מכון טכנולוגי חולון
Holon Institute of Technology

**שם הקורס:** המעצב כפרזנטור - שימוש בטכניקות מעולם המשחק והויז׳ואל להעברת פרזנטציה ולניהול זהות מול קהל

**שם הקורס באנגלית**: The Designer as a Presenter

**אופן ההוראה:** שיעור וסדנה

**שם המרצה:** גלית יבין דודסון

שעות שבועיות: 4 ש'ס

נקודות זכות: 2.5

**מטרת הקורס:**

קורס זה עוסק בהקניית מתודולוגיה ופרקטיקה של ניהול זהות המעצב ושל אסטרטגיות שליטה בהצגת הפרזנטציה.
המעצב הוא המושך הארגוני של הרעיון העיצובי. עליו לחבר בין הערכים, החזון, הויז׳ואל והמטרה ליצירת תוצר סופי בעל ערך.
התוצר הסופי מוצג לקהל היעד, באמצעות טכניקות מסירה. מעמד זה נקרא: פרזנטציה.
באמצעות טכניקות מסירה מעולם המשחק והויז'ואל, נהפוך את המעצב לפרזנטור המשפיע ביותר על התוצר שלו. הגדרת המעצב כפרזנטור מתחילה במודעות לתפיסה העצמית הנגזרת מעולם התוכן שלו. באמצעות משחקי סימולציה אינטראקטיביים והתנסות בטכניקות מעולם המשחק והויז'ואל, יתרגל המעצב מודלים התנהגותיים וירכוש כלים לניהול זהות, במקביל לניהול הרושם כפרזנטור מול קהל. במהלך הקורס נלמד לנסח רעיון בעל ערך מוביל. נשלב טכניקות מסירה מגוונות מעולם הויז׳ואל והמדיה להצגת נתונים ונתמקד בדפוסים ויזואלים ומילוליים ליצירת שפה עיצובית עצמאית בעלת ערך קומוניקטיבי במעמד הפרזנטציה.

**תכנים מובילים:**

- המעצב ירכוש כלים לניהול זהות הנגזרת מעולם התוכן שלו, במקביל לניהול הרושם כפרזנטור מול קהל.
- תרגיל במה: perception leading to impression management-self.
- השפה הפרסונלית: שפת גוף אפקטיבית, תרגול טכניקות מעולם המשחק.
- השפה הויזואלית: שילוב טכניקות מסירה מעולם הויז'ואל והמדיה להצגת מסרים חזותיים.
- השפה הטקסטואלית: המעצב כסוכן עולם התוכן שלו - תרגול טכניקות מסירה מול מצלמה, ניתוח אישי.
- סימולציה אינטראקטיבית: הסימולציה מאפשרת לתרגל מצבים שונים על ידי משחק תפקידים ויצירת אינטראקציה בין המעצב לשחקני הסימולציה.
- בידול: איזה ערך מעניק הרעיון לקהל שלכם? בידול פרסונלי כתהליך דידקטי לבידול רעיון.
- המעצב כסטוריטלר (storyteller): אסטרטגיית הסיפור הנכון למוצר/חלל הנכון.
- המעצב כמושך ארגוני של הרעיון המוביל שלו: ניהול אינטגרטיבי בין הערכים, החזון, הויז'ואל והמטרה.
- הקוד האישי: תרגום דפוסים ויז'ואלים ומילוליים לשפה עיצובית עצמאית בעלת ערך קומוניקטיבי.
- איפיון קטגורי של קהל היעד: מהי הזהות החברתית של הטעם הטוב?
- הטייה קוגניטיבית: הטיית קשב ויצירת דגשים מול קהל יעד.
- תכנית עסקית: מתווה עסקי המכיל ערך רגשי.
- ניסוח הזהות המקצועית: ראיון עבודה/לקוח/קהל יעד.

**פירוט מפגשים:**

מפגש 1 - תוכן עצמאי בעל ערך אוניברסלי: הכרה במערכת קודים אישית/ חברתית / איקונוגרפית/תרבותית.
מפגש 2 - השפה הפרסונלית: המעצב ירכוש כלים לניהול זהות הנגזרת מעולם התוכן שלו, במקביל לניהול הרושם כפרזנטור מול קהל. תרגיל במה: perception leading to impression management-self.
מפגש 3 - שפת גוף אפקטיבית: העברת תכנים אמוציונליים באמצעות טכניקות מעשיות מעולם המשחק.
מפגש 4 - שפה טקסטואלית: המעצב כסוכן תרבות של עולם התוכן שלו. תרגול טכניקות מסירה מול מצלמה; ניתוח אישי.
מפגש 5 - שפה ויזואלית: אפיון מסרים ויזואליים. ויזואליה והצגת דאטה: הצגת נתונים בצורה חזותית, תרגום דפוסים ויזואליים ומילוליים לשפה עיצובית עצמאית בעלת ערך קומוניקטיבי.

גולומב 52, ת.ד 305, חולון 58102
טלפון 03-5026816, פקס' 03-5026590
52 Golomb St., Holon 58102 Israel
www.hit.ac.il Tel. 972-3-502-6816, Fax. 972-3-502-6590
הפקולטה לעיצוב
Faculty of Design

מפגש 6 - סימולציה אינטראקטיבית המאפשרת לתרגל מצבים שונים על ידי משחק תפקידים ויצירת אינטראקציה בין המעצב לשחקני הסימולציה. התנסות מעשית במרחב הבמה.
מפגש 7 - סימולציה ממוחשבת: נשלב טכניקות מעולם הויז'ואל ליצירת מסר מוביל על גבי מסך. ניתוח מודל רעיוני באמצעות טכניקות מעולם המדיה. תרגיל מעשי: שילוב טכניקות חזותיות.
מפגש 8 - אני מנצח, אתה מנצח: יצירת שפה תקשורתית על ידי יצירת מכנה משותף עם קהל היעד. group group /in out: מערכת יחסים בין הפרזנטור והקהל. מהי הזהות החברתית של הטעם הטוב? אפיון קטגורי של קהל היעד. ניהול מוכוון לקוח.
מפגש 9 - מודל הניסוי החברתי: נבחן כיצד "הטרנס האורבני" מוביל התנהגות של ההמון, האם ניתן להסיט את תנועת הזרם וליצור דפוס התנהלותי אחר באמצעות מסרים ויז'ואלים, טקסטואלים והתנהגותיים. - תרגיל סימולציה אינטראקטיבית.
מפגש 10 - איזה ערך מעניק הרעיון לקהל שלכם? חלל בעל ערך אידאולוגי/מוצר בעל ערך טכנולוגי/גרפיקה בעלת ערך תרבותי. בידול פרסונלי כתהליך דידקטי לבידול רעיון.
מפגש 11 - המעצב כסטוריטלר: אסטרטגיית הסיפור הנכון למוצר הנכון. התנסות בטכניקת סטוריטלינג (storytelling). מ"כלכלת התשוקה" ועד "דיוקנאות בדויים": מניפולציות על עולם המציאות.
מפגש 12 - פיתוח מודעות לתהליך ניהול אינטגרטיבי בין הערכים, החזון, הויז'ואל והמטרה. הצגת מתווה עסקי המכיל ערך רגשי. הצגת מודלים מעשיים להתנהלות ארגונית.
מפגש 13 - תרגיל מסכם: פרזנטציה בנושא "ניהול הרושם אל מול התפיסה העצמית". במהלך הפרזנטציה תוצג שליטה בהעברת מסר ויזואלי בעל ערך מול קהל כמעצב פרזנטור.

**הרכב הציון:**
55% השתתפות בתרגילי הקורס
15% תרגיל ביניים
30% תרגיל מסכם

**ביבליוגרפיה חובה:**


1. סטניסלבסקי, ק', עבודת השחקן על עצמו, תרגום: ה' אבי חנן (מפעלי תרבות וחינוך, 1966).
2. דרומר, א', "מציאות כאילו", סטודיו, 43 (1993), עמ' 44-45.
3. דה סרטו, מ', "המצאת היומיום," תרגום: א' אזולאי, תיאוריה וביקורת, 10 (1997), עמ' 15-24.
4. Bass, A. “Structure, Sign, Play”, in: Writing and Difference (Chicago: University of Chicago Press, 1978) pp. 278-290.


**ביבליוגרפיה רשות:**


1. דלילו, ד', רעש לבן, תרגום: מ' זינגר (תל אביב: זמורה-ביתן, 1991).
2. בארת, ד', הנאת הטקסט, וריאציות על הכתב, תרגום: א' להב (תל אביב: רסלינג, 2004).
3. Zarrilli, P, Acting (Re) Considered (London & N.Y: Routledge, 1995).
4. Herrnstein-Smith, B. “Value without Truth Value”, in: Fekete, J. (ed.), Life after Postmodernism: Essays on Value and Culture (New-York: St. Mortin Press, 1987).
5. Vejlgaard,H., Anatomy of Trend (New York: McGraw-Hill, 2007).
6. Butler,J., Gender Trouble: Feminism and the subversion of Identity (London: Routledge, 1990).
7. Kinder, M. “Music, Video and the Spectator: Television, Ideology and Dream”, Film Quarterly, 38(1) (1984), pp. 2-15.