (צילום: ניר סגל)

מה אתם יכולים לספר על החוויות מהמפגשים שהתקיימו?

סגל: "הקבוצה הראשונה שהגיעה מאוד אוהבת לחלוק את הסיפור שלה: בני ובנות הים. המלהקת הכינה אותנו אליה, היא אמרה שכמה שזה יכול להישמע קצת מגוחך, זה מלא בסיפורים ובאנשים מעניינים, שיש להם המון מה להגיד על המים ועל החוויה שלהם. הם סוג של פרפורמנס בעצמם, והם כל הזמן מתעסקים בזה, בנראות".

אלפרשטיין: "כחברה, אנחנו רגילים לא להעריך אנשים שלובשים על עצמם איזה דימוי מיתי. המילה 'מתחפשים' היא נורא לא מדויקת בעיני. הם דיברו במובנים של גילוי של זהות שמזכיר קצת גילוי מגדרי: לעשות שינוי גופני, טרנספורמציה, כדי להתחבר לזהות האמיתית שלך. וזה מגיע אצלם גם עם המון ידע אינטלקטואלי, ועם יכולות פיזיות גבוהות. אנחנו רגילים לקטלג ספורט בתחרויות, וכאן מדובר באנשים שגם שוחים בטכניקה מטורפת עם הרגליים המחוברות האלה, וגם יודעים לצלול חופשי בלי ציוד תוך כדי השחיה הזו".

מיתוג קבוצת בני ובנות הים: "המון ידע ויכולות פיזיות גבוהות" (צילום: גלריית RawArt)

סגל: "יותר מהכל, זה הכי מזכיר לי שחייה צורנית. הם דיברו גם על ריפוי: שתיים מתוך הקבוצה עברו שיקום אחרי תאונות דרכים, והן ממש מספרות שברגע שהדבר הזה נכנס לחיים שלהן, זה לא רק שיקום, זה הפך להיות תנאי ליכולת שלהן להתהלך בעולם. היה מרתק להבין את המקום שהדבר הזה ממלא בחיים שלהם. הם כולם לא מתביישים בזה או מרגישים מבוכה מזה. הם מגיעים גם לבריכות ציבוריות, לובשים את הסנפיר ונכנסים. ברור להם שמבוגרים לא מבינים מי זה המטורף הזה שנכנס, ופתאום כל הילדים של המבוגרים האלה רצים אחריהם. יש בזה משהו מאד מחזק עבורם – להיות מושא הערצה. הם אמרו שהם מרגישים כמו מיכל ינאי".

התוצרים מימין לשמאל: א.נשים שחיים על יאכטה, צוללים חופשיים, שחייניות ושחייני מים פתוחים, ובני ובנות ים (צילום: ניר סגל)

הקבוצה השנייה שהגיעה למפגש הייתה שחייני המים הפתוחים. "גם הם – מבלי להגדיר את עצמם ובאופן מאוד שונה – הם בני ובנות ים", מסבירה אלפרשטיין. "עם זאת, כשבני ובנות הים הגיעו הרגשת מאוד את הקהילה, את החיבור. כשהשחיינים הגיעו – מיד הורגשה התחרות, ההשוואה. למרות שבעצם שחיית מים פתוחים היא כאילו ספורט יחידני, אבל זה גם ספורט מאוד קבוצתי, כי לפי הפרוטוקול, אסור להם להיכנס לבד למים. הם גם דיברו על מקום מרגש כזה, שאתה פוגש מישהו ששוחה בקצב שלך, ואתה פשוט מסונכרן באיזה מקום הכי מדיטטיבי, פשוט עוד גוף מסונכרן, והם אמרו שזה פשוט הכי מרגש בעולם למצוא מישהו כזה".

הבקבוק שמיתגו קבוצת ניצולי הטביעה (צילום: תמר לב-און)

בקבוקים שעיצבו חברי וחברות קבוצה ששמותיהם קשורים במים (צילום: תמר לב-און)

"שוחה עד שהפטמות נוגעות באדמה"

בחלל הגלריה עצמו, שרוב קירותיו צבועים בגוונים אדומים של שקיעה, ניצבים, חוץ משולחן-הטיפה סביבו מתכנסים הדיונים, סדרות הבקבוקים שמוצעים לבחירה לקבוצות לצורך המיתוג. המשך שיטוט מגלה מדף עם ספרים שעוסקים במים – מספרות ילדים, דרך מובי דיק וכלה בספרי עיון, ופתקים עם מילים שבחרו משתתפי הקבוצות. הקושי אל מול המים מיוצג בעדינות באמצעות אחד הקירות, שעליו מודבק טפט שמציג התפשטות של עובש ורטיבות בהגדלה – כך שהיא נראית כמו עיצוב לגיטימי שלא מסגיר את מה שיצר אותו.

אינספור דימויים שקשורים במים: "הפרויקט מורכב בעיקר מלהקשיב לסיפורים של אנשים" (צילום: יעל חובב)

הבקבוקים שמותגו כבר מוצגים בחלל הגלריה. המעניינים ביותר היו אלה שמותגו סביב פעילות הקבוצה הממתגת, כמו כמו שחייני הים הפתוח, הצוללנים או החוקרים הימיים. שחייני הים הפתוח, למשל, עיצבו בקבוק נקי, מתוך מחשבה על קו-אופק פשוט ומופשט, מדיטטיבי. את הקו הם החליטו לעגל קצת לצורה גלית, שיחד עם השקיפות של הבקבוק, מייצרת את הסימן של אינסוף.

כאשר מרימים את הבקבוק, מסתתרת בתחתיתו הפתעה: פטמה עגולה. "הם גם הדביקו את הפטמה הזו למטה", מספרת אלפרשטיין. "היה להם משפט כזה: איך אתה יודע שהגעת לסוף? אתה שוחה את שהפטמות שלך יגיעו לאדמה. דרך זה הם גם סיפרו לנו שהמפגש הזה מצחיק כי הם לא רגילים להיפגש לבושים. אם הם פוגשים אחד את השני – זה אך ורק בים. המדבקה היא פרט ליודעי דבר".

שחייני הים הפתוח עיצבו בקבוק נקי, מתוך מחשבה על קו אופק מדיטטיבי (צילום: תמר לב-און)

בבקבוק שמיתגו החוקרים הימיים – מארכיאולוג ימי ועד חוקר שצולל בים המלח – מככבת טביעת אצבע, שהיא תוצאה של המגע של עורו של העובר במי השפיר בבטן האם – קשר קמאי ובסיסי למים, שמקפל בתוכו את התלות שלנו בהם, את המגע האנושי, את מימד הזמן ואת ההתבוננות בדבר עצום אל מול פרטים קטנים – שמאפיינת את עבודת החוקרים.

הבקבוק שמיתגו החוקרים הימיים: מייצג את התלות האנושית במים (צילום: תמר לב-און)

לכל קבוצה ניסחו אלפרשטיין וסגל טקסט על מים, שנמצא על גבי הבקבוק בכתב קטנטן. כדי לקרוא אותו תצטרכו ככל הנראה להשתמש בזכוכית מגדלת. "כל סדנה אתה מסיים כשאתה רוצה לעשות את מה שהאנשים שנמצאים שם עושים", מסכם ניר. "הכל נראה לך נורא כיף. וזה חלק ממה שקורה כשאתה עובר תהליך כזה, שמורכב בעיקר מלהקשיב לסיפורים של אנשים".

"מהם מים", גלריה RawArt, שביל המרץ 3, תל אביב. אירוע נעילה ומכירת הבקבוקים הממותגים: 23 באוקטובר 2021.

תגיות: מיתוג עיצוב