



מגמת אמנות בית-ספר "אמירים", כיתות י'-יא', גאים להזמין אתכם
לפתיחת תערוכה:



אנחנו ותרבות הצריכה

פתיחת התערוכה תיערך ביום רביעי ה-19/1/2018, בשעה 10:00, במבואת הכניסה לבית הספר

תערוכת צילומים:

הקניון כמוזיאון תרבות הצריכה

תערוכת ציורים, איורים וכרזות:

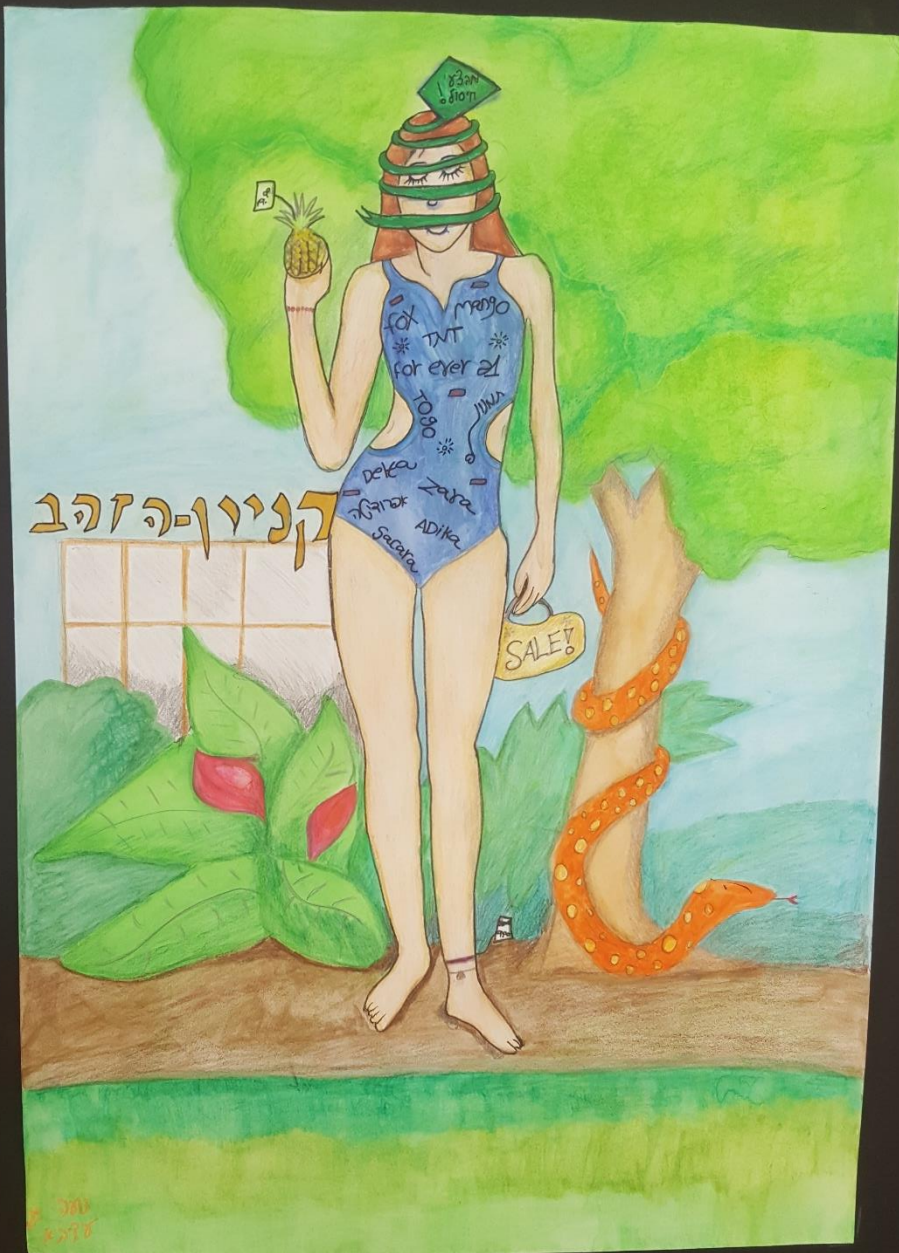
דמות החברה הצרכנית



העבודות נעשו במסגרת פרויקט לימודי רב-תחומי בנושא "תרבות הצריכה" שהועבר בשיתוף "הרשת הירוקה" ובסיוע איגוד ערים לאיכות הסביבה גליל מערבי



"איגוד ערים לאיכות הסביבה
גליל מערבי"



נועה עקיבא, כיתה י'

מבצעים בגן עדן

עפרונות וצבעי מים על נייר

הרבות הצריכה לדעתי, מנצלת את הקדמה בחיים שלנו, כגון תקשורת בין אנשים, בשימוש בטלפונים מחשבים וכו'.. אך בניגוד לכך, תרבות הצריכה הורסת לאט לאט את העולם.. אנשים מגזימים בצריכה שלהם. תרבות הצריכה של העידן הנוכחי מבטאת את האופן שבו החברה של היום לא שומרת על הסביבה שלה.. אנשים קונים לפעמים סתם דברים/בגדים ולאחר זמן קצר זורקים וקונים שוב דבר חדש. כמובן שתרבות הצריכה עוזרת לנו בחיי היומיום בכל מיני פריטים שונים וחידושים מהשנים האחרונות (מכשירים מכונות ועוד..) אבל רוב הצריכה מוגזמת ואפילו קצת עיוורת. כבר לא שמים לב לצריכה הרבה. בעבודה שלי רואים כביכול את דמותה של חווה בגן עדן. בעבודתי לא רואים את חווה "התמימה" כמו בסיפור הידוע, כאן חווה מלאה במותגים ומבצעים. בחרתי להתמקד דווקא בנושא זה מכיוון שלקחתי את ההתחלה של העולם ואת תמימותו והפכתי את חווה לאופן שבאמת העולם כיום נראה. לדעתי העבודה שלי מבטאת את תרבות הצריכה הרבה שלנו כיום בניגוד לאותו סיפור של אדם וחווה ששם אפילו דבר אחד קטן לא היה דומה לאיך שהעולם שלנו נראה היום.

מי הכי

יפה בכל גופי
לראתך א.ס.ג.
???





נויה אלטר, כיתה י'

המחשבות שלו

טכניקה מעורבת

תרבות הצריכה לדעתי, זה לדעת כמה אתה צורך וכמה ג'יב'נה שלך צורכת. להיות מודע לכמויות, לכסף ולמה שאתה צורך לנפשו באמת. תרבות הצריכה מתבטאת בעבודה בכך היא מראה כיצד הילד חושב רק על אישה שעושה קניות, זו, יכולה להיות בעצם אמא שלו או אהודו, אישה שקונה כל הזמן דברים. העבודה שלי מראה שזה מה שכולם חושבים עליו כל הזמן, נשים ילדים ומבוגרים שעסוקים רק בקניות.

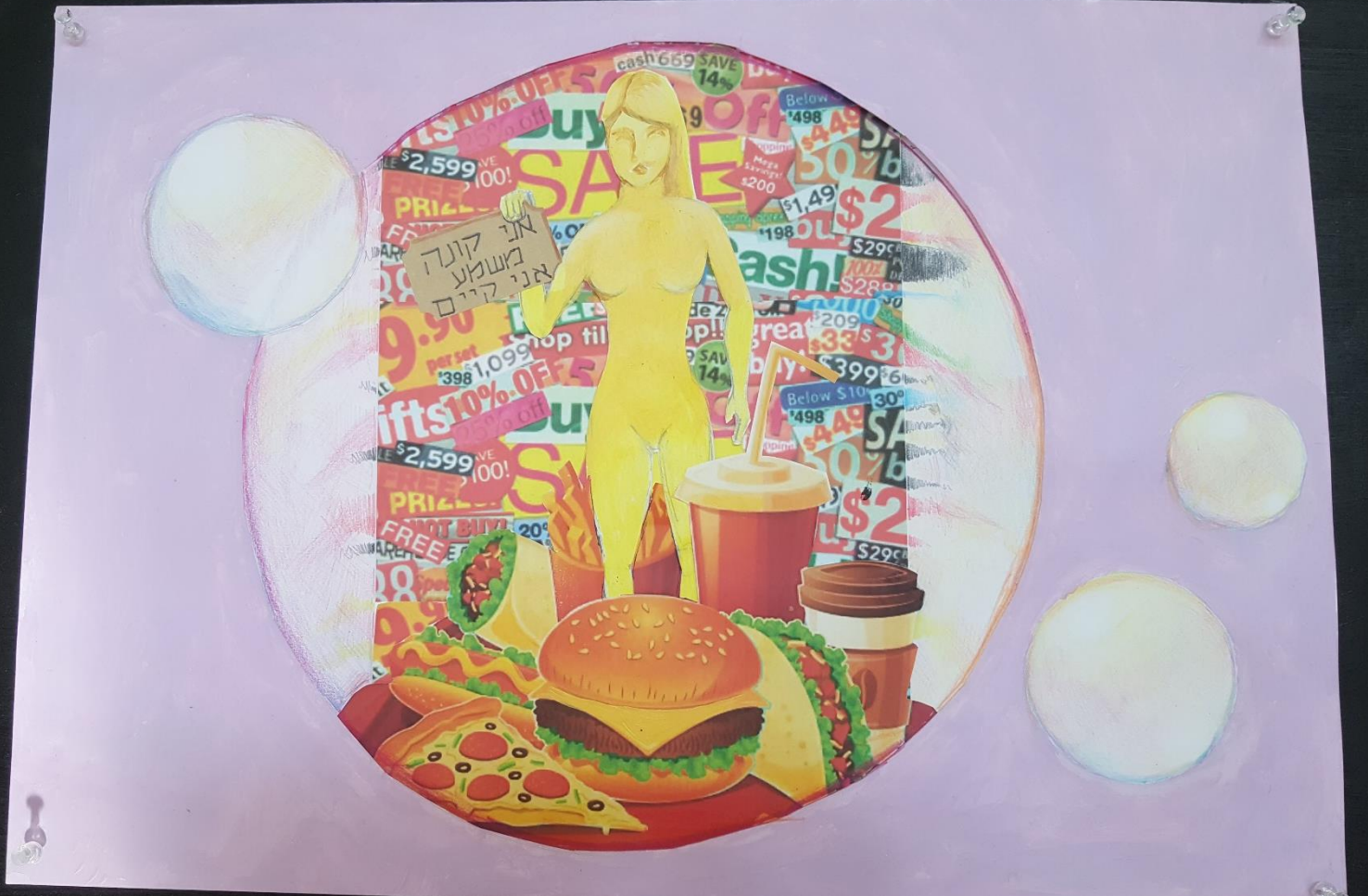


עדן קליין, כיתה י'

המתנה

עפרונות מים ואקריליק על נייר

תרבות הצריכה, היא מעגל שמתחיל ביצור מגוון עצום של מוצרים ע"י תאגידים גדולים או בעלי הון. לאחר מכן הם מפרסמים ומשווקים על ידי פרסומות מניפולטיביות שגורמות לבני האדם להפוך לצרכנים של הסחורה ועל ידי כך הם מתעשרים. כך העבודה מבטאת את התקופה בה אנו חיים- תקופה המתבססת על טכנולוגיה. תקופה זו מתאפיינת בתופעת הגלובליזציה המאפשרת להגיע לכל העולם ולמכור סחורה. בעבודתי אני מראה דמות החיה בתוך עולם של מתנות. האריזות היפות הן הסביבה שלה עד שגם היא הופכת להיות אחת מהן. מתנה.



אלון צורי שוסטר, כיתה י'

חיים בבועה

הדפסת דיו, עפרונות צבעוניים

תרבות הצריכה לדעתי היא דרך החשיבה של בני האדם לגבי מה שהם צריכים מבחינה חומרית ומה שכביכול הופך אותם למאושרים ומסופקים.

כיום אנחנו חיים בעידן טכנולוגי, בו כולם רוצים להיות בעניין. כיום לרובם יש טלפון חכם ומחשב ודרכם אנחנו מקבלים אין סוף מסרים שבסופו של דבר מנסים למכור לנו משהו, וכנראה שהם גם יצליחו. העבודה שלי מראה חיים בבועה שהיא גם סגורה וגם יכולה להתפוצץ בכל רגע. הרקע מקרין חוסר שקט בצבעוניות ומחובי המסרים. האוכל המהיר שבקדמת היצירה מבטא את קצב החיים בעידן הנוכחי.



נוגה אמסילי

כוח הכבידה

קולאז' ואקריליק על נייר

בעבודה שלי מוצג כדור הארץ כאשר מסביבו חגה טבעת מוצרי צריכה. מאפיין מוצרים אלה הוא שהם מוצרי מוצרי שאינם הכרחיים לאדם. בחרתי להציג כך את תרבות הצריכה כיוון שלפי דעתי תרבות זו מאפיינת אותנו וחגה סביב עולמנו במעגליות אין סופית שלא ניתן לצאת ממנה ממש כמו הטבעות סביב כוכב הצדק שקשורות אליו בכוח הכבידה.

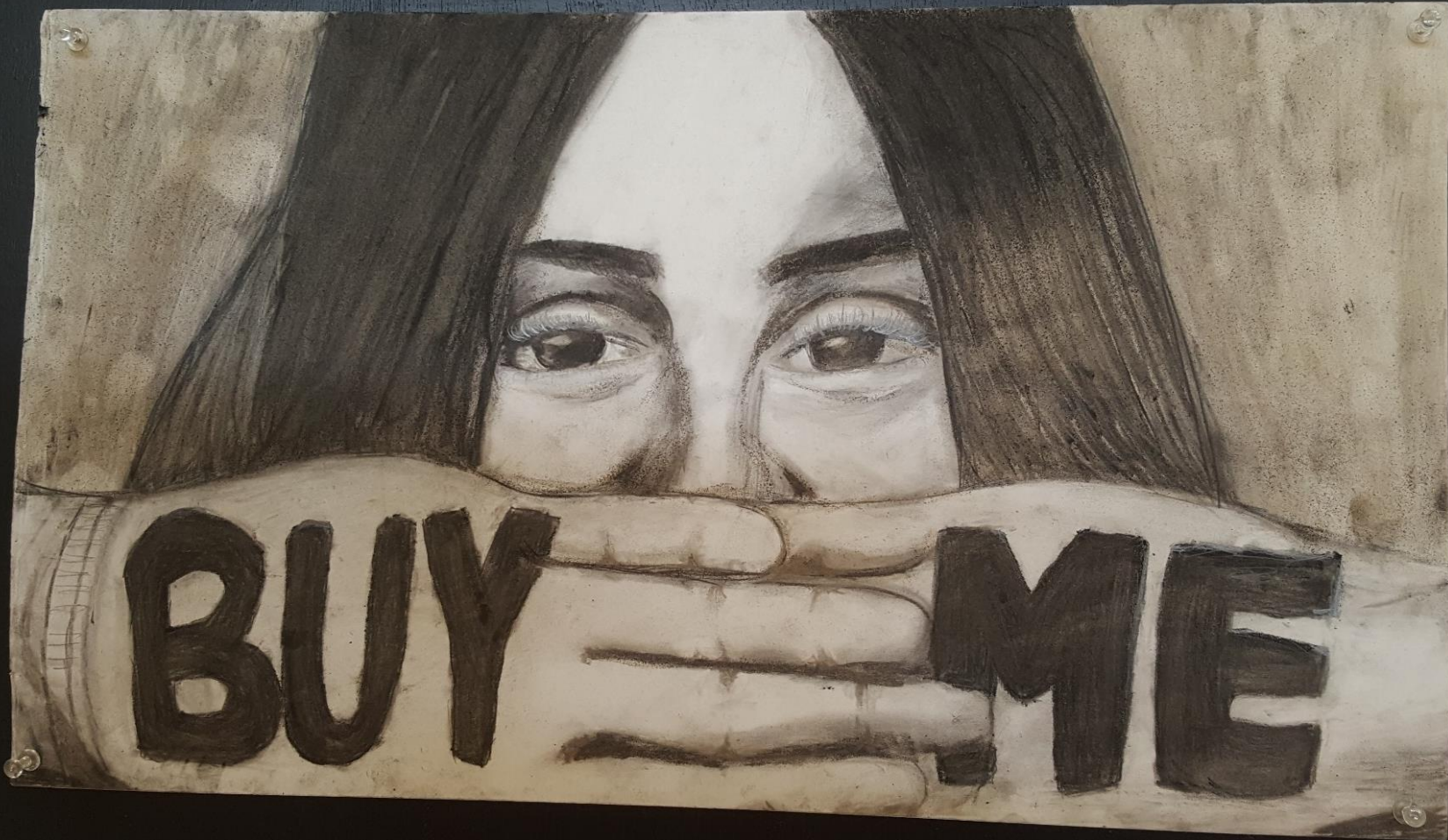
אפיק גרציאני, כיתה י"א

עיוורון

צבעי אקריליק ועפרונות צבעונים על נייר

בעבודתי מוצג דיוקן של דוגמנית בצבעי שחור-לבן. היא מרכיבה משקפי שמש צבעוניים ועליהם סמלי מותגים שונים. פניה "חסרות הצבע" וחסרות המבע מקבלות "חיים" באמצעות המשקפיים הצבעוניים המייצגים את העולם הצרכני ואת תרבות הצריכה. הדוגמנית רואה דרך משקפיה רק מותגים וכנראה שזה הדבר היחיד שחשוב לה. בדרך זו אני מעבירה ביקורת על עולם הערכים הרדוד והשטחי שתרבות הצריכה מייצרת.





שי פלס, כיתה י"א
buy me
גירי פחם על נייר

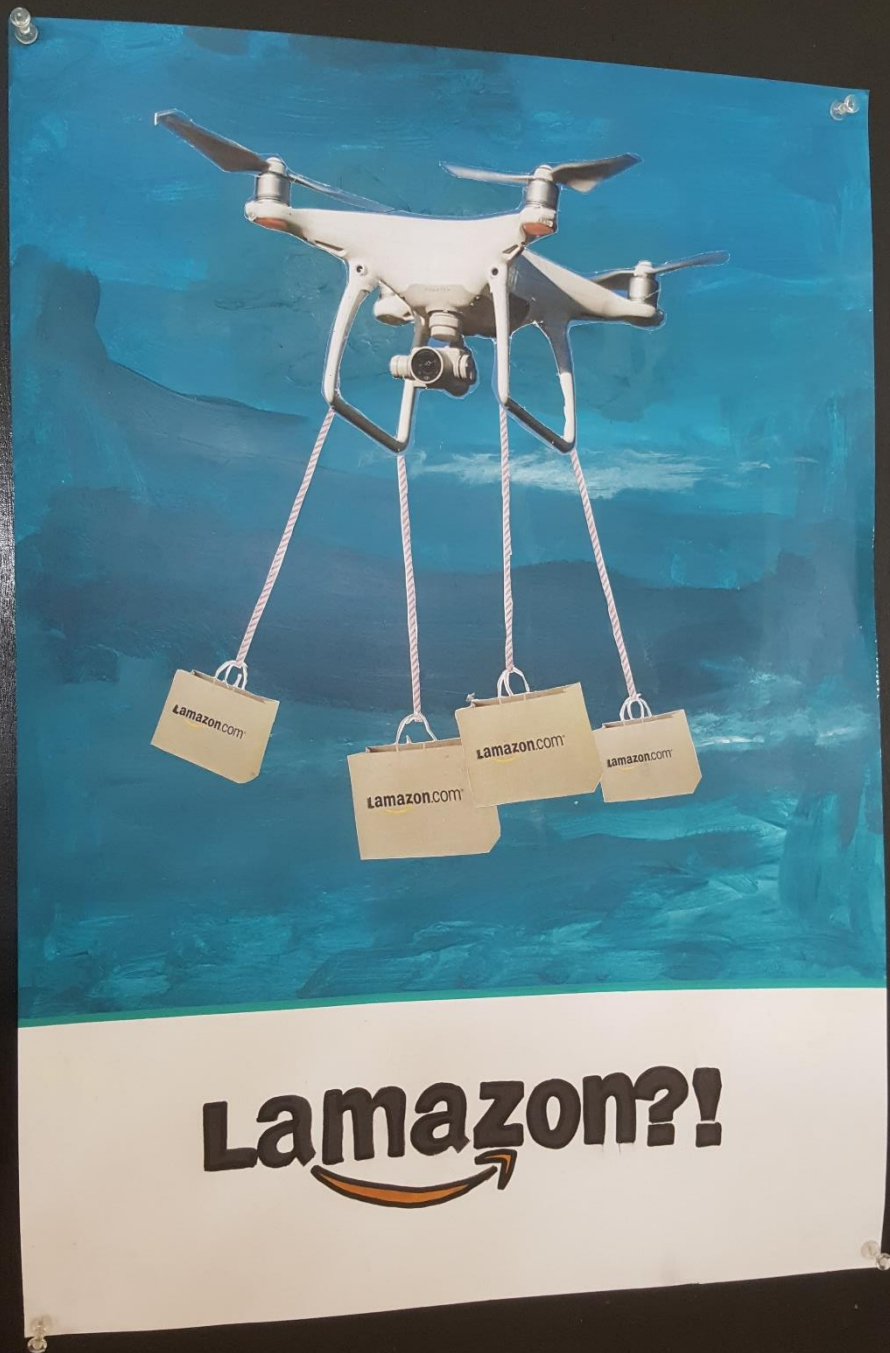
בעבודה שלי מוצגות פניה של אישה המוסתרות חלקית על-ידי שתי כפות ידיה שעליהן כתוב "buy me". באמצעות האישה המציעה את עצמה למכירה אני יוצרת הקבלה בינה לבין מוצר הניתן לרכישה בכסף. בדרך זו אני מבקרת את תרבות הצריכה הגורמת לנו לשפוט הכל בדרך של שווי כספי ובכך מעמידה בסכנה את ערך האדם.



התמכרות

נועם בן שטרית

בעבודה שלי מוצגת יד נשית ועדינה הנושאת מגוון שקיות צבעוניות וססגוניות המושכות את העין ומפתות את הצופה לדמיין את ה"אוצרות" הטמונים בתוכן. העבודה שלי, בדומה לפרסומת, "מוכרת" לצופה את האשלייה שעולם הקניות הוא עולם קסום ומלא הפתעות. בדרך זו אני מבקרת את מערכת השיווק והפירסום שמטרתה להביא את הצרכן לקנות כמה שיותר, להתמכר לאשליית הסיפוק הזמנית שהקנייה מספקת ולהוציא כמה שיותר כסף ללא לצורך.



מרום אביטן, כיתה י"א

Lamazon

קולאז', צבעי אקריליק וטושים על נייר

אנשים רבים שואפים שיהיה להם את מה שיש לאחרים, במקום להגיד תודה על מה שיש להם. בעידן הנוכחי הטכנולוגיה המפותחת מייצרת בקצב מהיר מוצרים חדשים והאדם רוצה עוד ועוד ומגביר את קצב הצריכה שלו כדי להיות מעודכן בחידושים. בעבודה שלי אני מתייחס לפרויקט חדש של חברת "אמזון" בארה"ב שבו היא מטיסה רחפנים עם חבילות לצרכנים, על מנת לזרז את קצב הגעת המוצרים לקונים. בעבודתי ניתן לראות תמונה של רחפן שאליו קשורים חבלים עם שקיות ובתוכן מוצרים ש"אמזון" משווקת. שיניתי את הלוגו של המקורי של אמזון וכתבתי במקומו: Lamazon?! בכך אני רוצה לבטא את הספק שיש לי בנוגע לחיוביות של תרבות הצריכה שמאפיינת את תקופתינו.

**מאי שחר, כיתה י"א
טעם של כסף
אקריליק על נייר**

בחברה שלנו העשיר נחשב לאדם מוצלח יותר וביכולתו לקנות את כל מאוויו. העבודה שלי עוסקת ברדיפה החברתית אחרי הכסף ובאשליית "הטעם הטוב" שהוא נותן לאנשים. העבודה שלי מתייחסת לפרסומת ידועה של חברת התה "ויסוצקי" ובה מוצגות פנים של נשים שעל שפתיהן מצויירים מותגים של סוגי התה השונים שהחברה מוכרת. ציטטתי מהפרסומת את הרעיון של פני אישה עם שפתיים מצויירות, אך שיניתי אותו: במקום שפתיים שמוכרות תה אני מציגה שפתיים שמציגות שטר של דולר. האישה שציירתי מציגה את "הטעם הטוב" שמייצגים הכסף והממון עבור אנשים רבים.

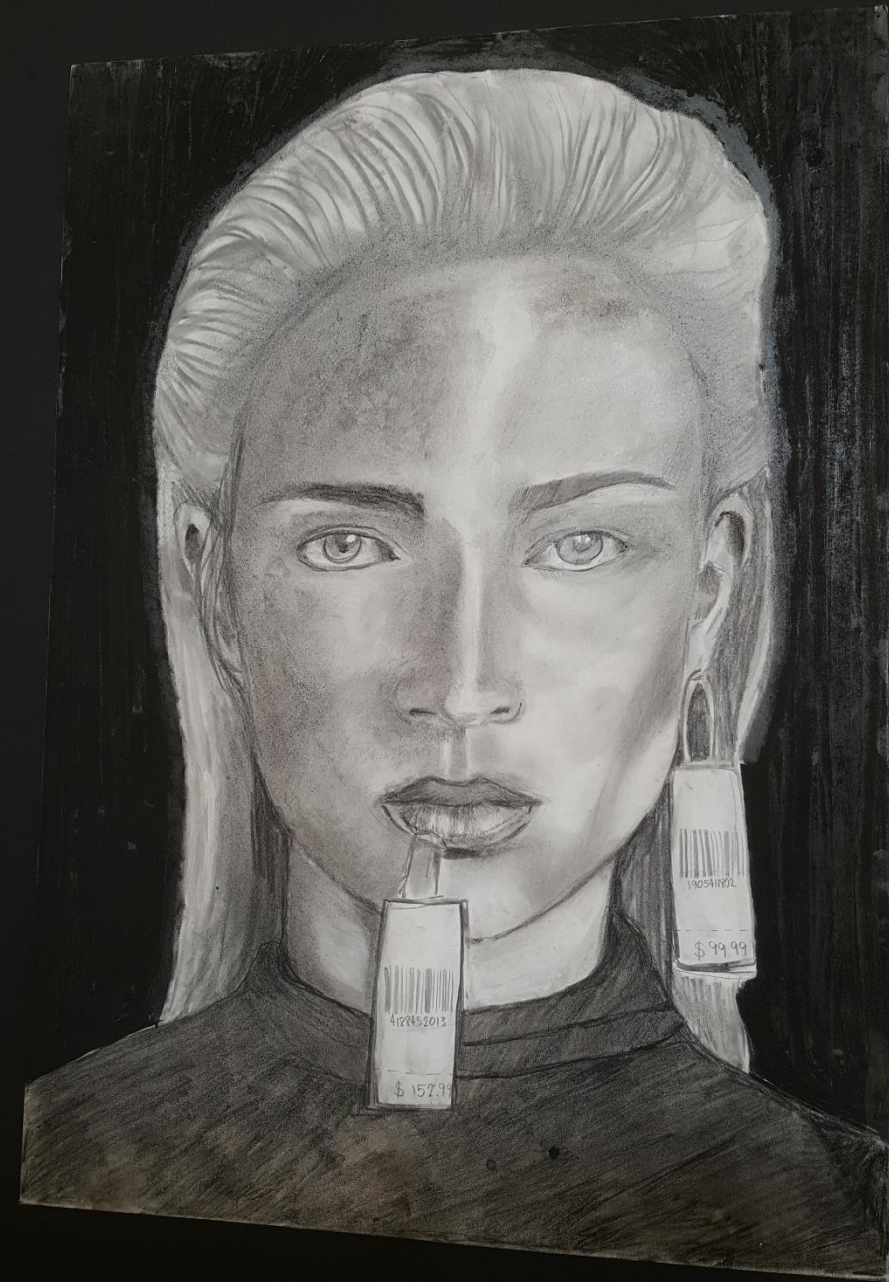


נועם בלה לוי סבג , כיתה י"א

תג מחיר

רישום פחם

תרבות הצריכה מייצגת את הרדיפה אחר "החיים הטובים" שמתוארים בפרסומות ואת הצורך האנושי לקנות את הכי חדש, הכי יקר והכי מבוקש בשוק. תרבות זו מתבססת על יצירת אשליית "החיים הטובים" למי שיקנה מוצר זה או אחר. אשליה זו מועברת לנו באמצעות פרסומות המציגות אנשים מפורסמים ויפים המשתמשים במוצרים שהמפרסם מעוניין לשווק לנו. אנו מעוניינים להיות יפים ומוצלחים כמוהם והם הופכים למודל החיקוי שלנו. בעבודתי בחרתי להתייחס להשפעת תרבות הצריכה על מודל היופי ודימוי הגוף העל-אנושי שהפרסומות "מוכרות" לנו. אנו רוצים להדמות לאנשים המושלמים המופיעים בפרסומות ומוכנים לקנות בכסף ובכאב את האף, השפתיים והאוזניים "המושלמות". תעשיית היופי והניתוחים הפלסטיים מביאה לכך שגם איברי הגוף שלנו הופכים למוצרי צריכה ועל-כן בעבודה שלי מופיעים תגי מחיר על האף והאוזן של האישה המצוירת.







UNDER ARMOUR
OVER PRICED

גיא מיכאלי, כיתה י"א

over priced - under armour

צבעי אקריליק על נייר

בעבודה שלי אני מתייחס לסמל המותג "under armour" השייך לחברת בגדים מפורסמת ויקרה. שיניתי את הסמל והוספתי לו בצבע אדום, מתחת לשם המותג, את המילים "over priced". בעזרת תוספת זו אני יוצר ניגוד לשם המותג under (over-) ומראה עד כמה שם המותג יכול להטעות את הקונה ולהציג אמת שיקרית. כתבתי את המילים over priced באדום כמעין אזהרה לצרכן, בדומה לשלט עצור או תמרור אדום. זאת על מנת לחשוף את האמת ולהזהיר את הצרכן מהמחירים הגבוהים של המותג. בחרתי להתייחס בעבודתי דווקא למותג זה, מכיוון שהוא פופולארי ונפוץ, למרות מחירו הגבוה, דווקא בקרב בני נוער שהם אינם בעלי הכנסה ונסמכים על הוריהם. המותג הפך לסמל סטטוס המשפיע על מעמד הנער בקרב חבריו וגורם לו לבזבז את כספו, או את כספי הוריו, על מנת להעלות את מעמדו החברתי ולהחשב ל"מגניב" יותר. בחרתי להתייחס דווקא לנושא זה, כי תעשיית המותגים הפופולריים מקוממת אותי ואני רואה את השפעתה עלי ועל הסובבים אותי.

אלה אהרונוביץ, כיתה י'

איש המותגים

צבעי אקריליק על נייר

תרבות הצריכה לדעתי היא קנייה של מותגים ומוצרים יקרים, מבלי צורך בהם, אלא רצון להיות כמו כולם או מעל כולם.

תרבות הצריכה מבטאת בעידן הנוכחי מרוץ אחרי קניית הדברים הכי חדשים הכי עדכניים שלכול המפורסמים יש, או לאנשים שהם מודל לחיקוי. אבל האם זה שרכשת מותגים הופך אותך לאנשים האלו? או לרב כוח או "סופרמן"?

העבודה שלי מתייחסת לנושא זה בכך שאם תלבש את המותגים כמו שציירת, האם זה יהפוך אותך ל"סופרמן"? או למפורסם? או לרב כוח מול כולם? או להיות טוב? או מוערך יותר?



מיכל קריספל והילה פרליון, כיתה י"א מבוך הכסף

צבעי אקריליק על נייר

בחרנו לצייר מוח, המורכב משטרות כסף היוצרים מבוך. לידו נצבת דמות אדם קטנה שמייצגת את "הצרכן הקטן" שמוצא את עצמו בתוך מבוך של קניות ובזבז כסף, שממנו הוא לא יכול להחלץ. העבודה שלנו מתייחסת לנושא "תרבות הצריכה" בכך שהיא מעמידה את האדם הקטן אל מול כוחו של העצום הכסף והשליטה שלו על מוחם של האנשים.

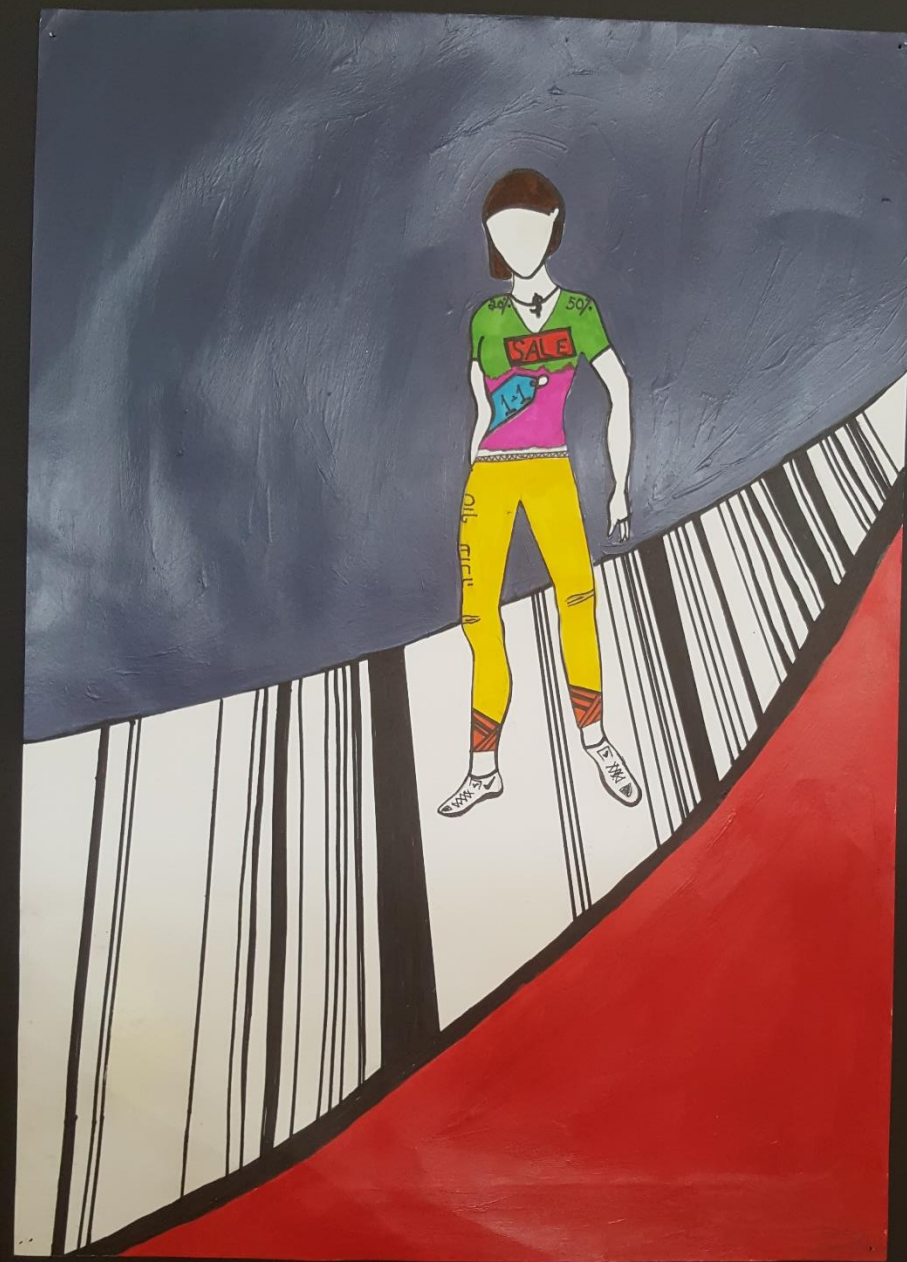


יולי בוסידון, כיתה י'

דרך הברקוד

אקריליק וטוש שחור על נייר

תרבות הצריכה לדעתי, היא מערכת הסובבת סביב כסף ומפתה אנשים להוציאו לטובת בעלי החברות. השיטה משכנעת אנשים לקנות מוצרים והרבה. העידן שלנו בנוי ממעמדות ואנשים השולטים בעזרת הכסף שלהם. תרבות הצריכה היא הדרך להשיג את הכסף. בעבודה שלי נראית דמות הצועדת על שביל הנראה כמו ברקוד ארוך שמגיע מאי שם והולך אל הלא ידוע. הדמות מייצגת את מוטיב הפיתוי שבשיטה. הצבעים המקיפים אותה הם גוונים עזים המאפיינים את הבוטות שבתרבות הצריכה.





יאיר זילבר, כיתה י'

הבריחה מה- "SALE"

עיפרון על נייר

לדעתי, תרבות הצריכה היא קניית מוצרים וחומרים, שהיא לעיתים בכמות מוגזמת. הקנייה היא מתוך צורך לסיפוק עצמי ולא בהכרח לפי צורך אמתי, כשברוב המקרים אנחנו קונים יותר ממה שאנחנו צריכים.

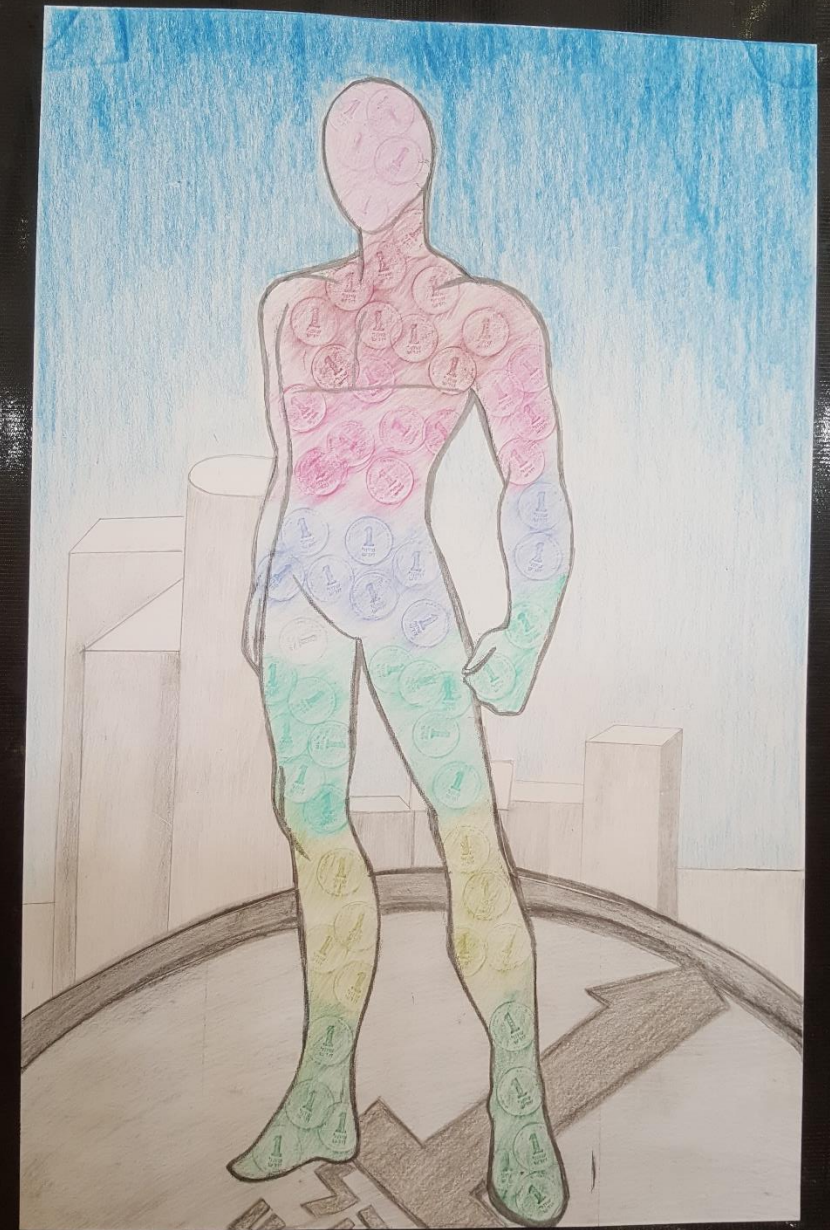
תרבות הצריכה מבטאת את העידן הנוכחי באופן שבזכות הטכנולוגיה, ניתן ליצור מוצרים חדשים בצורות שונות ובצבעים שמפתים אנשים לבוא ולקנות. החברות היוצרות, גורמות לאנשים לקנות הרבה, וכך אנשים מוציאים הרבה כסף, כשלמול זאת- החברות מתעשרות. העבודה שלי "הבריחה מה SALE" מציגה את ההתייחסות שלי לנושא הצריכה המוגזמת. בזמן שאני נמצא בקניון או בסופר, אני מרגיש שהעיניים שלי מוסתות לכל מיני מוצרים וזה גורם לי לרצות לברוח ולחפש מקום שקט.

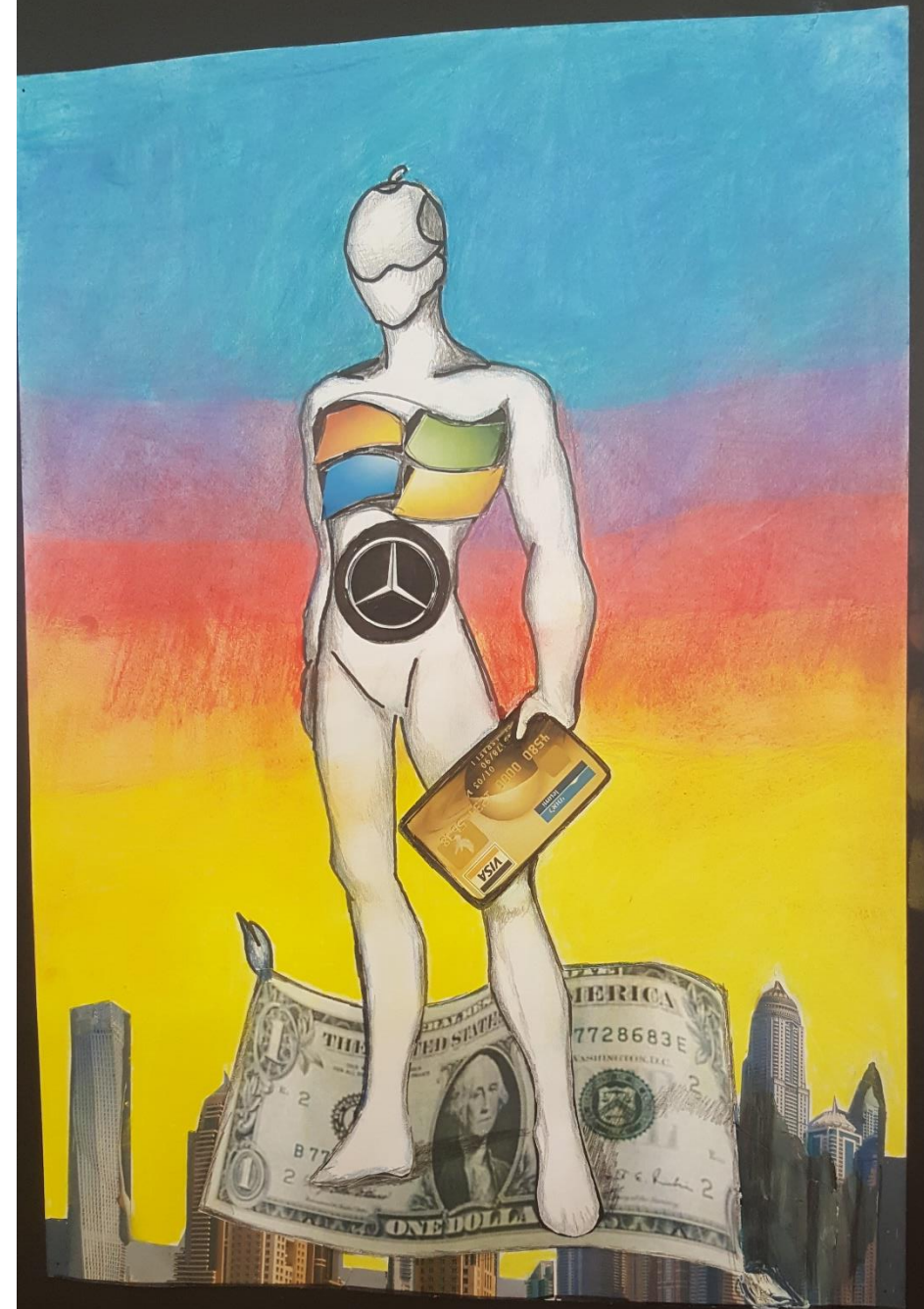
נועה לוי, כיתה י'

Shekelman

עיפרון על נייר

תרבות הצריכה לדעתי היא סדר חברתי וכלכלי שמעודד אנשים לקנות מוצרים ולבזבז כסף רב. תרבות הצריכה נתפסת כדבר חיוני וחיובי ואין כל התייחסות כיצד זה משפיע עלינו, כל המוצרים שאנו קונים והכסף שאנו מבזבזים. תרבות הצריכה מבטאת את העידן הנוכחי כעידן טכנולוגי. ישנם המון פרסומות ומודעות שמופיעות בלי שום קשר לרצוננו, סתם קופצות ללא בקשתנו, לראות זאת זו סוג של כפייה. העבודה שלי מתייחסת לנושא בהצגת דמות עמוסה בשקלים, שאלו כביכול בגדיו. הדבר מתאר את כמות הכסף שאנו "משקיעים" בבגדים, סתם ללא סיבה, ואת המחיר של הצריכה הרבה. מאחורי האיש מופיעים מגדלי עזריאלי (מקום צריכה).









CLASS A CIGARETTES

The NEXT death

Las autoridades sanitarias advierten

**Fumar
puede matar**



שימלת הכסף

ליאב יפרח

בעבודה שלי מוצגת בחורה בעלת גוף חטוב, אך ללא תווי פנים כי היא מסמלת רעיון ולא דמות ספציפית. היא לבושה בשמלה המורכבת מעשרות שטרות של דולרים. השטרות רבים כל-כך שהם נפרשים על הרצפה למרגלותיה וכמה מהם אף מעופפים מסביבה. בציור זה רציתי להדגיש את כך שפיסות נייר אלה העוטפות את האישה נותנות לה כוח, שליטה וסמכות. כשהיא תסיר את שמלתה המפוארת היא תחזור להיות ממש כמו כל אדם אחר. הכוח והשליטה שהכסף נותן לבעליו לא הופך אותו לאדם טוב או מוצלח יותר מאנשים אחרים.

