

צבע, חומר, פונקציה ומה שביניהם: איך להשתמש בתרבות חומרית ובתרבות חזותית להבנת מוצרים מעוצבים < מוצרים מעוצבים מקיפים אותנו בכל אשר נפנה, החל במכונת הקפה, עכור במכונית וכלה במחשב הנייד. מאמר זה מבקש להתרחק מדיסציפלינות "קלאסיות" שעסקו בתרבות חזותית או חומרית (היסטוריה, ארכאולוגיה או תולדות האמנות) ולהציע נקודת מבט סוציו-תרבותית כדי להבין את המוצרים החומריים סביבנו. לאחר הצגה של גישות תיאורטיות מרכזיות אשרטט כמה שיטות מתודולוגיות שיאפשרו לאמץ את זוויות המבט האנתרופולוגיות לצרכים יישומיים בשדה העשייה האמנותי, האדריכלי או העיצובי.

ד"ר יונתן ונטורה חוקר היבטים סוציו-תרבותיים בעיצוב תעשייתי במסגרת לימודי בתר-דוקטורט ב-Royal College of Art בלונדון. סיים דוקטורט בעיצוב תעשייתי ואנתרופולוגיה בתכנית משותפת לאוניברסיטה העברית (המחלקה לסוציולוגיה ואנתרופולוגיה) ול"בצלאל" (המחלקה לעיצוב תעשייתי). מלמד בחוג לאדריכלות ובתכנון לתואר שני בעיצוב אורבני ועיצוב תעשייתי ב"בצלאל"; במחלקה לעיצוב תעשייתי מכליל במכללה האקדמית "ההסה" ובאוניברסיטה הפתוחה. תחומי עיסוקיו כוללים תיאוריות בעיצוב תעשייתי, תיאוריות של מרחב, תרבות חומרית וחזותית ואנתרופולוגיה יישומית.

צבע, חומר, פונקציה ומה שביניהם: איך להשתמש בתרבות חומרית ובתרבות חזותית להבנת מוצרים מעוצבים

מבוא

One of the advantages of anthropology as a scholarly enterprise is that no one, including its practitioners, quite knows exactly what it is.¹

מובאה זו של קליפורד גירץ, מגדולי האנתרופולוגים של המאה העשרים, מציגה יותר מכול את יתרונותיה וחסרונותיה של הדיסציפלינה האנתרופולוגית אל מול דיסציפלינות אחרות. היא כללית דייה להכיל את מגוון הנושאים הסוציו-תרבותיים, אך כלליות זו גם מציבה אותה במצב של "הכול שהוא בעצם כלום", במובן זה שמהותה אינה ניתנת להגדרה במדויק. ואולם לדעתי, כלליות זו ואופייה הפלורליסטי והחובק-כול של האנתרופולוגיה מאפשרים לה היבטים מגוונים ורבגוניים בנוגע לתופעות סוציו-תרבותיות המרכיבות את חיי היום-יום של כולנו. במאמר זה ברצוני לתאר כיצד חשיבה ומתודולוגיה אנתרופולוגיות יכולות לאפשר למעצבים, אדריכלים ואמנים פרשנות רעננה וחדשנית בנוגע לתרבות חומרית וחזותית. גישה מורכבת זו תישען, בראש ובראשונה, על נקודת הממשק בין התרבות החומרית לתרבות החזותית, המהוות בסיס להבנת מוצרים מעוצבים שאנו משתמשים בהם יום-יום. אפתח בתיאור ההיבטים השונים של השילוב בין תרבות חומרית לתרבות חזותית; אמשיך בתיאור קצר של

Clifford Geertz, *Available Light*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1

2000, p. 89

ההיסטוריה של אנתרופולוגיה חומרית ואסיים בכמה הצעות מתודולוגיות שאפשר ליישם בכל שדה המתמקד בתרבות חומרית או חזותית.

בין תרבות חומרית לתרבות חזותית

הקשר בין האדם לחפץ שבבעלותו הוא סוגיה מורכבת ומגוונת. כיוון שכך, מבחינת המסגרת הרעיונית, מאמר זה מתבסס על שילוב גישות אנתרופולוגיות קלאסיות העוסקות באיסוף, במחקר ובהבנה של חפצים מחד גיסא, עם גישות סוציולוגיות העוסקות במוצרי צריכה, באפנה ובמשמעויות חברתיות של חפצים מאידך גיסא. ואולם מכיוון שהעולם המורכב שאנו חיים בו סובב במידה רבה סביב חפצים, עלינו לזכור כי אפשר להוסיף לדיכוטומיה זו כמה גישות הנובעות מבסיסים תיאורטיים של עולמות מחקר משיקים: עיצוב (תעשייתי וגרפי), ארכיטקטורה, תולדות האמנות, תקשורת ופרסום, תרבות חומרית ותרבות חזותית. מאמר זה יציג שלושה מבטים, שכל אחד מהם עוסק בממד אחר של מערכת היחסים המורכבת בין האדם לחפצים שתחת ידיו. מבט אחד מציג חפצים בהיבט סוציולוגי-אנתרופולוגי, מבט אחר עוסק בתרבות חזותית ומבט נוסף מציג כמה דגשים מתודולוגיים. ראייה משולבת של המבטים האלה תעניק נקודת מבט עשירה, המתאימה למציאות המורכבת של ימינו.

יש לזכור כי לעומת תחומים חזותיים מובהקים כדוגמת קולנוע, אמנות חזותית או עיצוב גרפי, הרי שבעיצוב תעשייתי ובמידה רבה באדריכלות, האובייקט הנחקר כולל היבטים חזותיים וחומרניים גם יחד (לצד היבטים כלכליים, פסיכולוגיים, חברתיים ועוד). מאמר זה, המושתת על החיבור בין התרבות החומרית לחזותית, מתבסס על כמה עקרונות מרכזיים:

1. תפיסה אינטר-דיסציפלינרית: תפיסה הכוללת הישענות על מספר רב של תחומים, החל בסוציולוגיה ואנתרופולוגיה, עבור בפילוסופיה וארכאולוגיה וכלה באמנות, פרסום, עיצוב וארכיטקטורה.
2. תפיסה ממוקדת חפצים: בניגוד לגישות קודמות בסוציולוגיה ובאנתרופולוגיה, במחקר זה החפצים הם העיקר ומוקד המחקר ואינם חלק ממערכת תרבותית רחבה ומרכזית, תוספת או סמן שלה.²
3. לחפצים יש סיפור ואף זהות: בהמשך למחקר החשוב של קופיטוף, שטען כי גם לחפצים

2 כפי שאראה בהמשך, החפץ החומרי היה ועודנו חלק עיקרי מעולמו של anthropos.

יש ביוגרפיה,³ יש לשים לב כי בחינה מעמיקה של החפץ תחשוף בפנינו את ההקשר התרבותי-חברתי-כלכלי שהחפץ נוצר בו. יתרה מזו, חפצים הם מדיום של זיכרון אישי וקולקטיבי.⁴

עולם התרבות החזותית הוא עולם מורכב, הכולל התייחסות לטעם חברתי, לאפנה, לזרמים כלכליים, להשפעות חברתיות-תרבותיות ועוד. דוי ממחיש היטב את הממדים התרבותיים-חברתיים של חפץ מוכר ונפוץ ביותר – הווילון. במקרה זה, בחינה של חפץ יום-יומי וכמעט שקוף מבחינה מחקרית נובעת בראש ובראשונה מן הבד – החומר שהווילון עשוי ממנו. דוי ממחיש כיצד השוני בחומרים וההבדל ביחס בין תרבויות יוצר פרשנות עשירה, מפורטת ומרתקת, המתחילה ומסתיימת בפיסת בד.⁵

פרואן קורא לחוקרי תרבות חומרית לבחון חפצים, גם חפצי יום-יום "סתמיים", באותם קריטריונים היררכיים כפי שנבחנות יצירות אמנות.⁶ כלומר, בחינה של חפץ באשר הוא בתור הבניה תרבותית-חברתית מטשטשת את ההפרדה הברורה בין אמנות לאומנות. מנקודת מבטו של היסטוריון או חוקר אמנות מדובר בשינוי בעל משמעות, המומחש בתפיסתו של פרוואן דרך בחינה מעמיקה של הקומקום שנוצר במאה ה-18. גם בחפץ שגרתי ושימושי מעורבים עולמות שונים כמו כלכלה, טכנולוגיה, אמנות ותרבות. לדעתי, אפשר לבחון בדרך זו גם חפצים שנוצרים כיום, בייחוד חפצים מעוצבים, על ידי טשטוש הגבולות שבין אמנות לחפצי צריכה. כל חפץ שאנו בוחנים מעורר בנו תחושות ומטאפורות (חפץ "עליו", "שמח"),⁷ השוואות היסטוריות ותרבותיות (החפץ דומה לחפץ אחר) וזיכרונות (חפץ דומה שהיה להורינו, או חפץ דומה שראינו בעבר

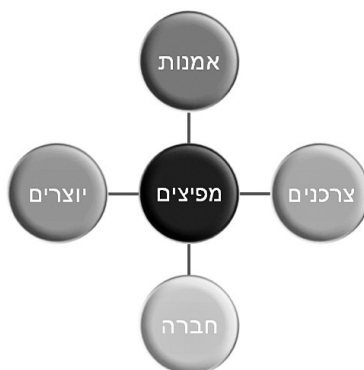
3 Kopytoff, Igor, "The Cultural Biography of Things: Commodization as a Process", in: Arjun Appadurai (ed.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press, 1986, pp. 64–91

4 Turkle, Sherry, "What Makes an Object Evocative?", in: Sherry Turkle (ed.), *Evocative Objects*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2007, pp. 307–326; Turkle, Sherry, "The Things that Matter", in: Sherry Turkle (ed.), *Evocative Objects*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2007, pp. 3–11

5 Doy, Gen, *Drapery: Classicism and Barbarism in Visual Culture*, London: I. B. Tauris, 2005

6 Prown, Jules David, "Mind in Matter", in: Hazel Clark & David Brody (eds.), *Design Studies: A Reader*, Oxford: Berg, 2009, pp. 220–230

7 בדומה לתיאורו השנון של פרננדו את המחקר האנתרופולוגי בחקר סמלים כ-"an-trope-ology", ראו: Fernandez, James, "The Mission of Metaphor in Expressive Culture", *Current Anthropology*, 15(2), 1974, pp. 119–145



1. "יהלום התרבות" של גריזוולד

בתצוגה או במוזיאון). לפי גישה זו, החפץ הוא בגדר מטאפורה כפולה, הן פיזית-חומרית הן טקסטואלית-סמיוטית.

כדי להבין את המשמעויות הרבות של החפץ בתור חלק מעולם מורכב זה, אמחיש אותן על ידי פנייה למקור – לעולם הייצור של החפצים – עולם העיצוב התעשייתי. המוצר המתועש הוא נקודת מפגש של כמה וכמה גורמים, שאתייחס אליהם להלן.

יהלום התרבות ועיצוב תעשייתי

גריזוולד פוסעת בעקבות מקס ובר וקליפורד גירץ ורואה בתרבות מערכת פרשנית תמונה 1 שמהותה יצירת משמעות.⁸ בספרה היא מתמקדת בדרכיהם של בני האדם לקשר ולחבר בין חברה לתרבות, כלומר, בשאלה כיצד אנשים יוצרים משמעות בהקשר חברתי. אחד הכלים להבנת הקשר המורכב בין חברה לתרבות הוא החפץ התרבותי (the cultural object):

אפשר להגדיר אובייקט תרבותי כחפץ בעל משמעות מורכבת המגולמת בחומר. במילים אחרות, מדובר ביצירת משמעות חברתית המופעת ומובחנת באופן חזותי, אידאלי או חומרי. יתרה מזו, אובייקט תרבותי מספר סיפור, וסיפור זה מושמע, מושר, מסופר, נחקק באבן, משוחק ומצויר או מוטבע בגוף.⁹

8 Griswold, Wendy, *Cultures and Societies in a Changing World*, Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1994

9 שם, עמ' 11.



2. המודל המשופר של אלכסנדר

כלומר, לפי גריווולד, חפץ תרבותי יכול לכלול אגרטל משושלת מינג, סונטה של שייקספיר או קעקוע; חשיבותו טמונה במשמעות התרבותית המיוחסת לו. כדי להמחיש את המישורים השונים המקשרים בין החפץ לתרבות/חברה שהוא קיים בה, גריווולד מציעה את יהלום התרבות, המורכב מארבעה משתתפים:

1. היוצר: היוצר/ים של האובייקט.
 2. המקבל: האנשים "המקבלים" את האובייקט או משתמשים בו, לאו דווקא קהל היעד שהיוצר התכוון אליו.
 3. העולם החברתי: ההקשר החברתי-תרבותי, כלומר, הדפוסים הכלכליים, הפוליטיים, החברתיים והתרבותיים בנקודת זמן נתונה.
 4. האובייקט התרבותי: החפץ.
- הקשר בין ארבעת המשתתפים האלה מאפשר לחוקר התרבות להבין לעומק בדרך רבגונית את ההקשר החברתי-תרבותי שאנו חיים בו. אלכסנדר מתייחסת ל"יהלום התרבות" של גריווולד, אך מציעה לעדכן ולשפר את המודל.¹⁰

2 תמונה 2 אלכסנדר מוסיפה את ההבחנה בין הצרכן ליצרן ולמפיץ (בניגוד להתייחסות החד-ממדית של גריווולד ליצרן ו"מקבל") ואת ההתייחסות להשפעות עולם האמנות, הרלוונטיות בייחוד למחקר זה, הנמצא על קו התפר שבין הכלכלי-תעשייתי לבין האמנותי.



3. מודל שלישי (יונתן ונטורה)

לאחר הצגת המודלים הקלאסיים האלה, ברצוני להציע עוד מודל שמביא בחשבון תמונה 3 את המודלים הקודמים ומציב אותם בעולם העיצוב התעשייתי. כאשר דנים במוצר המעוצב ובמורכבות ה"שחקנים" המעורבים בייצורו ובצריכתו, יש לשנות ולעדכן את מודל יהלום התרבות של גריזוולד. בבחינת האובייקט המעוצב ברצוני להציע גישה רב-מערכתית שמביאה בחשבון את ארבעת העולמות החברתיים-תרבותיים המרכזיים למחקר זה:

1. האובייקט התרבותי: בהמשך לגישתה של גריזוולד, יש למקם את החפץ המעוצב במרכז הבמה, בייחוד בשנים האחרונות, שבהן הפכה החברה במידה רבה ל"חברה מעוצבת".
2. הלקוח: תוספת רלוונטית בייחוד לעולם הייצור הסדרתי. הלקוח הוא החברה העסקית הפונה לסטודיו לעיצוב ומזמינה עיצוב ופיתוח של מוצר ייחודי. בדרך כלל הלקוח אחראי להעברת קובצי ההדמיה שנוצרו בסטודיו למחלקת ההנדסה, לפיתוח התכנית ולעברת המוצר לייצור סדרתי.
3. המעצב: במודל של גריזוולד המעצב הוא היוצר. המעצב הוא החוליה הקריטית במודל זה, שכן הוא המקשר והמתווך בין עולמו של הלקוח לשיקולי הייצור, בין עולמו של הצרכן (הקולט או המשתמש) להקשר התרבותי-חברתי של אותו הצרכן וכמובן בגילום כל השיקולים האלה, בסופו של דבר, במוצר מוחשי, הניתן לייצור סדרתי. בקר טוען שבכל "עולם אמנות" ישנה מערכת של חלוקת עבודה (division of labor) ליצרני

אמנות, משוקים, פועלים ועוד.¹¹ בתקופת הרנסנס חתמו אמנים על חוזה עם לקוחות פרטיים שהזמינו מהם יצירה ייחודית (כמו הלקוח המזמין עיצוב בסטודיו). באמנות (כמו בעיצוב), האמן (או המעצב) מושפע ממערכות של מוסכמות המגולמות בחומרים, בסגנון, בהכשרה המקצועית, בציוד, במערכות משמעות ועוד, וגם נתון להשפעתן. במונחיו של בקר, הסטודיו לעיצוב הוא "עולם אמנות", בכך שהסטודיו נמצא בעולם של גבולות נזילים (פיזית ומטאפורית), הוא עומד במרכז רשת של סוכנים חברתיים (לקוחות, בתי ספר לעיצוב, סטודיות אחרים ועוד) ונתון ללחצים של מוסכמות תרבותיות-חברתיות-אמנותיות תלויות הקשר והיסטוריה.

4. הצרכן וההקשר: לצרכן/לקוח שיקולים משלו בבחירת מוצר אחד על פני מוצרים מתחרים. הלקוח בוחן עלות לעומת ערך, סממנים (features) הקיימים במוצר זה לעומת המתחרים, וכמובן העיצוב עצמו, התופס שיעור ניכר משיקולי הצרכנות בעידן המעוצב של ימינו. עיצוב טוב נובע מעולמו של המעצב, אך עליו להתאים להקשר התרבותי-חברתי של הצרכן, על כל שיקוליו ומאפייניו.

לצד השפעתם של ארבעת ה"שחקנים" האלה על העולם החומרי, יש לזכור כי חפצים חומריים, כמו כל סמל תרבותי אחר, משדרים משמעות, שתפקידה, בין היתר, ליצור סדר בעולם הכאוטי הסובב אותנו (כלומר, התרבות יוצרת תיחום וסדר בתוך הכאוס שהוא חיינו).¹² אחד התפקידים המרכזיים של המעצב הוא ליצור סדר בכאוס החזותי על ידי תרגום נכון של רצונותיהם של הלקוח והמשתמש. לפיכך, המעצב משתמש בכלי המקצועיים כדי ליצור משמעות בעזרת שפה חזותית-חומרית. זאת ועוד, החפץ התרבותי, ולעניינו של מחקר זה – החפץ המעוצב – מגלם בחומר שהוא מורכב ממנו ובאסתטיקה של עיצובו את מערכת הקשרים המורכבת בין ה"שחקנים" הקשורים לייצורו ולצריכתו. ואולם ההיבט החומרי הוא רכיב אחד, ולו מרכזי, בעולם התרבות החומרית. אל החפץ המעוצב נוצקות משמעויות תרבותיות-חברתיות שונות, שלעתים מסמלות את זהותו של המשתמש ומאזכרות תחנות מרכזיות בסיפור חיו.

דנט ממשיך גם הוא באותו כיוון חשיבה המשלב בין תרבות לחברה ולחומריות וטוען שחפצים הם "תוצר התקופה" בשני מובנים:¹³ ראשית, חפץ נוצר ומעוצב על

Becker, Howard, *Art Worlds*, Berkeley: University of California Press, 1982 11

Berger, Peter, *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*, New York: 12

Author, 1969; Geertz, Clifford, *The Interpretation of Cultures*, New York: Basic Books,

1973

Dant, Tim, *Material Culture in the Social World*, Buckingham: Open University Press, 13

1999

ידי הטכנולוגיה הנפוצה בתקופה נתונה. לדוגמה, בתקופה הרה־מודרנית (התקופה הנוכחית, המאופיינת על ידי משברים כלכליים וחברתיים),¹⁴ שב השימוש של החפץ להיות המדד העיקרי להערכתו. שנית, חפצים "מתיישנים" בהשפעת עיצובם והחומרים שנעשו מהם.¹⁵ לדוגמה, חפץ מזהב "יתיישן" בדרך אחרת מחפץ מעץ או מפלסטיק. כמו אנשים, חפצים נושאים את סימני הזמן בדרך שונה זה מזה. בעקבות זאת, שויים הכלכלי והתרבותי של חפצים מוערך על פי הערכים (חומריים, אסתטיים, תרבותיים וחברתיים) השולטים באותה התקופה.

מרבית המודלים שנסקרו עד כה מתמקדים בהצגת מורכבות עולם החומר, ואולם יש להוסיף ולשאול מה גורם לאדם "לאהוב" חפץ מסוים. האם מדובר בתהליך דומה לתהליך ההערכה של יצירת אמנות, פיסול או צילום? האם, כפי שצוין, מדובר בחפץ המגלם תכונות הנתפסות חיוביות במישור האסתטיקה, הצורה והמראה? האם מדובר בחפץ הנוגע במוסכמה חברתית בנוגע לערכו האמנותי והכלכלי, כטענתו של בורדייה? או אולי מדובר בחפץ, שמלבד אסתטיקה או ארגונומיה, משמעותו טמונה בעובדה שהוא אוצר בחובו את כל הפרטים הבנאליים, היום־יומיים ויוצאי הדופן בחיינו גם יחד (לדוגמה, סמארטפון)?

ניתוח חזותי של תמונות יכול להיות נקודת התייחסות בניתוח של אובייקטים תלת־ממדיים. בארת ניתוח תמונות בשני ממדים עיקריים:

1. משמעות דנטוטיבית: תמונה יכולה להורות או לציין לצופה אמתות מספר, המתייחסות למשמעות הליטרלית (כפשוטה) או התיאורית שלה.
2. משמעות קונוטטיבית: המשמעות המרומזת הנובעת מהקשרים תרבותיים־חברתיים, הנשענים על עולמו של הצופה והיוצר.

הבחנה זו תשרת אותי בניתוח מחקר הפרשנות של האובייקט המעוצב אגב התייחסות לעולם התרבותי־חברתי שהוא נוצר בו. הפרשנות "הנכונה" של המרכיב החזותי תלויה בהיכרותנו עם הנורמות והמוסכמות החברתיות והתרבותיות שמשמעות התמונה נשענת עליהן. לדוגמה, תמונה של גבר עירום שמפית מכסה את מערומו

14 רה־מודרניזם (remodernism) זו גישה באמנות הנעה בספקטרום שמעבר לגישה הפוסט־מודרנית ובחזרה לעקרונות המודרניזם. עם גישה זו אפשר למנות, לדוגמה, את אסכולת הנאיר־באוהאוס. ראו גם את המניפסט של הדוגלים בגישה זו:

<http://www.lilithgallery.com/arthistory/stuckism/Remodernism-Manifesto.html>

15 זה גם הסברו של בארת לטרנד הנוכחי המטיף לחזרה לצעצועי עץ במקום צעצועי הפלסטיק, ראו: רולאן בארת, מחשבות על הצילום, ירושלים: כתר, 1988.

(פרסומת למפיות) נשענת על מקום האישה העירומה בתעשיית הפרסום, היעדרה בפרסומת הנדונה והעמדה של גבר במקומה. הפרשנות של הצופה נובעת ממרכיבים גלויים, גלויים למחצה ונסתרים, הכוללים שימוש בגוונים וצבעים (לדוגמה, צבע עור שהוכהה או הובהר), בקומפוזיציה, בעומק ועוד. אנו מוסיפים לפעולת הפרשנות גם את המקום והזמן של צילום התמונה. הפרשנות של המרכיבים החזותיים נשענת על תפיסות סמיוטיות. דה'סוסיר תרם רבות לייסוד צורת החשיבה החזותית וטען שהייצוג המילולי של חפץ חומרי הוא שרירותי לחלוטין (לדוגמה, כלב ייוצג במילים אחרות בכל שפה).¹⁶ בדרך דומה אנו יודעים, כי מתומן אדום ועליו המילה "עצור" משמעותו הוראה הקשורה לחוקי התנועה, ובעקבות זאת אנו עוצרים את הרכב. כלומר, כמו כל סמל, גם החפץ המעוצב נשען על מערכת (שרירותית, כדברי הסמיוטיקנים) מוסכמת, המבוססת על פרשנות. לפיכך הלקוח, המעצב והמשתמש יוצרים יחד מערכת פרשנית משותפת, המשמשת להבנת רבדיו השונים של החפץ.

בהמשך לגישות הסוציולוגיות הקלאסיות העוסקות במיצוב ריבודי, הנמצא במתאם עם החפצים והבגדים בעולותו של האדם,¹⁷ גם לחפצים שפה סמיוטית משלהם התלויה בהון התרבותי של המשתמש: עיצובו של החפץ, האסתטיקה שלו וערכו – כל אלו מעידים על מעמדו הסוציו-אקונומי של הצרכן או המשתמש ועל ההון התרבותי העומד לרשותו.¹⁸ ביחסה של האנתרופולוגיה המודרנית לתרבות החומרית ניכר חסר מהותי, וכך גם בעולם הפורמליסטי. המחקר המתואר במאמר זה מנסה לחפות על מקצת חסרים אלו.

בשנים האחרונות, ארכיטקטים ומעצבים עוסקים יותר ויותר בהיבטים מורכבים של עולם העיצוב: מגדר, יחסי כוח, אי-שוויון, ניצול, אקולוגיה ועוד. ואולם בתחומים אלו הקשר האינהרנטי עם התעשייה כובל את אנשי המקצוע. מעבר ליכולתו של החפץ ליצור ולהפיץ משמעות (נושא שאעסוק בו בהרחבה בהמשך) – שהרי היבטים סמיוטיים של תרבות הצריכה "נוחים" כאשר הם נטולי ביקורת או היבטים פוליטיים – עלינו לעורר מודעות לרכיבים נוספים: האם הצופה או היחיד הרוכש את

16 פרידין דה'סוסיר, קורס בבלשנות כללית, תל אביב: רסלינג, 2005.

17 Veblen, Thorstein, "Dress as an Expression of Pecuniary Culture", in: Johnson et al. (eds.), *Fashion Foundations: Early Writings on Fashion and Dress*, Oxford: Berg, 2003, pp. 132–135;

Bourdieu, Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984

18 לדוגמה, החברה המערבית בימינו תייחס לכיסא "כתר" משמעות שונה מלכיסא "פנטון" (Pantou Chair) של חברת Vitra). שעוצב בידי המעצב רוברט פאנטון בשנת 1960. החומרים שמרכיבים את הכיסאות ודרך ייצורם דומים אך, ערכם הכלכלי שונה לאין ערוך וכך גם הערך התרבותי המוענק להם.

החפץ המעוצב נתפס ככובה חסרת יכולת הערכה ביקורתית ותגובה? האם הצרכן הוא עבד של התעשייה ורוכש מוצרים כמעט בכפייה? האם המעצב הוא עבד של התעשייה, נגר מתוחכם, בפרפראזה על דבריו של אפלטון? עד כמה החפץ המעוצב מגלם או משקף את מערך יחסי הכוחות בחברה?

בארט ניסה להבין את המורכבות של התרבות הבורגנית הסובבת אותו דרך בחינה של חפצים שלכאורה נראים "טבעיים", ובהמשך לנקודת המוצא התרבותית של דה-היסוסיר ניסה להשתית את מערכת הסמיוולוגיה על חפצים.¹⁹ הסמיוטיקה של בארט יצרה מערכת מורכבת של שפה חזותית, שמטרתה להבין טוב יותר את החפצים הסובבים אותנו. בדומה למרקס, סבר גם בארט שחפצי הצריכה פשוטים וברורים, אך מתחת לפני השטח נמצא המיתוס, מערכת של משמעות תרבותית-חברתית: שווייה של הגיטרה של ג'ימי הנדריקס שונה משווייה של גיטרה "רגילה", ומכאן שהמיתוס שווה לחפץ החומרי בתוספת אידאולוגיה.²⁰ אחת הדוגמאות הקלאסיות של בארט היא "סיטרואן" DS19 (שצילילי שם הדגם דומים למילה "אלה", déesse, בצרפתית), שצורתה המקומרת וחמוקיה המעוגלים מעלימים מעיני הצופה את תהליכי הייצור והתיעוש שלה. כלומר, החפץ המודרני כבר אינו "מוכיח" את דרכי ייצורו על ידי לכלוך, שמן או ברגים, אלא מגלם בעיצובו הנקי, המעוגל והחלק ערכים אסתטיים עליונים, כמעט רוחניים.²¹

אם כן, בארט התייחס פחות לפוליטיקה של החזותי ויותר לפן הסמיוטי של החזותי.²² לדעתו, תמונות וטקסטים או נרטיבים מגלמים בתוכם מערכת יחסים מורכבת, שכן לתמונה או לאובייקט חזותי יש שפה, אך הם אינם מתפקדים על פי חוקים בלשניים. זאת ועוד, טקסטים חזותיים אינם "פועלים" לפי אותם החוקים שהנרטיבים כפופים להם. לעומת זאת, כל סוג של שפה כרוך בהופעה ובהבניית תמונות, שכן כל שפה מיועדת לקהל יעד מוגדר, משתמשת במגוון טכניקות למסגור והדגשה (בין היתר, בעזרת מטאפורות ודימויים פיגורטיביים), ולכן יותר משהשפה היא אמצעי שקוף לתקשורת, השפה היא איקונית. בארט ממשיך וטוען שבלי הנרטיבים הנובעים ממנו נותר האובייקט החזותי חסר משמעות. נוסף על כך, בשל מורכבותן ונזילות פרשנותן, תמונות מכילות "שרשרת צפה" של משמעויות, שה"קורא" בוחר או בורר מהן את המשמעות המתאימה לו ולעולמו התרבותי.

19 וולאן בארט, יסודות בסמיוולוגיה, תל אביב: רסלינג, 2006.

20 Woodward, Ian, *Understanding Material Culture*, London: Sage Publications, 2007

21 וולאן בארט, מיתולוגיות, תל אביב: בבל, 1998.

22 שם.

לצד החשיבות הרבה של התיאוריה הסמיוטית להבנה ולמחקר של חפצים, יש לזכור כי בגישה הסמיוטית-סמלית נעוץ חיסרון בעל משמעות – העובדה שגישות אלו מתמקדות בפן החיצוני (החד-ממדי, כמעט גרפי) של החפץ ולא בחפץ עצמו. לצורך הבנה שלמה של תרבות חומרית יש להביא בחשבון גם את השימוש של החפץ, את החומרים שהוא מורכב מהם, הטקסטורות, המשקל והארגונומיה.²³ לדוגמה, השימוש בפלסטיק או במתכות מעובדות ומכופפות שינה את היחס לחפצים מבחינת משקלם, צורתם ועיצובם.²⁴

בספריו המוקדמים ניסה בודריאר לבנות "ארכיטקטורה" של תרבות חומרית, כלומר, מסגרת תיאורטית מקיפה שתאפשר להסביר את החומרים, הסמלים והקודים התרבותיים המהווים את העולם החומרי שסביבנו.²⁵ לדעת בודריאר, צרכנות היא אחת התופעות החשובות בימינו, מכיוון שהיא מכילה מבנים חברתיים כדוגמת סטטוס, יוקרה וטעם תרבותי. בודריאר מדגיש שתי נקודות עיקריות:

1. החפץ בתור יסוד מרכזי ובלתי ניתן להחלפה של תהליך הצריכה: לדעת בודריאר, נוסף על המאפיינים החברתיים של החפץ, הרי הוא עצם התשתית והשלד החברתי של העולם שאנו חיים בו. בודריאר הדגיש כי החפץ "שבוי" בשימוש שלשמו הוא נוצר, אך המשתמש הוא שאחראי ל"הצבת" החפץ בהקשר תרבותי-חברתי מסוים. נוסף על כך, ההבדל בין חפץ תעשייתי לחפץ "ארטיונלי" הוא הכוונה של המעצבים והשפעות התעשייה.²⁶

2. בחינה של חפץ בתור נשא של סמליות תרבותית ולא רק מוצר בעל ערך כלכלי: כלומר, המשמעות הסמלית של החפץ עמוקה, בעלת משמעות ומורכבת הרבה יותר מן השימוש הטכנולוגי או השווי הכלכלי שלו.²⁷ למעשה, לפי בודריאר ובניגוד למרקס, כדי להבין את הייצור עלינו לחקור את הצריכה;²⁸ לצורך חפץ משמעותו להשתמש בחפץ לצורך פרשנות סמלית, כאשר האדם המודרני משתמש בחפצים כדי להבנות זהות. התחום הבולט בנושא זה הוא עיצוב פנים, כאשר האדם רוכש ריהוט שמטרתו (העיקרית)

Julier, Guy, *The Culture of Design*, London: Sage Publications, 2000 23

Manzini, Ezio, *The Material of Invention*, Milan: Arcadia, 1986 24

Baudrillard, Jean, *The System of Objects*, London & New York: Verso, 1996; Baudrillard, 25

Jean, *The Consumer Society: Myths and Structures*, London: Sage Publications, 1998

Baudrillard, *The System of Objects* 26

Baudrillard, Jean, *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, St. Louis: Telos Press, 27

1981

Woodward, *Understanding Material Culture* 28

להעביר מסר חברתי-תרבותי לכל אדם הנכנס לביתו.²⁹ כך האדם רוכש מוצרים ומרכיב מהם רשת של משמעויות תרבותיות-חברתיות, לדוגמה, ההסתערות על כל מוצר Apple חדש שיצא לשוק בשנים האחרונות. כלומר, בודריאר טוען שלחפץ יש שני שימושים: "to be put to use and to be possessed" – הנקודה העיקרית בהבנת המשמעות של החפץ היא בהבנת מערכת היחסים בין האובייקט לסובייקט.³⁰

מכיוון שמוצרי הצריכה אינם רק החפץ החומרי כי אם גם מסמן של זהות חברתית, מכשיר תקשורת, סימולקרה מדכאת, פטיש ועוד, הרי שלמעשה, גם העיצוב (שהוליד את החפץ) הוא כלי לאנליזה חברתית, אזור התערבות בחיי היום-יום, שפה, אפנה, תיאוריה של צורה, מוצר צריכה ופטיש. החוזק של מוצר הצריכה בעידן הפוסט-מודרני הוא בדיוק בעמדו על קו התפר שבין המרידה בכוחות הקפיטליזם לבין היותו מוקד לכוחות חברתיים ותרבותיים ולבין היותו חלק מתרבות הצריכה המדכאת, המוסווית בפעולת הצריכה של בני האדם – פעולה ההופכת ומגדירה את עולמו של האדם המערבי ואת ביתו,³¹ שבו הגבולות בין פנים לחוץ ובין פרטי לציבורי מתערערים.³² ויריליו, הוגה שהתמקד בהיבטים ארכיטקטוניים בעידן הפוסט-מודרני, טוען כי חל שינוי מהותי במרחב החזותי שאנו חיים בו, המתבטא, בין היתר, בהיפוך תפקידים, בשבירת הנורמות והחוקים הקודמים. לפי תפיסה זו, העולם החיצוני חודר למרחב הביתי דרך הטלוויזיה, האינטרנט ואמצעי מדיה אחרים. מובן שמדובר בתהליך דו-כיווני שבו גם הבית "יוצא החוצה", כאשר היחיד מוצג או מציג עצמו במרחב הציבורי (דרך פרופיל ב־facebook או ציוצים ב־twitter). נוסף על כך, הניידות מתגברת והופכת לערך מרכזי בחברה (אפשר לראות זאת במכשירי MP3, במחשבים ניידים, במכשירי GPS ועוד).

בעולם זה, כשהפוליטיקה של החזותי היא המכתיבה את אורח חיינו, שיקוליו של האדם מצטמצמים. ואולם כפי שהראיתי לעיל, לצד ה"כורח" בבחירה תרבותית וחברתית בחפץ מתועש בתור ביטוי לאישיות, ישנן השפעות פוליטיות רבות. המוצר המעוצב כמוהו קנבס שהיחיד יכול "לצבוע" עליו את טעמו האישי והחברתי.

Baudrillard, *The System of Objects* 29

Baudrillard, *The Consumer Society*, p. 86 30

גי דבור, חברת הראווה, תל אביב: בבל, 2001 (1967). 31

פול ויריליו, המרחב הביקורתי, תל אביב: רסלינג, 2006. 32

עוד עניין שלא זכה להתייחסות עד למחקריו של ברונו לאטור (Bruno Latour) הוא האקטיביות או מידת הפעולה (agency) של החפץ. לצד חוקרים אחרים פיתח לאטור גישה שזכתה לשם (Actor Network Theory, ANT), שבחנה את השאלה כיצד רשתות חברתיות-חומריות-סמיוטיות מתקיימות בדרך הוליסטית. לפי גישה זו, כדי שרשתות חברתיות מורכבות תתפקדנה, על ה"שחקנים" כולם לתפקד ולבצע את תפקידם (כשם שפקיד חברת הביטוח צריך לבצע את תפקידו, כך גם המחשב שהוא מקליד בו את נתוניו).³³ בכל רשת חברתית ישנם "שחקנים" המתפקדים כמתווכחים, המעבירים משמעות בין ה"שחקנים". לאטור העלה את המתווכחים למרכז הבמה וטען כי גם להם תפקיד מרכזי בחילופי המשמעויות בין "שחקנים". לדוגמה, בעולם העיצוב התעשייתי ניתן ערך תרבותי מרכזי לחפצי צריכה העשויים עץ מלא (החל ברצפת פרקט וכלה בארונות מטבח) לעומת MDF; מדובר בשוני חומרי המלמד על טעם ומיקום ריבודי. חפצים, או עולם החומר, מרחיבים ומעמיקים את מערכת יחסי הגומלין והקשרים החברתיים. לדעתו של לאטור, התעלמו הסוציולוגיה והאנתרופולוגיה ממקומם של חפצים, שכן החפצים נעדרי יכולת פעולה אקטיבית ודינמית במובן הקלאסי (כדי להדגיש את תפיסתו הייחודית, לאטור מכנה אותם non-humans). לאטור מציין את תהליך השינוי בתפקידם החברתי של חפצים מהיותם אמצעי להיותם מתווכחים חברתיים. לפי גישה זו, החפצים הם משתתפים פעילים ביכולת הפעולה של האדם במערכת החברתית שהוא חי בה. חשוב להדגיש כי לשיטתו של לאטור, אין מדובר במערכת סימטרית הרואה בחפצים שחקנים שווי ערך ויכולת לבני אדם, אך עם זאת, אין להתעלם ממשמעותם ומרכזיותם של החפצים במערכת החברתית.³⁴ כדי לתקן את העוול המחקרי לאטור מציע לבחון את מרכזיותם של חפצים בכמה היבטים:³⁵

1. יכולת החדשנות והעיצוב בסדנתו של היצרן/אומן – שם אפשר לבחון את החפץ עוד בתהליך הכנתו ולהבין את משמעותו אגב תהליכי העיצוב והבנייה (נקודה מרכזית במחקר זה).
2. מוצרי צריכה הופכים למתווכחים כאשר הם חדשים או כאשר אנו מנסים להבין את דרך תפעולם ותפקודם. לאחר "הבנת" המוצר או החפץ (בדרך כלל, דרך השימוש בו) הוא שב לקיומו השקוף.

Ritzer, George, *Encyclopedia of Social Theory*, London: Sage Publications, 2005 33

Latour, Bruno, *Reassembling the Social: An Introduction to Actor Network Theory*, Oxford: 34

Oxford University Press, 2005

שם, עמ' 80-81.

3. כאשר מוצר מתקלקל או מפסיק לעבוד, אנו שמים לב אליו (בדיוק כפי ששבתיה או תקלה בכל מוצר או שירות מקצועי או חברתי אחר תדגיש את חשיבותו).
4. כאשר מוצר מפסיק לעבוד או מוחלף בטכנולוגיה חדשה, אנו מחזירים אותו לחיים, אך מתייחסים אליו אחרת (כאל מוצר מוזיאוני, פריט בארכיב או מייצג תקופה כלשהי). במקרה זה, הריחוק ההיסטורי מסייע לנו להתייחס אחרת לחפץ.

כפי שלאטור מציין, אל לנו ליפול למלכודת ולהעביר את הדגש לחפץ עצמו במנותק ממערך יחסי הכוחות בחברה, מן המשמעויות הסמיוטיות השונות או מן היחס התרבותי המוענק לחפץ.

אם כן, אפשר לראות כי הבנה של האובייקט המעוצב תלויה במגוון היבטים ובהם החומרים שהוא בנוי מהם, השפה הסמיוטית-אסתטית, הארגונומיה, מטרותיו הכלכליות ועוד. מכיוון שמרבית האובייקטים התעשייתיים הם יום-יומיים, ברצוני להתייחס לנקודת מבטה של האנתרופולוגיה לשם הבנה מעמיקה של מקומם החברתי-תרבותי של חפצים אלו בחיינו.

אנתרופולוגיה ותרבות חומרית: אז והיום

כבר בשלהי המאה ה-19 החלו חוקרי תרבות (בעיקר ארכאולוגים) לעסוק בטכנולוגיה האנושית ותוצריה. בשנות השבעים והשמונים של המאה ה-19 החלו חוקרים כדוגמת Pitt Rivers לשלב בין טיפולוגיה של ממצאים חומריים למחקר אתנוגרפי של התרבות האנושית. Pitt Rivers Museum, שנפתח באוקספורד בשנת 1884, שילב בין הממצאים החומריים שנאספו בידי ארכאולוגים ואתנוגרפים לתיאוריה התרבותית-התפתחותית של אדוארד טיילור,³⁶ שהשפיעה על סיווג החפצים וסידורם במוזיאון. בראשית המאה העשרים, עם התפתחות האנתרופולוגיה התרבותית, חוקרים כדוגמת מלינובסקי ורדקליף-בראון החלו להתייחס למשמעויות התרבותיות הטבועות בחפצים אתנוגרפיים. בשנות השישים והשבעים של המאה העשרים החלו שתי גישות חדשות להשפיע על היחס לתרבות ועל המשמעויות השונות של חפצים: מצד אחד גישתו התרבותית של גירץ (שעד היום ניכרת השפעתו בקרב אנתרופולוגים תרבותיים העוסקים בתרבות חומרית), ומצד אחר, גישתו הסטרוקטורליסטית של לוי-שטראוס (שעד היום ניכרת השפעתו במחקרי תרבות חומרית העוסקים בסמיוטיקה, לדוגמה).

Taylor, Edward, *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art and Custom*, Cambridge: Cambridge University Press, 2010 (1871) 36

בסוף שנות השבעים וראשית שנות השמונים של המאה העשרים, הוקמו המחלקות הראשונות לתרבות חומרית באוניברסיטת (Cambridge וב-UCL University College London). בשנות השמונים של המאה העשרים החלו ארכאולוגים לשלב בין אתנוגרפיה לארכאולוגיה אגב התמקדות בחפצים ובמוצרי התרבות העכשווית.³⁷ בשנות השמונים של המאה העשרים התפתחו זרמי חשיבה חדשניים, שהתבססו על מגוון דיסציפלינות, החל באנתרופולוגיה תרבותית, עבור בחקר אמנות ותרבות חזותית וכלה בארכאולוגיה, בלימודי שימור, באספנות ובהכשרה אתנוגרפית הממוקדת באוספי מוזיאון. חוקרי התרבות החומרית החלו להתמקד במגוון חפצים (מחפצים מתועשים יום-יומיים ועד יצירות אמנות נדירות), בתור מייצגים עיקריים של עקרונות חברתיים ותרבותיים המתארים תקופה והקשר. תחום מחקר מרכזי בתקופה זו הוא האנתרופולוגיה (והסוציולוגיה) של הצרכנות, ואולם גם בתחום זה נתפסו חפצים ומוצרים כחלק (גם אם חשוב) מתופעת המסחור והצרכנות. אטפילד (Atfield) מתארת את עולם התרבות החומרית:

בתיאורי את "התרבות החומרית של היום-יום", כוונתי לחפץ הפיזי בכל חומריותו, המקיף את פעולות העיצוב, הייצור, החלוקה, הצריכה, השימוש, ההשכלה [כפסולת], המחזור ועוד. ואולם מעל הכול היא [התרבות החומרית] מתמקדת בהבנת הדרכים שהחפץ עובר דרך כל השלבים האלה בתור חלק מתהליך תיווך בין אנשים לעולם החומרי בשלבים שונים של הביוגרפיות האישיות שלהם.³⁸

בעקבות התייחסות מפורטת זו ל"שחקנים" המרכזיים בעולם העיצוב (יצרנים, אנשי שיווק, מעצבים, צרכנים, משתמשים, ממחזרים ועוד), אטפילד ממשיכה ומתארת עיצוב: "התוצר והתהליך השואף להגיע לפתרון אסתטי ושימושי לטובין המיוצרים בתעשייה – מבגדים ועד קולפני תפוחי אדמה וממכוניות ועד בניינים".³⁹ ואולם לדעת אטפילד, הבעייתיות בשדה העיצוב התעשייתי טמונה בדואליות ואף בפיצול האישיות של הדיסציפלינה בין אמנות להנדסה, בין אסתטיקה למדע. אטפילד מדגישה שעולם האסתטיקה המערבי נוטה לייחס חשיבות רבה, כמעט קדושה, לחפץ "החדש", המקורי, ונוטה להתעלם מן הביוגרפיה של החפץ, העובר מאולמות התצוגה של חברות

Hicks, Dan, "The Material-Cultural Turn: Event and Effect", in: Dan Hicks & Mary 37
Beaudry (eds.), *The Oxford Handbook of Material Culture Studies*, pp. 25–98, Oxford:

Oxford University Press, 2010

Atfield, Judy, *Wild Things: The Material Culture of Everyday Life*, Oxford: Berg, 2000, p. 3 38

שם, עמ' 4. 39

הריהוט הגדולות ומוזיאוני העיצוב אל הסלון הביתי או חדרי ההמתנה של חברות ומשרדים. אטפילד מנסה לבחון את עולם העיצוב התעשייתי לא בדרכם של חוקרי תולדות האמנות או היסטוריונים, אלא בכחינה תיאורטית של החפצים עצמם גם לאחר שהם "סיימו את תפקידם" או כאשר משתמשים בהם שלא לפי כוונת המעצב. ואולם כדי להתקדם מעבר להגדרות כלליות כדוגמת הגדרתו של לפבר, "objects of human production and exchange with and through which people live their everyday existence"⁴⁰, אטפילד בוחרת גישה שונה. לטענתה, חפצים הם "דברים בעלי כוונה" (things with meaning), כלומר, בעלי יכולת למקם ולהמחיש זהות אינדיבידואלית ושייכות חברתית-תרבותית, ולכן עלינו לחקור את תוצרי תהליכי העיצוב בתור חפצים ייחודיים – הן את דרכי ייצורם הן את המשמעויות הטמונות בהם – ולא כעוד קטגוריה בתחום התרבות החומרית.⁴¹

קופיטוף טען כי ההתייחסות לחפצים בתרבות העכשווית נעה בין ייחודיות לקומודיפיקציה, המתרחשת הודות למסחור ותהליכי ההאחדה, ההולכים ומתגברים.⁴² דוגמה לכך אפשר למצוא בתמונות הפולארויד – ניסיון להפוך מוצר ממוסחר למוצר אישי ומובחן, בייחוד בעידן שהתמונות אינן מודפסות עוד אלא נאגרות בכונן הקשיח במחשב האישי.⁴³ הפרשנות החזותית, התרבותית-חברתית הטמונה בהכנה ובמיצוב של חפצים היא בעלת חשיבות רבה, כפי שאפשר ללמוד מן המקרה המעניין של וינגפילד.⁴⁴ וינגפילד מתאר מקרה מרתק שבמרכזו חפץ – חבל דק שנוצות קשורות לכל אורכו – שמהותו אינה ודאית בעיני החוקרים. באחת התיאוריות הועלתה הסברה שהחפץ שימש "כלי נשק פסיכולוגי" לציד,⁴⁵ אך בעקבות גילויי בידי חוקרים לבנים מערביים הוא הפך ל"סולם של מכשפה", וכך אף הוצג במוזיאון Pitt Rivers. הביוגרפיה של החפץ מעניינת, שכן מקצתה נכונה, מקצתה הומצאה ומקצתה נותרה לוטה בערפילי הזמן.⁴⁶ מכיוון שהחפצים המרכזיים במחקר זה הם חפצים המעוצבים והמיוצרים בעידן הנוכחי, מקום מרכזי שמור לטכנולוגיה שלהם. מילר המשיך לבחון את ייחודיותה

Lefebvre, Henri, "The Everyday and Everdayness", *Yale French Studies*, 73, 1987, p. 7 40

Attfield, *Wild Things* 41

Kopytoff, "The Cultural Biography" 42

Buse, Peter, "The Polaroid Image as Photo-Image", *Journal of Visual Culture* 9(2), 2010, 43
pp. 189–207

Wingfield, Chris, "A Case Re-Opened: The Science and Folklore of a 'Witch's Ladder'", 44
Journal of Material Culture, 15(3), 2010, pp. 302–322

Gell, Alfred, "Vogel's Net: ראו: ומשיכתו לעבר הצייד", 45
Traps as Artwork and Artwork as Traps, *Journal of Material Culture* 1(1), 1996, pp.15–38

Kopytoff, "The Cultural Biography" 46

[...] the study of human social and environmental relationships through the evidence of people's construction of their material world".⁴⁷ כלומר, לדעת מילר, חשיבות הגישה היא במערכות ההבניה והמשמעות שבני האדם מקנים לעולם הסובב אותם דרך מוצרים חומריים, טכנולוגיים, אמנותיים או אחרים. עם ההתפתחות האקדמית של הגישה, מראשית שנות התשעים של המאה העשרים החלו "לימודי תרבות חומרית" להתמקד בשלושה עולמות תוכן עיקריים:⁴⁸

1. מחקרי טכנולוגיה: מחקר של טכנולוגיה בתור אמצעי הייצור העיקרי בעולם המערבי וכן בתור אמצעי להתמודדות עם הסביבה המודרנית (הפורדיסטית). כלומר, נוסף על אמצעי ייצור, הטכנולוגיה היא כלי עיקרי לעיצוב זהות, הצגת הזהות בחברה ויצירת קשרים חברתיים ותקשורת בין־אישית (facebook, twitter).
2. מחקר של "אמנות פרימיטיבית": התמקדות בתיאור ובהבנה של תרבויות לא־מערביות דרך יצירות האמנות והטכנולוגיה של תרבויות אלו. לדוגמה, המחקרים המונומנטליים של אנתרופולוגים קלאסיים כדוגמת אוואנס־פריצ'ארד או ספרו פורץ הדרך של בואז *Primitive Art*⁴⁹.
3. מחקר ארכאולוגי: הארכאולוגיה (שבארצות הברית ובבריטניה משויכת דיסציפלינרית לאנתרופולוגיה) מתמקדת בחפצים (דתיים־פולחניים, חקלאיים או יום־יומיים) כדי לתאר את דרכי החיים והאמונות של תרבויות הממוקמות בעבר.

חשוב לציין כי בחודש אוקטובר 2010 הוציאה לאור הוצאת אוניברסיטת אוקספורד אסופת מאמרים עבת כרס שכותרתה *The Oxford Handbook of Material Culture Studies*. מקומם של מחקרים אנתרופולוגיים תרבותיים לא נעדר מן הכרך העבה, ואולם מקור מרכזי שמור בו לארכאולוגיה. לצד מספר מועט של מחקרים בארכיטקטורה ובהיסטוריה תרבותית, עיצוב תעשייתי ואפנה כמעט אינם מוזכרים בכרך זה (אף שהוקדש פרק שלם לצרכנות). חלוקה זו בעייתית בעיניי, שכן המחקר האנתרופולוגי מתמקד בהיבט צר של התרבות החומרית ומותיר את העיסוק באפנה ובעיצוב לדיסציפלינות אחרות כגון תולדות האמנות או תקשורת חזותית.

Miller, Daniel, "Things ain't what they used to be", in: Susan Pearce (ed.), *Interpreting Objects and Collections*, London & New York: Routledge, 1994, pp. 13–18

48 שם, עמ' 14.

49 Boas, Franz, *Primitive Art*, New York: Dover Publications, 1955 (1927)

דגלאס ואישרווד נוקטים גישה שונה; לטענתם, טובין עמוסים משמעויות תרבותיות-חברתיות ואינם "טובים" או "רעים" מטבעם אלא תלויים בדרכי הייצור והשימוש בהם.⁵⁰ לפיכך מוצרי צריכה הם משאב מרכזי שיש לחקרו דרך הנורמות, המוסכמות והסמליות החברתית הסובבת אותו. נוסף על כך, מכיוון שמוצרי צריכה מסייעים לצרכנים לקיים קשרים חברתיים, ליצור גבולות חברתיים ולתחזק זהויות, פעולת הצריכה אינה פעולה פשוטה הנובעת מצורכי השימוש בלבד, אלא פעולה מורכבת ועמוסה משמעויות רגשיות וחברתיות. תרבות הצריכה קוסמת כל כך לצרכן המודרני משום שהיא אחד הכלים המרכזיים לעיצוב הזהות האישית, שינויה והחצנתה לעיני יתר הצרכנים בחברה. אחת הדוגמאות הבולטות לתפיסה של דגלאס ואישרווד היא כמות הזמן והמחשבה שצרכנים מקדישים לבחירת נעליים או בגדים. הבחירה ב"סניקס" שעוצבו בידי מעצב מפורסם ויצאו במהדורה מוגבלת מקרינה על אישיות הצרכן מאפיינים שונים מרכישה של נעליים "שגרתיות". באותה המידה הפכה כוס הקלקר ועליה הסמליל של רשת בתי קפה לאחד ממאפייני הסגנון של הבורגני המצליח, הממהר למשרד ומעריך קפה איכותי. דגלאס ואישרווד מרחיקים לכת וטוענים כי בעידן המודרני הפכה מערכת הצריכה למערכת החברתית עצמה, שדרכה הצרכן ממקם את עצמו במערכת הריבוד ומבנה את אישיותו בפני החברה. מילר המשיך את גישתם וטען כי בעידן של שפע חומרי הצרכן מאופיין בחיפוש אחר מוצר ייחודי שיביע את צרכיו או אישיותו.⁵¹ טכנולוגיות חדשות כמו מכשירים סלולריים הן כלי להבעת האישיות ולהצבת גבולות בין האינדיבידואל לחלל החברתי סביבו. דרך חשובה ועיקרית כיום להבנת הקשר בין הטכנולוגיה לתרבות היא השימוש הגובר והולך במכשירים סלולריים והתחכום המתפתח של מכשירים אלו. בעולם הטכנולוגיה ככלל, והטכנולוגיה הסלולרית בפרט, הטכנולוגיה יוצרת משמעות ותורמת להבניית מציאות חברתית-תרבותית בשתי דרכים עיקריות:⁵²

1. הטכנולוגיה מסייעת לנו לתקשר זה עם זה. תקשורת בין-אישית היא מאבני היסוד של אינטראקציה חברתית. בין היתר, הטלפון הסלולרי מסייע לנו ליצור קשר עם האדם עצמו, ולא עם החלל הביתי שהוא גר בו.

Douglas, Mary & Isherwood, Baron, *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, London: Routledge, 1996

Miller, Daniel, *Material Culture and Mass Consumption*, Oxford: Blackwell, 1987; Miller, Daniel, "Why Some Things Matter", in: Daniel Miller (ed.), *Material Cultures: Why Some Things Matter*, Chicago: Chicago University Press, 1998, pp. 3-24

Caron, Andre & Caronia, Letizia, *Moving Cultures: Mobile Communication in Everyday Life*, Montreal & Kingston: McGill-Queen's University Press, 2007, p. 33

2. אביזרי הטכנולוגיה הם "טקסטים" תרבותיים המייצרים משמעות. טענה זו ניתנת לבחינה בחשיבות העיצוב הגוברת והולכת של הטלפון הסלולרי, בלא קשר ליכולותיו הטכנולוגיות.

אם כן, נוסף על יכולותיו הטכניות, האסתטיות או הארגונומיות של המוצר התעשייתי, הוא משמש כלי סוציו-תרבותי המקשר בין האדם לזיכרונותיו, לבני משפחתו ולחבריו, ומהווה קשר חומרי בין האינדיבידואל למסגרות הקולקטיביות של חייו היומיומיים. מילר קורא לבחון את הצריכה לא במונחים של "רע" או "טוב", אלא בתור מערכת סמיוטית של הענקת משמעויות וקישור בין היחיד לחברה ובינם לבין התרבות שהוא חי בה. הוא מציין כמה היבטים תיאורטיים בנוגע למשמעות החברתית של מוצרי הצריכה:⁵³

1. הארטיפקט כמוצר מתועש: מילר מציין שחלק ניכר ממוצרי הצריכה גמישים מבחינת אפשרויות השימוש בהם, ואילו מקצתם יוצרו לתכלית ייחודית (לדוגמה, יצירת אמנות או חלקים של מכונה ייחודית), כלומר, הטכנולוגיה משמשת ליצירת מוצר המקיים תכלית יחידה או ממוקדת.
2. ארטיפקטים ושימוש: לעתים תכלית השימוש במוצרים חשובה פחות מן המשמעויות האסתטיות והסמליות שלהם. לדוגמה, ההבדל בין בקבוק ויסקי שיושן 18 שנה בחביות עץ אלון לבין בקבוק אחר שיושן זמן קצר יותר או שיוצר במזקקה אפנתית פחות. במקרים אלו הטכנולוגיה משמשת להגברת התחושות כלפי המוצר או ההנאה החושית ממנו.
3. ארטיפקטים ובעלות: החפץ מגלם את יכולת הבעלות של האדם ואת גבולות גופו (לדוגמה, בגד או נעל על הגוף); הטכנולוגיה בתור חלק מבנייה ארגונומית של המוצר.
4. ארטיפקטים, חלל וזמן: חפצים אחדים תלויים במיקום ובזמן מסוים. לדוגמה, בשעות העבודה של חברת האוטובוסים ישמש ספסל בתחנה לשיבה בעת ההמתנה לאוטובוס. לאחר סיום שעות העבודה של חברת האוטובוסים ישמש הספסל למטרות אחרות. מעקה של בניין משרדים יכול לשמש חלל פעילות לרוכבי סקייטבורד.
5. ארטיפקטים וסגנון: לפי מילר, סגנון הוא מערכת של יצירת משמעות והעדפות אישיות. הטכנולוגיה יכולה לשמש ליצירת סגנון ייחודי ולהבעת טעם יוקרתי או אמנותי (לדוגמה, בנייניו של האדריכל האמריקני הנודע פרנק גרי [Frank Gehry]).

או איך עושים זאת? אנתרופולוגיה יישומית

נוסף על תפיסות סמיוטיות או פוסט-סטרוקטורליות של הבנת החלל וחקר החפצים שבו, החלו כמה חוקרים לחקור את מערכות היחסים שבין האדם לחפצים שבבעלותו. התלות במוצרי טכנולוגיה, ההולכים ונעשים מורכבים יותר ויותר, הולכת ומתגברת עד כדי העברת מערכות היחסים האישיים לידי מגוון רובוטים.⁵⁴ בהתאמה לצירוף בין פוסט-מודרניזם לגלובליזציה שילבה קנור-סטינה בין טכנולוגיה לתרבות ולחברה, כדי לתאר את הקשר המודרני בין האדם לחפצים סביבו.⁵⁵ לדבריה, העידן הנוכחי מאופיין בקשר שבין האדם לחפץ, ומכנה אותו "עידן פוסט-חברתי", כאשר ממשקי המחשב וקשרים חברתיים וירטואליים הולכים ומשתלטים על השיח החברתי-תרבותי ואף מחליפים קשרים אישיים, שבתקופות קודמות הגדירו את העולם החברתי שהאדם חי ופעל בו.⁵⁶

ואולם למרות העיסוק הנרחב בתרבות חומרית ובחפצים שהיי היום-יום שלנו מורכבים מהם, חסרה התייחסות המחקר למהותו החברתית-תרבותית של המעצב הן מצדם של מעצבים הן מצדם של חוקרי תרבות. מיהו המעצב? מה תפקידו? מהן יכולותיו התרבותיות? שאלות אלו, הסובבות את החפץ המעוצב אך מוטמעות ונעלמות בו, הן השאלות המרכזיות והחשובות כיום, ולדעתי, עדיין לא הוצעו עליהן תשובות רבות הנובעות ממחקר מעמיק.

בשנת 1898 היה הביולוג-אנתרופולוג אלפרד האדון (Haddon) לחוקר הסביבה הראשון⁵⁷ שהשתמש במצלמות סטילס וידאו לתיעוד מחקר בעבודת שדה באזור Torres Strait Islands, קבוצה של כ-270 איים קטנים הנמצאים בין Cape York שבצפון אוסטרליה לפפואה גינאה החדשה.⁵⁸ החוקר המרכזי שהשתמש בכלי מחקר

54 Turkle, Sherry, "Introduction: Falling for Science", in: Sherry Turkle (ed.), *Falling for Science: Objects in Mind*, Massachusetts: MIT Press, 2008, pp. 3–38

55 Knorr Cetina, Karin, "Postsocial Relations: Theorizing Sociality in a Postsocial Environment", in: George Ritzer & Barry Smart, *Handbook of Social Theory*, London: Sage Publications, 2001, pp. 520–537

56 אפשר לראות מאפיינים דומים בתערוכה שנערכה במוזיאון MOMA בשנת 2011: <http://www.moma.org/interactives/exhibitions/2011/talktome/>

57 אף ששנים ייחסו את פריצת הדרך החזותית באתנוגרפיה למלינובסקי, ראו: Grimshaw, Anna, *The Ethnographer's Eye: Ways of Seeing in Anthropology*, Cambridge: Cambridge University Press, 2001

58 Banks, Marcus, *Using Visual Data in Qualitative Research*, London: Sage Publications, 2007

חזותיים בעקבות האדון היה, ככל הנראה, בואו.⁵⁹ כבר מראשית המחקר האנתרופולוגי השתמשו חוקרים בטכניקות הצילום המתפתחות כדי ליצור ייצוג חזותי של התרבויות שחקרו. השימוש בצילום בתור טכניקה לייצוג "האחר האקזוטי" נעשה שכיה, אך בעקבות מחקריה פורצי הדרך של מרגרט מיד, שהפכו את הצילום האתנוגרפי לכלי ניתוח עיקרי ובעל חשיבות ייחודית,⁶⁰ החלו חוקרים להשתמש במחקר חזותי בתור כלי מחקר מרכזי: במחקרו הראשוניים השתמש מלינובסקי בצילום בתור כלי אתנוגרפי מרכזי לתיעוד טקסי הנחקרים ומנהגיהם,⁶¹ וגופמן, על פי גישתו הפסיכולוגית-אנתרופולוגית, נעזר בכלים פסיכו-תרבותיים לניתוח היבטים חזותיים שונים (מגדריים ואחרים) בפרסומות.⁶²

בסוף המאה העשרים החלו אנתרופולוגים לפתח את שיטות המחקר החזותיות בתור כלי מחקר אתנוגרפי ייחודי בעל מאפיינים מובחנים. לצד התצפית והמחקר האתנוגרפי, עסק המחקר באמצעות הצילום בייצוג חזותי, אך לעומת האחרים, היה באפשרותו לנתח ייצוגים חזותיים (תמונות, יצירות אמנות ועוד),⁶³ חפצים וכמובן, מוצרים מעוצבים. החל מסוף שנות התשעים של המאה העשרים החלו חוקרי האנתרופולוגיה החזותית להשתמש בגישה זו לא רק בתור כלי מחקר אלא בתור כלי לניתוח ייצוגים חזותיים, בעיקר של תמונות וסרטי וידאו וקולנוע, וזאת כדי להבין רובד נוסף ומרכזי בתרבות המאה העשרים.⁶⁴

בניגוד לחקר תרבותי של ארטיפקטים חזותיים קלאסיים (שבדרך כלל נאספו באזורים שבטיים ומסורתיים), כדברי Ravetz, ייחודם של יצירות אמנות או חפצי אמנות (בדומה לשרדה העיצוב) בכך שהם מקשרים בין חוויה תרבותית (השתתפות) לבין תקשורת רפלקסיבית (תצפית). העשייה עצמה מבדילה ומייחדת את חפצי האמנות

Pink, Sarah, *The Future of Visual Anthropology*, London: Routledge, 2006 59

Bateson, Gregory & Mead, Margaret, *Balinese Character*, New York: N. Y., Academy of Sciences, 1942; Mead, Margaret & Bateson, Gregory, "On the Use of the Camera in Anthropology", in: Kelly Askew and Richard Wilk (eds.), *The Anthropology of Media: A Reader*, Oxford: Blackwell, 2002, pp. 41-46 60

Atkinson, Paul & Hammersley, Martyn, "Ethnography and Participant Observation", in: Norman Denzin & Yvonna Lincoln (eds.), *Handbook of qualitative Research*, London: Sage Publications, 1994, pp. 248-261 61

Goffman, Irving, *Gender Advertisements*, London: Macmillan Press, 1979 62

Banks, *Using Visual Data* 63

Grimshaw, Anna, *The Ethnographer's Eye: Ways of Seeing in Anthropology*, Cambridge: Cambridge University Press, 2001; Hockings, Paul (ed.), *Principles of Visual Anthropology*.

Berlin: Mouton de Gruyter, 2003 (1974)

(והעיצוב) מיתר התוצרים החזותיים שהעסיקו אנתרופולוגים שעסקו במחקר אתנוגרפיה חזותית.⁶⁵ כמובן, בתור תפיסה אינהרנטית באתנוגרפיה המודרנית, אנתרופולוג חומרי אינו בוחן חפצים בדרך "נקייה" אלא בדרך התלויה בהקשר התרבותי-חומרי-כלכלי שהחפץ נוצר בו ומושפעת ממנו.⁶⁶

פינק מצטטת את Howes, שטען כי משבר הייצוג וגישתו הטקסטואלית של גירץ העבירו את המיקוד של האנתרופולוגיה לחקר הטקסטואלי ולבחינה טקסטואלית של המציאות, אגב הזנחה ואף זלוזל בשיטות הסנסוריות האחרות ובראשן המחקר ואיסוף המידע החזותי.⁶⁷ לדעת פינק, כבר בשנות התשעים של המאה העשרים צברה האנתרופולוגיה החזותית והחושית פופולריות, בין היתר, בשל העיסוק התיאורטי בגוף ובאימוץ גובר והולך של גישות פנומנולוגיות.

מבחינה מתודולוגית, אחד השימושים הראשונים והעיקריים של יכולות הצילום היה בצילום אובייקטים ובהיותו אחד הכלים העיקריים שהובילו לפיתוח שיטות תיעוד אוספים מוזיאליים וקטלוגים. מאוחר יותר השתמשו אתנוגרפים ביכולות המדויקות של המצלמה לשם תיעוד ממצאים חומריים ואנושיים. אדוארדס טוענת כי העברת החפץ התלת-ממדי לייצוג דו-ממדי הפחיתה בערכו, ובעקבות זאת חלה הפחתה של התרבות המיוצגת עצמה. יכולות הצילום בשדה המחקר אפשרו את המחקר והדיון בחפצים גם במרכזי האקדמיה בכריטיניה ובארצות הברית.⁶⁸

אם כן, אפשר לסכם ולומר כי אף שצילום וייצוג חזותי של שדה המחקר העסיקו אנתרופולוגים כבר מראשית המחקר האתנוגרפי, לא התמקד המחקר החזותי בחקר חפצים, וביתר הבחנה, במוצרים מעוצבים או בייחודיות עולם העיצוב בכלל, לרבות עיצוב גרפי או ארכיטקטורה. יתרה מזו, המחקר האנתרופולוגי נטה להתמקד בשני ממדים בעולם החזותי: איסוף מידע אתנוגרפי (בצילום סטילס או וידאו בתור חלק מיומן תצפית מורכב ועשיר) או ייצוג אוספים חזותיים-תרבותיים וקטלוגים (אנתרופולוגיה מוזיאלית).

Ravetz, Amanda, "News from Home: Reflections on Fine Art and Anthropology", in: 65
Anna Grimshaw & Amanda Ravetz (eds.), *Visualizing Anthropology*, Bristol: Intellect
Books, 2005, pp. 69–80

Marcus, George & Myers, Fred, "The Traffic in Art and Culture". in: George Marcus & 66
Fred Myers (eds.), *The Traffic in Culture: Refiguring Art and Anthropology*, Berkley and
Los Angeles: University of California Press, 1995, pp. 1–51

Pink, Sarah, *The Future of Visual Anthropology*. London: Routledge, 2006; Howes, 67
David, *Sensing Culture: Engaging the Senses in Culture and Social Theory*, Ann Arbor: The
University of Michigan Press, 2003

Edwards, Elizabeth, *Raw Histories: עם עובר, 1979*; תל אביב: תל תקופה, 1979; 68
Photographs, Anthropology and Museums, Oxford and New York: Berg, 2001

בהמשך לניתוחו של בארת את ה"סיטראון" החדשה (Citroën DS), אפשר לראות כי לניתוח מבוסס חפצים יתרונות מספר על פני ניתוח אינטראקציה או ניתוח טקסטואלי-פרשני:⁶⁹

1. לעומת ניתוח פסיכולוגי-חברתי של אינטראקציה בין-אישית, ניתוח תהליכי העיצוב וההפקה של החפץ המתועש ודרכי השימוש בו בידי הצרכנים הוא ברור וחד-משמעי.
2. מכיוון שהחפצים סובבים אותנו בכל סביבה ומרחב – פרטי או ציבורי – בחיי היום-יום, הם זמינים ונגישים לנו הרבה יותר ממחקר המבוסס על אינטראקציה אישית.
3. בשל הבעייתיות הרבה באיתור נחקרים והשיקולים האתיים הכרוכים במחקר בין-אישית, השימוש בחפצים מתרחש בגלוי וגם במרחב הציבורי, ומכאן שאיסוף המידע על החפצים יכול להיערך בפשטות ולא בדרך "חודרנית" או פוגעת.
4. המוצר המתועש עוצב ויוצר בעבור ה"משתמש הפשוט", בניגוד לטקסטים תרבותיים-חברתיים שנוצרו בידי מומחים ומיועדים למומחים בשדות שונים.

יתרונות אלו נובעים מחשיבותו המחקרית-תיאורטית של ניתוח מבוסס חפצים בתור רובד תרבותי עיקרי בעולם המודרני (או הפוסט-מודרני) ומהיתכנותו.

מאפייניו הייחודיים של עולם העיצוב התעשייתי הובילו אותי ליצירת כלי מחקר חדש, המותאם לשדה. שיטת המחקר מתייחסת לייצוג החזותי הממוחשב בתור "טקסט תלת-ממדי", הניתן לפרשנות ברבזמן וכמשותף הן בידי המעצב הן בידי החוקר בתהליך שכיניתי בשם "חברותא בעיצוב". לפיכך בחרתי במתודולוגיית איסוף הכוללת תצפיות המשלבות ראיונות, כלומר ישבתי לצד המעצב מול מסך המחשב ובו תכנת ההדמיה התלת-ממדית (בדרך כלל תכנת solidworks).⁷⁰ במסגרת הצפייה בעבודתו של המעצב מול התכנה שאלתי את המעצב שאלות רבות, כגון: כיצד הוא הגיע לעיצוב הכללי של המוצר? אילו שאלות תיאורטיות, טכניות ואסתטיות הנחו אותו בבחירת הצורה החיצונית? כיצד הבחירה בחומרים משרתת הן את הרעיון האסתטי הן את הרעיון השימושי-ארגונומי של המוצר? אילו בעיות טכניות, חומריות, ארגונומיות ושימושיות עמדו ועדיין עומדות

69 Emission, Michael & Smith, Philip, *Researching the Visual: Images, Objects, Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry*, London: Sage Publications, 2000, pp. 110–111

70 מדובר בתכנת הדמיית תלת-ממד המשתמשת בשלושת הצירים העיקריים כדי ליצור אובייקט תלת-ממדי. המעצב יכול להשתמש בתכנה כדי ליצור הדמיה של המוצר המוגמר, לשנות צבעים, מרקמים וחומרים על מנת לדמות את הבעיות העומדות בפניו ולמצוא את הפתרונות הטובים ביותר. אפשר לקרוא על התכנה ולסקרה באתר החברה <http://www.solidworks.com/>. במקצת הסטודיית המעצבים בוחרים בתכנה Rhino, <http://www.rhino3d.com/id.htm>

בפניו בעיצוב המוצר? כיצד פתר את הבעיות האלה? מתי חש כי תם ונשלם עיצוב המוצר? אילו מורכבויות עמדו בפניו באינטראקציה עם הסוכנים האחרים בשדה העיצוב (הלוקח, המהנדסים ופס הייצור, המעצבים האחרים)? כאמור, שילוב שיטות המחקר (תצפית וריאיון) הוליד מעין "חברותא בעיצוב" – שיח עם המעצב על החפץ המעוצב. כך הבנתי טוב יותר את תהליך העיצוב ממקור ראשון, כלומר, מפי המעצב, עוד בטרם עבר החפץ לייצור סדרתי ותפס את מקומו התלת־ממדי בעולם המתועש.

לפיכך, במחקר החזותי שאני מציע, איסוף הנתונים נעשה כשיטת תצפית בשילוב ראיונות; מושאי המחקר שלי הם מעצבים תעשייתיים ומנהלנים; עיבוד הנתונים וניתוחם נעשים בשיטה של זיהוי תמות משותפות הנובעות מן החומר האמפירי, ולשם הניתוח יש להיעזר בבסיסיים תיאורטיים של סמיוטיקה, פוסט־מרקסיזם ותיאוריות פרשניות. כך, בעת ניתוח חפץ חומרי או חזותי, דרך ריאיון עם המעצב ותצפית על עבודתו, אפשר להבין את תהליך העיצוב כולו. השילוב בין תיאוריות פרשניות לתיאוריות ביקורתיות מעניק לניתוח היבט כפול של הבנת פרשנותו ותפיסות עולמו של המעצב (פרשנות), לצד היבטים ביקורתיים של עולם הצריכה ויחסי כוח בין "שחקנים" שונים בשדה המחקר (תיאוריות ביקורתיות־פוליטיות).

לסיום, ברצוני לציין כמה הבחנות בנוגע לדרכים המומלצות למחקר של אובייקטים מעוצבים הממוקמים בשדה חזותי מורכב (לדוגמה, הדמיית תלת־ממד של מוצר שעדיין אין לו קיום מוחשי):

1. **תרבות חומרית (material anthropology):** נוסף על המידע שאנשים מספרים לנו, הדברים שהם עושים, יוצרים ומעצבים מקנים עוד ידע, שלעתים סותר את המידע הקודם. מכאן שלצד ראיונות ותצפיות ישנו ערך רב לחפצים שונים (אנתרופולוגיה חומרית, יצירות אמנות או ממצאים ארכאולוגיים), שלמעשה הם תוצר משלים לנתונים המילוליים והחזותיים. בשל חשיבותה של התרבות החומרית, Hodder קורא לעגן אותה בתיאוריה. כאשר אנו בוחנים אובייקטים תרבותיים שונים (אמנותיים או יום־יומיים) עלינו לעשות זאת בהתחשב בכמה מאפיינים: דרכי ההפקה או הייצור, דרכי השימוש, דרכי השלכת החפץ בסיום השימוש, או דרכים חדשניות או טכנולוגיות ליצירת דרכי שימוש חדשות לאותו החפץ או המוצר.⁷¹ מכיוון שבמחקר מסוג זה אנו עוסקים במוצרים המיוצרים באופן מתועש־טכנולוגי, אפשר להוסיף למאפיינים אלו גם בחינה של אופי ההרכבה של המוצר, תהליכי ההרכבה שלו, משך הייצור, עלויות

Hodder, Ian, "The Interpretation of Documents and Material Culture", in: Denzin & 71
Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*, pp. 703–715

הייצור ומערכות היחסים הסבוכות של סוכני הייצור השונים.⁷² נוסף על כך, בבחינת החפצים עצמם אתמקד בעיקר בשלושה רבדים מרכזיים: הצורה של החפץ (אסתטיקה, סמליות, סמיוטיקה ועוד); החומרים המרכיבים את החפץ (משמעות כל חומר, מערכת היחסים בין החומרים למאפיינים התרבותיים-חברתיים המשויכים לכל חומר); התכלית של החפץ (למה הוא משמש). כאמור, לכל חפץ ישנם מאפיינים סמליים ההופכים אותו לחלק ממערכת לשונית ומאפיינים תרבותיים וחברתיים, המעידים רבות הן על טעמו הן על מעמדו של המשתמש הן על יחסי הכוח השונים שהחפץ מייצג. מכיוון שהחפצים העומדים במוקד מחקר זה אינם יכולים לדבר בזכות עצמם, פניתי אל המעצבים, ובשיחות משותפות הם הציגו את פרשנותם המקצועית והאישית בנוגע למאפיינים השונים של כל חפץ מעוצב.

2. מעבר לתרבות חזותית (visual anthropology): באותה המידה שתמונות סטילס או וידאו הפכו לחלק בלתי נפרד מחיינו, וכיוון שכך, גם חלק בלתי נפרד במחקרים אתנוגרפיים,⁷³ כך עלינו להרחיב את מושאי המחקר החזותי של החוקר; עלינו להוסיף לעולם החזותי הקלאסי את עולמות התוכן החזותיים "החדשים",⁷⁴ שהאנתרופולוגים נטו פחות לעסוק בהם (פרט לעולם האמנות, שנחקר רבות בהקשר הסוציולוגי ובתור חלק מלימודי תרבות): האינטרנט, העיצוב הגרפי, עולם הקריאיטיב בשדה הפרסום, הארכיטקטורה וכמובן העיצוב התעשייתי. כשם שהאנתרופולוגיה החזותית ייצגה את אפיוני התרבות המגוונים בחברות שונות בעבר, ומאוחר יותר שימש הווידאו לאותה מטרה,⁷⁵ כך עלינו להתייחס לכל תוצר חזותי הנוצר בשדה תרבותי-חברתי, ובכלל זה, כמובן, החפצים התעשייתיים בעידן המודרני.⁷⁶ יתרה מזו, עלינו להוסיף

72 Tilley, Christopher, "Ethnography and Material Culture", in: Paul Atkinson, Amanda Coffey, Sara Delamont, John Lofland & Lyn Lofland (eds.), *Handbook of Ethnography*. London: Sage Publications, 2001, pp. 258–271

73 פן ג'מה, "גיתות סמיוטי של תמונות דום (סטילס)" בתוך: מחקר איכותני: שיטות לניתוח טקסט, תמונה וצליל, מרטין באואר וג'ורג' גאסקל (עורכים) עמודים 278-259, רעננה: הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, 2011; Harper, Douglas, "Reimagining Visual Methods: Galileo to Neuromancer", in: Denzin & Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*, pp. 717–732

74 Pink, Sarah, "Introduction: Situating Visual Research", in: Sarah Pink, László Kürti & Ana Isabel Afonso, *Working Images: Visual Research and Representation in Ethnography*, London: Routledge, 2004, pp. 1–12

75 MacDougall, David, "The Visual in Anthropology", in: Marcus Banks & Howard Murphy (eds.), *Rethinking Visual Anthropology*, New Haven & London: Yale University Press, 1997, pp. 276–295

76 Aull Davies, Charlotte, *Reflexive Ethnography: A Guide to Researching Selves and Others*, London: Routledge, 1999

לייצוגים חזותיים אלו את המאפיינים התרבותיים-חברתיים של העידן הנוכחי: מוצרי הצריכה המעוצבים. כל התוצרים החזותיים הנוצרים באפיקים האלה הם בעלי נרטיב מובחן, ובתור חוקרים תרבותיים-חברתיים עלינו לעסוק גם בנרטיבים אלו, ההולכים ומחליפים את הנרטיבים הקלאסיים בדמות התמונה וסרט הווידאו. התמקדות בחקירה של חפצים תלת-ממדיים, החל בחפצי צריכה יום-יומיים, עבור בחפצים קולקטיביים במרחב הציבורי (פסלים ואנדרטאות) וכלה בכלי רכב וביצירות אמנות, יסיפו נדבך חשוב למחקר האנתרופולוגי.⁷⁷

3. "הטקסט התלת-ממדי": בדומה לגישתה של טדלוק ובניגוד לתצפית קלאסית, הבוחנת התנהגות אנושית כסוג של מיצג, המיצג של שדה העיצוב הוא ההתנהגות האנושית (תהליך העבודה של המעצב מול תכנת המחשב) ומעשה היצירה החומרית של החפץ.⁷⁸ כשם שנוסף על השימוש בייצוגים החזותיים הקלאסיים (תמונות וסרטי וידאו) התמקדה פינק בטקסטים אלקטרוניים ובמידע דיגיטלי הנמצא במאגרי מידע אינטרנטיים ואחרים,⁷⁹ ברצוני להוסיף לשיטות המחקר הנפוצות מתודולוגיה חזותית המתמקדת בייצוג חזותי, המומחש בהדמיות תלת-ממד בתור כלי אתנוגרפי עיקרי במחקר של מגוון שדות עיצוב (עיצוב גרפי, תעשייתי, טקסטיל ואפנה) וארכיטקטורה. אמנם כבר מראשית המאה העשרים השתמשו אנתרופולוגים בטכנולוגיה חזותית, ואולם עיקר השימוש בטכנולוגיה זו נועד לשמש כלי נוסף במאגר כלי המחקר של האתנוגרף. לדעתי, ייחודיות שדה העיצוב התעשייתי מכתובה פיתוח של כלי מחקר חדשים לתיעוד של חומרים חזותיים מורכבים ומגוונים וניתוחם.

לסיכום, במאמר זה הראיתי כי שדה החפצים המעוצבים מורכב ועשיר בפרטים; ההתרחקות מגישות ניתוח קלאסיות, לדוגמה, גישות ניתוח של עולם האמנות, עלולה לחטוא למורכבות זו ולהתמקד בעיקר בפן החזותי או האסתטי של המוצר. בעזרת שימוש בתפיסות תיאורטיות ומתודולוגיות הנובעות מן הדיסציפלינה האנתרופולוגית, יוכל החוקר להעמיק את הבנתו ולהעשירה עשירה אף יותר. התמקדות בחומרים,

77 Emission, Michael, "The Conceptualization and Analysis of Visual Data", in: David Silverman (ed.), *Qualitative Research: Theory, Method and Practice*, London: Sage Publications, 2004, pp. 246-265

78 Tedlock, Barbara, "The Observation of Participation and the Emergence of Public Ethnography", in: Norman Denzin & Yvonna Lincoln (eds.), *The Sage Handbook of Qualitative Research*, 3rd edition, London: Sage Publications, 2005, pp. 467-482

79 Pink, Sarah. 2001. *Doing Visual Ethnography: Images, Media and Representation in Research*. London: Sage Publications

בדרכי ייצור ובמערכת הקשרים שבין הלקוח לצרכן ולסוכני התרבות, לצד הבנה מעמיקה של הקשר הסובייקטיבי בין עולמו האישי של המשתמש לבין המוצר שהוא משתמש בו, ייצרו תמונה מהימנה יותר של מוצרי היום-יום שאנו משתמשים בהם.