

26.3x25.05	2	עמוד 13	הארץ - גלריה	10/11/2010	24859637-4
המכללה הטכנולוגית חולון מכללה טכנולוגית חולון 83313					

יופיו של החטא

עם צאת הגיליון העשירי של מגזין העיצוב "A5", המוקדש לחטאים, מספרים עורכיו מדוע התעקשו שלא להסתפק באתר אינטרנט

יובל סער

בירון שבו כולם ממחרים להספיר את עולם המגוינים והעיתונות המודפסת, תמיד קל למצוא אשמים: אנשים קוראים פחות, הרור הצעיר מוצא את המידע שהוא מחפש ברשת, קשה לנו לקרוא כמויות גדולות של טקסטים, ועוד קלישאות שלא תמיד מבורסות על עובדות. למרות המצב הכלכלי והתחזיות הקוררות, כתבי עת חדשים יוצאים לאור כל הזמן. רוב המוציאים לאור מונעים על ידי תשוקה לתחום הכיסוי ולרף המודפס. כזה הוא גם המקרה ב"א5", שהגיליון העשירי שלו יצא לאור בחודש שעבר.

הגיליון הראשון של "A5" יצא לפני כארבע שנים, בינואר 2007. עשרה גיליונות הם לא עניין של מה בכך, במיוחד כשכל עלויות ההפקה יוצאות מכיסם של שלושת עורכיו – בני הזוג קרן וגולן גפני ושותפתם טלי גרין, בוגרי המחלקה לתקשורת חזותית במכון טכנולוגי חולון.

כל גיליון של "A5" מוקדש לנושא אחר. השאיפה היא לבחור בכל פעם נושא רחב ידיעה, שמאפשר התייחסויות מגוונות ככל האפשר. גיליונות הוקדשו למין, לגיבורים, לרמיקסים והגיליון האחרון הוקדש לחטא. בין האמנים והמעצבים המשתתפים בה אורי גרשט, גיל יפמן, לאה גולדה הול-טרמן, אדם שר, פילפלד (ניר פלד), ליאב מזרחי, יותם הדר וגבי נתן.

מלבד היותם בני זוג, כבר שש שנים שקרן וגולן הם בעלי סטודיו לעיצוב הנושא את שמם. "כולנו חיפשנו משהו שהוא לא רק עבודה מול לקוח", מספרת גפני על תחילת דרכו של המגזין. "אנחנו מאוד אוהבים עיצוב, אבל תמיד יש לקוח עם הצרכים שלו והביקורת שלו. יש בזה אתגר וגם כיף, אבל

לצד זה התחשק לנו לעשות משהו שיהיה הבייבי שלנו, רק בשביל הכיף, לא בשביל הכסף. עם זאת, אנחנו מתייחסים למגזין כמוצר מרף לכל דבר, גם אם הוא לא באמת עומד בהגדרה של עיצוב ללקוח. רצינו משהו שלא יהיה חר פעמי, שיגדל ויתפתח. בתור מעצבים שיש להם אהבה לאמנות, המפגש בין שני התחומים היה חסר לנו; ההתייחסות לגרפיקה כא- מנות לא מפותחת מספיק בארץ."

למה דווקא מגזין?

גרין: "מהרגע שאתה מסיים את הלימודים, אתה נשאר לערוך מקצועי שאתה מחויב לו בכל מיני אופנים. במגזין אתה יכול ללכת בנתיב קצת אחר. בהמשך התברר לנו שאנחנו לא לבר וגילינו שהרבה אנשים צמאים לאפיק שיאפשר לנתב אליו את היצירתיות הלא מסחרית, תלוית הלקוח או המוצר. אפשר לפרסם אמנם תכנים גם ברשת, אבל יש שם הצפה מאוד גדולה משום שהכל חינם וזמין. זה כמעט שקול למשהו שלא קיים, משהו שאי אפשר למצוא. יש עודף מידע, הכל נמצא שם, אבל כאילו לא נמצא שם; אתה יכול באתה מידה להישאר בלי כלום. הרגשנו שחסר מוצר פיסי, בוודאי בשוק המקומי, שאתה יכול לקחת הביתה".

הראייה לתקפותו של המגזין הוא מספר הפניות שמקבלים עורכיו: לדבריהם, לכל גיליון מתקבלות 500-600 תגובות והצעות מהארץ ומה- עולם (המגזין נמכר באמסטרדם, ברלין, ברצלונה ובקרום גם בפאריס). "אנו מתייחסים לכל הצעה באופן שווה, מדפיסים אותה ומנסים ליצור מארג של עבודות עם אמירה מקורית, ולשלב אמנים ומעצבים מוכרים לצד חדשים.

אנחנו רואים שכ-70% מהמשתתפים יהיו יוצרים מקומיים; יש חשיבות לכך שהמגזין מקורו בארץ. בהקשר הזה, יותר חשוב לנו שהיוצרים יהיו מקומיים מאשר שהתכנים יהיו מקרמיים", אומרת גרין. "המטרה היא ליצור גלריה מודפסת של יוצרים מקומיים ולהפיץ אותה בארץ ובעולם."

"מגזין מודפס מאפשר להעביר את החוויה בצורה האינטימית ביותר: להחזיק את המגזין, להריח את הנייר, לרפדף", אומר גולן. "יש משהו בפורמט של מגזין שמרגש אותנו, לראות בן אדם מחזיק את זה ומרפדף".

אתה לא זן רומנטי נבחר? האיפוד לא יחסל את המגזין המודפס? גולן: "אני רוצה להאמין שלא".

גרין מצטרפת לדברים: "זה ישתנה, יהיה תחליף ועדיין נייר מודפס

הוא משהו שיש לך וטביעות האצבע שלך נשארות עליו. מעבר לזה, אנחנו אוהבים את הקהילה שנוצרה סביב המגזין. יש מפגש בין האמנים לאנשים בעלי עניין בתחום, נוצרים שיתופי פעולה חדשים, תערוכות ועוד. אני שים מחפשים כל הזמן מקומות ליצור. כיף לנו לראות שזה לא רק בראש שלנו".

האמנתם שיהיה גיליון עשירי?

גולן: "בטח".

גרין: "באופן עקבי אנחנו מתעלמים מהצד הכלכלי ורצים קדימה. גם היום עדיין יש תחושה של הפתעה בכל פעם שקורה משהו, שפונים אלינו, שאנחנו מקבלים עבודה ממישהו מוכר. גם היום אני עדיין מרגישה שזה תינוק שעושה צעד ראשון".



תצלום: טלי גפני



מימין: טלי גרין, קרן גפני וגולן גפני. אוהבים את הקהילה שנוצרה סביב המגזין