



רושם ראשוני / Judge This

צ'יפ קיד Chip Kidd



מעצב גרפי העוסק בעיקר בעיצוב כריכות של ספרי קריאה מז'אנרים שונים (ראו מבחר מעבודותיו [כאן](#), [כאן וכאן](#)), שהמוכרים מביניהם בישראל הם של הרוקי מורקמי ([כאן](#)), אוליבר סאקס ([כאן](#)) ואחרים. משמש כיום כמעצב הראשי של הוצאת הספרים האיכותית [Knopf](#) מקבוצת Random House. [מידע נוסף כאן](#).



Judge This | By Chip Kidd | Simon & Schuster Inc. | 2015
גרסה עברית: הוצאת משכל | ינואר 2016 | כריכה קשה | 143 עמודים
לרכישה ישירה: [הוצאת ידיעות אחרונות](#), [סטימצקי](#), [צומת ספרים](#), [Amazon](#)

השורה התחתונה: ספר קצר, קריא ומרתק, המציג תפיסה פרקטית וברורה לגבי עקרונות העיצוב של מסרים שיווקיים בכלל ושל מוצרי צריכה בפרט - ומשלב שפע דוגמאות קונקרטיות של "איך עושים זאת נכון / לא נכון". מומלץ לכל מי שעוסקים ומתעניינים בעולמות השיווק ובעיצוב מסרים תקשורתיים ושיווקיים.

"אל תסתכל בקנקן...!" – האומנם?

כולנו מכירים את האמרה "אל תסתכל בקנקן, אלא במה שיש בו", אך החיים "האמיתיים" (כמו גם מחקרים רבים) מוכיחים לנו שוב ושוב כי חוש הראייה הוא החוש הדומיננטי ברוב המקרים בהם אנו נתקלים במציאות חדשה, "שופטים" אותה מנסים להבין אותה. מכיוון שכך, מציע לנו קיד כבר בפתיחת הספר, חשוב לא רק שנחדל להכחיש את מקומו החשוב של הרושם הראשוני בתהליך ההעדפה או ההסתייגות בעת פגישתנו עם אנשים ומוצרים שונים, אלא גם נלמד כיצד הוא נוצר אצלנו ואצל אחרים – ומכאן גם איך נוכל להשפיע עליו ולזכות ביתרון אישי ושיווקי.

האתגר: להיות ברור לחלוטין, או לחלופין מסתורי... ובקיצור: ! או ?

תפקידו של העיצוב "הצרכני" בכלל (ושל כריכות הספרים, תחום עיסוקו המרכזי של המחבר, בפרט), הוא למשוך את מבטו של הצרכן ואת תשומת ליבו – אתגר לא פשוט בסביבה הרועשת ועתירת המסרים בה אנו פועלים כיום. כדי להצליח במשימה זו מציע לנו קיד להיעזר בסקאלה מטאפורית הנעה בין שני קצוות של **בהירות מול מסתורין: אופציה א: להיות ברור ומדויק** – מידע ברור יוצר הבנה מהירה אצל הלקוח / הצרכן באשר למוצר אותו הוא רואה, תפקידו והתועלות שאותן הוא מספק. גישה זו חיונית בעיצוב הוראות הפעלה, שילוט בכלל ושלטי "חרום" בפרט, וכן במוצרי צריכה שלגביהם נוהג הלקוח להשוות יכולות וביצועים (גדלים, גרסאות טכנולוגיות, תקנים וכדומה).

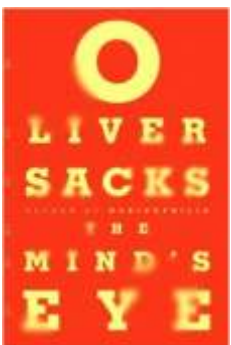
אופציה ב: להיות עמום ומסתורי – לעיתים דווקא העמימות והמסתורין הם אלה שמושכים את תשומת ליבו של הלקוח וגורמים לו להתקרב (פיזית ורגשית) ולבחון את המוצר באופן מעמיק יותר. בנוסף, טוען המחבר, המסתורין מעניק לנו תקווה, "מכיוון שהוא עוזר לנו להתמודד עם דברים שאנחנו לא מצליחים להבין" (עמוד 135).

אופציה ג: למצוא את השילוב הנכון בין השניים – עיצוב "חכם" יודע לשלב את שני המרכיבים (בהירות + מסתורין) באופן המנצל באופן נכון ואפקטיבי את היתרונות הייחודיים הטמונים בכל אחד מהם.

כדוגמה, מציג קיד את הכריכה שעיצב לספרו של הניורולוג **אוליבר סאקס The Mind's Eye** (בעברית: [עין הנפש](#)) – כריכה אשר מדגימה את הטשטוש אותו חש סאקס בעת בדיקת ראייה ואשר הביא אותו לחקור את התפיסה החזותית של המוח, כפי שהיא מתוארת היטב בספר זה.

לדוגמה...

כמי שעוסק בעיצוב יודע קיד כי "תמונה שווה 1000 מילים", ולפיכך הוא משלב בספר עשרות דוגמאות הממחישות את הרעיונות והדגשים שהוא מציג, בין אם ליישום נכון או שגוי, לטעמו. שילוב זה הופך את הספר למוחשי, פרקטי, קל ונוח לקריאה מהירה (כשעה אחת בלבד...), מהנה ובעל ערך עבור מי שעוסק או מתעניין בתחומי העיצוב של מוצרים ומסרים תקשורתיים.



ספרים (אנגלית)
[ספריו של צ'יפ קיד](#)
[\(ככותב וכמעצב\)](#)
[מוצגים באתר אמזון](#)



מאמר (עברית)
[כתבה על ספרי TED](#)
[במוסף "7 לילות"](#)
[ידיעות אחרונות 6.1.17](#)



האתר של קיד
[מבחר עבודות](#)
[ומידע על תחומי פעילותו של קיד](#)



וידאו 15:59 דקות
[פרופ' ג'ון מאדה](#)
[בהרצאה על עיצוב](#)
["מבוסס פשטות"](#)



וידאו 18:57 דקות
[צ'יפ קיד בהרצאה](#)
[על רושם ראשוני -](#)
[בעיצוב ובחיים בכלל](#)

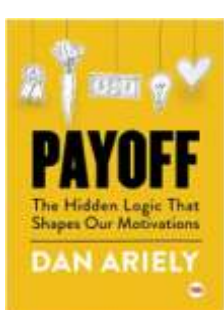
חדשים על המדף: ספרי TED - ספרים קטנים, רעיונות גדולים.

ארגון TED נוסד בשנת 1984 כארגון ללא כוונת רווח אשר הפיק ועידות יוקרתיות בהן שולבו הרצאות קצרות בנושאים המשלבים טכנולוגיה (T), בידור (E) ועיצוב (D), ומכאן גם נובע שמו. הפופולאריות הרבה לה זכו הרצאות קצרות אלה, לרוב בנות פחות מ-18 דקות, הפכו אותן לסטנדרט חדש לפיו ניתן, ואף רצוי, לבטא רעיונות "גדולים" באופן קצר, יצירתי ומלהיב. ספרי TED מהווים הרחבה של תפיסה זו – הם מעוצבים במתכונת קומפקטית של 100-150 עמודים ומאפשרים לקורא להכיר ביתר הרחבה את תכניהן של "הרצאות הדגל" אשר זכו לפופולאריות רבה בכל רחבי העולם, במגוון רחב של תחומי עניין (ראו מטה). [מידע נוסף כאן](#).



ספרים נוספים בסדרת ספרי TED (הקלקה על תמונות הכריכות למידע נוסף)

[אוסף מיוחד: 10 ספרי טד](#)
[אוסף מיוחד: The Creative Mind](#)
[אוסף מיוחד: The Science Mind](#)



[PAYOFF](#)
[פרופ' דן אריאלי](#)



[העתיד של האדריכלות](#)
[מאת: קושבר](#)



[כך נחיה על מאדים](#)
[סטיבן פטרנק](#)



[מעבר לכל מידה](#)
[מרגרט הפרנאן](#)



[למה אנחנו עובדים](#)
[בארי שורץ](#)