

## התקליט הישראלי - היסטוריה של עיצוב

מחברי המאמר

ערן דינרמאמר זה מלווה את התערוכה "התקליט הישראלי - היסטוריה של עיצוב", בגלריית הרוח הישראלית באוניברסיטת חיפה, ינואר 2013 תודה לפרופ' דוד טרטקובר, ליואב קוטנר, למולה עשת ולערן ליטוין על העזרה בתחקיר ובאיסוף החומרים למאמר זה.  
תודה מיוחדת לפרופ' עוז אלמוג וד"ר תמר אלמוג על ההכונה, העריכה והקמת התערוכה.

נוצר ב-12/12/2012 | עודכן לאחרונה ב-12/24/2012



### אמנים שונים - מצעד הפזמונים 4

באדיבות הד ארצי בע"מ / אן.אם.סי יונייטד אנטרטיינמנט בע"מ

## האריזה הוויזואלית של המוזיקה

המנסרה שעל עטיפת "הצד האפל של הירח" של פינק פלויד, "האלבום הלבן" של הביטלס, הבננה של אנדי וורהול, שאיירה את אלבום הבכורה של "מחנת הקטיפה וניקו", ואצלנו: "הפעמון" של מתי כספי, הקופים שעל אלבומה הראשון של "משינה" והילדה העוצבה שצירה שירי, בתו של אריק איינשטיין, לעטיפת "סע לאט". אלה מקצת מהדמויים החזותיים שהפכו לחלק בלתי נפרד מהיצירות האמנותיות שנקראו "תקליטים". בדומה למוזיקה שנחרטה על גבי עיגולי הויניל, גם לעטיפות שעטפו אותם היתה משמעות. הן היו ביטוי אמנותי-שיווקי משלים ותומך למוזיקה שאותה "עטפו", ושיקפו בתוכן ובטכניקה שלהן תפישות עולם, מוסכמות והשפעות חברתיות ואמנותיות.

מעטפת קרטון פשוטה וצבעונית, בגודל 30X30 ס"מ, היתה במשך שנים רבות הביטוי הויזואלי העיקרי למוזיקה, הרבה לפני עידן הווידאו-קליפ, ובזמנים שבהם איש עדיין לא דמיין את קלטות הווידאו או את הסרטונים ביוטיוב.

עטיפות התקליטים לא היו אריזות מסחריות גרידא; היה להן תפקיד חשוב ביצירת המיתוסים המכוננים של מהפכת הפופ והרוק'נרול, עד כדי כך, שהיו אף מקרים שבהם תפקידן של העטיפות האפיל בחשיבותן על המוזיקה עצמה.



## התקליט - היסטוריה טכנולוגית

ההיסטוריה של התקליטים היא סיפור טכנולוגי וכלכלי מעניין, שכלל שלבי התפתחות, הן של דפוס ההקלטה וייצור המארז המוזיקלי והן של התפתחות עיצוב וייצור העטיפה.

המכשיר הראשון שאיפשר הקלטה ושחזור של מידע צלילי היה הפונוגרף של תומס אדיסון, שפותח ב-1877. התקליטים ששימשו אותו לא היו דומים כלל לאלה המוכרים לנו כיום, אלא גליליים בצורתם ועשויים שעווה. תקליטים אלה היו יקרים מאוד לייצור, שכן עד לפיתוחה של טכניקת שכפול ב-1890, נדרשו היצרנים לחרוט כל תקליט בנפרד. התקליטים הללו שרדו השמעות ספורות בטרם נשחקו.

הגרמופונים (מכשירים לנגינת תקליטים) הראשונים כללו מנגנון מכני לסיבוב התקליט וכן זרוע שעקבה אחרי חריצו. הזרוע הגבירה בצורה מכאנית-אקוסטית את הצליל המוטמע בתקליט על ידי שופר (מעין חוצצרה). טכנולוגיה זו לייצור תקליטים בצורת דיסקית שטוחה (באמצעות טכניקה של כבישה) ולהשמעתם, הומצאה בארצות הברית בשנת 1887 על ידי מהגר יהודי מגרמניה בשם אמיל ברלינר. ברלינר ייסד יחד עם אחיו את חברת דויטשה גרמופון (Deutsche Grammophon Gesellschaft), שפתחה סניפים ברחבי העולם. בזכות איכותה ותפוצתה הפך שמה לשם הגנרי של המכשיר.



### אריק איינשטיין - יש בי אהבה

באדיבות אן.אם.סי יונייטד אנטרטיינמנט בע"מ

ייצור מסחרי של גרמופונים החל בשנת 1893. החל משנת 1896 הוכנס לשימוש מנגנון ממעי: קפיץ הנדרך על ידי סיבוב של ידית מחוץ למכשיר ואוגר בתוכו אנרגיה. תמסורת מבקרת על ידי וסת צנטריפוגלי שחררה את הקפיץ באופן מבוקר וסובבה את התקליט במהירות קבועה לאורך זמן. הגרמופון של ברלינר התחרה שנים רבות בפונוגרף של תומאס אדיסון, ורק בראשית המאה ה-20 הביס אותו סופית ונהפך למדיום השליט בשוק המוזיקה. עד היום משמשות דיסקיות שטוחות לאחסון מידע (לאורך ספירלה או בלעדיה) במגוון סוגי מדיה.

החל מאמצע המאה ה-20 שולבו בגרמופון ממע חשמלי לסיבוב התקליט, זרוע עם מחט העוקבת אחרי חריצי התקליט, מגבר להגברת אותות חשמליים ורמקול להשמעת הקול. מכשירים כאלה יוצרו ונמכרו בצורה של מזוודה שהכילה את כל הרכיבים. יוצרו גם גרסאות אחרות ללא מערכת הגברה מובנית, כלומר מכשיר התלוי בחיבור למערכת הגברה חיצונית.

מקור השם הגנרי "פטיפון", שהחליף את המילה "גרמופון", הוא במוטג של דגמי גרמופונים שיוצרו בצרפת על ידי החברה של האחים אמיל ושארל פֶּטֶה (Pathé). בקטלוג החברה משנת 1912 הוצגו עשרה דגמים שונים של פטיפונים. המילה "פטיפון" הגיעה ככל הנראה לשפה העברית מן השפה החסית (שהושפעה מהצרפתית), שם התקבל המוטג בתקופה מסוימת כשמו המקובל של המכשיר.

בראשית דרכו של התקליט הוטבעה בו המוזיקה רק מצד אחד, כאשר בצדו השני הודפסו פרטים אודות ההקלטה או מילות השירים. רק ב-1904, יותר מרבע מאה לאחר הופעת התקליט השטוח של ברלינר, השתכללו אמצעי הייצור במידה שאיפשרה הטבעת אינפורמציה מוזיקלית משני צדדיו.

התקליטים שמגנו במכשירי הגרמופון היו עשויים מחומרים שברים (בקליט, ואח"כ שלאק) והיתה להם נטייה להישחק במהירות ולשחוד זמן קצר. הם נוצרו במגוון גדלים והתאמו למהירויות סיבוב שונות.

עם הזמן התבססו התקליטים במהירות 78 סל"ד ובקוטר 10 אינץ' כסטנדרד מוביל, והם אלה שהכתיבו את צורתה של יחידת הבסיס של המוזיקה הפופולארית – הסינגל, לאמור: שיר אחד המוטבע על צד אחד באורך כשלוש דקות.

חב התקליטים באותה תקופה נמכרו במעטפות נייר פשוטות ואחידות שנשאו את סמלה של חברת התקליטים. במקרים מסוימים, כמו בהקלטות של יצירות קלאסיות ארוכות, פוצלה ההקלטה למספר תקליטים ושווקה בקופסת קרטון מעוצבת. מכאן השם "אלבום", לאמור: כינוי כולל לאוסף של מספר שירים של אמן מסוים, או בעלי מכנה משותף אחר, המוצגים כיחידה אחת.

ב-1948 חלה התפתחות טכנולוגית משמעותית בשוק המוזיקה, עם הצגתם של תקליטי ה-Long Play הראשונים (בישראל הם כונו "אריכי נג"). תקליטים אלה היו עשויים פלסטיק שהיה עמיד יותר, ואיכות הצליל שהפיקו היתה גבוהה הרבה יותר. עם הזמן נוצר גם הצליל הסטריאופוני ששידרג באופן משמעותי את החוויה המוזיקלית. קוטרם היה 12 אינץ' (כ-30 ס"מ), מהירות הסיבוב שלהם היתה 33 ושליש סיבובים בדקה, והם הכילו כ-40-50 דקות של מוזיקה. כעבור שנה יוצרה גרסה של 7 אינץ' עם מהירות של 45 סיבובים בדקה. התקליטים החדשים נארוזו במעטפות מקרטון קשיח, שנועד להעניק להם תוחלת חיים ארוכה יותר. עמידותם של הפורמטים החדשים, איכותם והיכולת לייצרם בקייצור המוני, פתחו את הדרך לצמיחתה המהירה של תעשיית המוזיקה מראשית שנות ה-50 ואילך.



## ראשיתה של תעשיית המוזיקה הישראלית

החיידים בעולם התקליטים הגיעו בהדרגה גם לישראל. הקלטות ראשונות של שירים עבריים נעשו כבר בשלהי המאה ה-19, על גבי גלילי פונוגרף. "אם אשכחך" (המוכר יותר כ"ציון תמתי") ושיר נוסף בשם "ציון", היו ככל הנראה השירים הראשונים בעברית שהונצחו על גבי המדיום החדשני. ואולם, הקלטות אלה, ועשרות הקלטות נוספות של פרקי חזנות שקימו ידוע אך ככל הנראה לא שרדו עד ימינו, נמכרו בארצות הברית ובאירופה. בארץ ישראל של ראשית המאה העשרים כמעט לא היו מכשירי פונוגרף או גרמופון שהיו יכולים לשמש להשמעתם.

הקלטות מסחריות ראשונות של זמרים עבריים נעשו כבר בשנות ה-20, אך לא בארץ ישראל אלא בקהיר. החלוץ היה ככל הנראה הזמר והחזן, איש העלייה השלישית, יהודה הר מלח שב-1921 הקליט בבירה המצרית כמה משיריו.

בראשית שנות ה-30 הקים דב מייבלט בית חרושת ראשון בארץ לתקליטים בשם "אחוזה", שהיה בפועל חברת התקליטים העברית הראשונה. מייבלט הציב מכשיר ליצירת תקליטים בתוך מבנה של משאבת מים במרכז פרדס, במקום שבו נמצא היום מפגש הרחובות מאז"ה ודרך בגין בתל אביב. משה וילנסקי היה היועץ המוזיקלי ומעבד הבית של החברה, והזמר יוסף גולנד, מתיאטרון "המטאטא", הקליט עבורה 30 שירים, חלקם מרפרטואר הלהקה הפופולארית. ההקלטות נעשו באולפן "ארטיפון" בברלין, הגלופות יובאו ארצה, ובמפעל בתל אביב שוכפלו מהן כמה מאות עותקים. למרבה הצער, איכותם של התקליטים הללו היתה יחדה ולאחר כשנה המפעל נסגר.

הגוף החשוב ביותר בהתפתחות תעשיית התקליטים הארצישראלית בשנות ה-30 ועד לאמצע שנות ה-40 היה הקקן הקיימת לישראל. מנהלי הקקן זמנו הפקה וייצור של "לוחות גרמופון", כפי שכינו אז התקליטים, לצורכי תעמולה. במשך כמה שנים היתה הקקן למוציאה לאור הגדולה ביותר של זמר עברי.



אריק איינשטיין - תקליטון ראשון  
באדיבות הד ארצי בע"מ/א.א.מ.סי יונייטד

במקביל, בשנות ה-30 וה-40, הקליטו מספר זמרים זמרות ארצישראלים תקליטים בחברות זרות, ובתוך חברות גדולות, כפולידור, דקה, אר.סי.איי His Master's Voice.

ב-1946 הקים צבי לוי את חברת "הד ארצי", שעתידיה הייתה להפוך לכוח משמעותי במוזיקה הישראלית. לוי היה ניצל שואה שעוד בשנות ה-30 יצר בגרמניה תקליטים של מוזיקה יהודית. בפלשתינה-א"י הקליט וייצר תקליטים עבור כמה מכוכבי התקופה הגדולים, ובראשם שושנה דמארי. להיטיה הגדולים, כגון "כלניות" ו"מרים בת נסים" הוקלטו בהד ארצי.

עם הזמן קמו מספר חברות תקליטים נוספות, בהן "מקולית", "קול ציון" ו"צליל" שייצאה תקליטים עבריים לקהילות יהודיות בחו"ל, ומאוחר יותר "ישראלפון" שייסד נפתלי אלשיך, אביו של איציק אלשיך (כיום מנכ"ל משותף ב"הליקון").

את קפיצת המדרגה הגדולה ביותר של תעשיית המוזיקה הקלה בישראל יצרה חברת התקליטים הבינלאומית "סי.בי.אס", שהקימה ב-1964 שלוחה בישראל. הד ארצי וסי.בי.אס היו הסחות הבלטים במוזיקה הישראלית (בעיקר בפופ) עד לסוף העשור הראשון של המאה ה-21, אז רכשה "אן.אם.סי" - גלגולה המודרני של סי.בי.אס - את מתחרתה הנצחית.

לצד שתי הגדולות פעלו בארץ גם מספר חברות תקליטים קטנות יותר שהטביעו חותם על המוזיקה הישראלית. "פונדור" (כיום "פונקול") הצליחה במיוחד בשנות ה-70 ואריק איינשטיין הקליט אצלה את אלבומי המצליחים ביותר; "התקליט חיפה" (ש"נענע דיסק" של ימים היא מעין גלגול מודרני שלה) פעלה מחנות התקליטים של דב זעירא בחיפה והוציאה את אלבומי הגבעטרון ואת אלה של אריאל זילבר ושמואל קראוס. "שראדיסק" (כיום "ויזארט") הוציאה בין היתר את אלבומי הראשונים של שלמה ארצי וק אלבומי ילדים רבים, בהם אלבומי פסטיבל שירי הילדים; "גלטון" ייצרה כמה מהתקליטים הראשונים בזמר המזרחי וייצגה את נסים סרוסי ושימי תבורי; "קולפון" של האחים אזולאי פעלה החל מראשית שנות ה-60 והיה לה תפקיד מפתח בהתפתחותה של המוזיקה המזרחית. היא גם יזמה הפיקה את אלבומי הראשונים של צביקה פיק.



## ניסיונות ראשונים באריזה

במהלך שנות ה-50, עם התפתחות תעשיית המוזיקה הפופולארית והתבססותם של מנגנוני ההפקה והשיווק שלה, עלתה גם חשיבותו של עיצוב העטיפות. אלבומי ג'אז אמריקאיים היו ככל הנראה הראשונים ששווקו בעטיפות שעוצבו במיוחד עבורם.

מראשית שנות ה-60 ואילך חלה בארה"ב, צרפת ובריטניה התפתחות עצומה בעיצוב עטיפות התקליטים ובתפיסת מקומן בתהליך השיווק והתדמית. בסוף אותו עשור כבר נוצרה השפה הבסיסית של עטיפת התקליט והתמסדה תעשיית מוזיקה רבת ענפים. במהלך שנות ה-70 הופיעו בזה אחר זה מעצבים שהתמחו ביצירת עטיפות, בהם ח'ר' דין שעיצב את עטיפות "סי", וקאל שנקל שיצר כמעט את כל עטיפות אלבומי של פרנק זאפה. גם אמנים מפורסמים מהתחום החזותי השתעשעו בפורמט החדש. אנדי וורוהל, למשל, יצר עטיפת אלבום הבכורה של "מחנת הקטיפה", וגם את זו של האלבום Sticky Fingers עבור "הרולינג סטונס"; אמן הקומיקס חוברט קראמב יצר עטיפה לג'ינס ג'ופלין; האמן השווייצרי הר. גייגר, שזכה באוסקר על עיצוב דמות החיזר בסרט "הנסע השמיני", עיצב עטיפות ל"אמרסון לייק ופאלמר" ולדבי הארי.

האמצעים הטכניים שעמדו לרשות חברות התקליטים הישראליות בראשית דרכה לא היו בסטנדרד העולמי. זו אחת הסיבות לכך שהשפה העיצובית של העטיפות היתה פשוטה ביותר. המעצב דוד טרטקובר, שיצר כמה מעטיפות התקליטים האיקוניות של הפופ הישראלי (על כך בהמשך), טוען שהרמה הלא גבוהה נבעה גם מחוסר בשלותו של שוק המוזיקה המקומי. "לא היתה לזה דרישה, וגם לא היו פה אנשים שידעו להתעסק עם תקליטים. לא התייחסו לתקליט כאל יחידה שלמה, ולעטיפה כאל אריזה של מוצר. בדרך כלל היו פונים לגרפיקאי או לצלם שיעשה את החזית. זה היה מאוד דל ופשטני. את הצד האחורי של העטיפה היה מסדר סדר-דפוס". את חוב העטיפות, מספר טרטקובר, ייצר בית הדפוס התל אביבי "אמנים מאוחדים".

**הדימויים הנפוצים** על גבי העטיפות בשנות ה-50 ובמחצית הראשונה של שנות ה-60 היו צילומי תקריב של הזמרים או הלהקות, שאלהם צורף כיתוב פשוט שנוצר באמצעות ערכות של אותיות מוכנות מראש (לטרסט). ולמרות שנוצר כך גם לא מעט עטיפות נאות, אין ספק שהתפיסה העיצובית שלהן היתה פשוטה מאוד ומוגבלת מבחינה טכנית. חלק גדול מהתמונות שהופיעו על העטיפות באותה עת לא צולמו במיוחד עבורן, והמעצבים שעיצבו אותן נותרו באלמוניותם ולא זכו אפילו לקרדיט.



## תמונה וטקסט, טקסט ותמונה

ניצנים ראשונים לשינוי בתפיסה החובבנית של העטיפות הופיעו במחצית שנות ה-60. זה בלט במיוחד בתקליטי הלהקות הצבאיות, שנהגו מפופולריות גדולה ומתקציב



בבזין - 24 שעות

סי.בי.אס. באדיבות אן.אם.סי יונייטד אנטרטיינמנט בע"מ

הפופ הישראלי (על כך בהמשך), טוען שהרמה הלא גבוהה נבעה גם מחוסר בשלותו של שוק המוזיקה המקומי. "לא היתה לזה דרישה, וגם לא היו פה אנשים שידעו להתעסק עם תקליטים. לא התייחסו לתקליט כאל יחידה שלמה, ולעטיפה כאל אריזה של מוצר. בדרך כלל היו פונים לגרפיקאי או לצלם שיעשה את החזית. זה היה מאוד דל ופשטני. את הצד האחורי של העטיפה היה מסדר סדר-דפוס". את חוב העטיפות, מספר טרטקובר, ייצר בית הדפוס התל אביבי "אמנים מאוחדים".

**הדימויים הנפוצים** על גבי העטיפות בשנות ה-50 ובמחצית הראשונה של שנות ה-60 היו צילומי תקריב של הזמרים או הלהקות, שאלהם צורף כיתוב פשוט שנוצר באמצעות ערכות של אותיות מוכנות מראש (לטרסט). ולמרות שנוצר כך גם לא מעט עטיפות נאות, אין ספק שהתפיסה העיצובית שלהן היתה פשוטה מאוד ומוגבלת מבחינה טכנית. חלק גדול מהתמונות שהופיעו על העטיפות באותה עת לא צולמו במיוחד עבורן, והמעצבים שעיצבו אותן נותרו באלמוניותם ולא זכו אפילו לקרדיט.



הפקה שמנים (במונחי התקופה).



ברי סחרוף - סימנים של חולשה  
נענע דיסק

חלק לא מבטל מהאלבומים שהוציאו **להקות הצבאיות** (סלם בחברות התקליטים הגדולות) היו רבי מכר ונארחו בהתאם. כאן לראשונה אפשר להבחין בהפקת צילום של ממש, שנעשתה באמצעות שימוש בצלמים מקצועיים. אחד החלוצים והפוריים בענף היה הצלם מולה עשת. הוא הועסק כצלם של הפקות תיאטרון ומחול, והמפיקים (בעיקר בתיאטרון הקאמרי) נעזרו בשירותיו גם לעיצוב תקליטי המופע. עשת ידע ללכוד בעדשתו אנסמבל רב משתתפים, תוך כדי תנועה. את אותה טכניקה יישם גם בצילומים שעשה עבור להקת הנח"ל ("מהנח"ל באהבה" ואחרים) וללהקות אחרות.

בעטיפות הללו חלה גם התקדמות טיפוגרפית. כך למשל, הן כללו לראשונה אותיות טקסט מגוונות ומלוטשות יותר, הן בסוג הפונט והן במבנה האות. עם זאת, בשלב זה החדשנות היתה עדיין מוגבלת ועיצוב העטיפה התבסס בעיקר על צילום מביים של האמן וכיתוב בסיסי.

אלבומה של שלישיית "החלונות הגבוהים" (אריק איינשטיין, שמוליק קראוס וג'וזי כץ) מ-1967 נחשב לתקליט הראשון שבו הוטמעו בהצלחה בפזמון הישראלי מרכיבים

של פופ אמריקאי מודרני. גם עטיפתו נחשבת לפורצת דרך. הופיע עליה תצלום שצילמה אלונה איינשטיין, אשתו של אריק באותה עת. במבט לאחור אפשר להבחין שמדובר בצילום מרתק שלא זכה לתשומת הלב הראויה. אריק איינשטיין, שהיה ללא ספק הסוכב הבולט של ההרכב, כלל אינו מופיע במרכז הפריים; שמוליק קראוס, שהלחין את כל הפזמונים והיה למעשה האמן החשוב בשלישייה, נמצא במרכז ונראה כמי שמסביר דבר-מה לאריק. ג'וזי כץ, השעונה על גבו של קראוס, אינה חלק מהדיאלוג בין שני הגברים, והיא היחידה שמביטה אל המצלמה. הנה כי כן, במקום צילום פרונטלי מקובל, בחרה אלונה איינשטיין בצילום שרומז על הדינמיקה הפנימית בין חברי ההרכב, ובעצם גם בינם לבניה. אף שהיא בתיה ממרכיבים דומים לאלה שהופיעו בעטיפות אחרות באותן שנים, זוהי למעשה עטיפה מהפכנית, אמנותית בעליל, ועמוסה במשמעות.



## צבעים נשפכים ואמירה אישית

**השנים שלאחר מלחמת ששת הימים** התאפיינו בחדירה מהירה של רעיונות מערביים לתחומי אמנות מגוונים. בעטיפות האלבומים שיצאו לקראת סוף שנות ה-60 ניכר שפע של צבע ודמיון, ומגוון חדש ורענן של השפעות אמנותיות. לראשונה גם המעצבים והצלמים זכו להכרה אמנותית ולקרדיט מקצועי (בצד האחורי של העטיפות שיצרו). שני הבולטים היו המאייר אבנר כץ והמעצב דוד טרטקובר. העטיפות שיצר כץ לאמנים כאריק איינשטיין ("מזל גדי", 1968) ושולה חן ("שלכם", 1969), התאפיינו בשילוב בין איורים לצילומים, בהשפעת הפופ-ארט נסח אנדי וורהול.

בעטיפה נוספת שיצר כץ עבור חווה אלברשטיין, לאלבומה "משירי ארץ אהבתי" (1970), הוא נקט גישה הפוכה לזו שאפיינה את אלבום הבכורה שלה מ-1967. אם העטיפה הישנה צייתה למוסכמה השלטת של תצלום תקריב, בצירוף כיתוב בסיסי, הרי שבאלבום החדש כבר ניכרת גישה מתוחכמת יותר. כץ בחר למקם את דמותה של אלברשטיין בתחתית העטיפה. היא כמעט נעלמת בתוך צילום אווירה רחב, שהיטיב לשקף את התחושה הסנטימנטלית-ארצישראלית ומעט נוגה שאפיינה את השירים שבתקליט.

דוד טרטקובר, לימים חתן פרס ישראל לעיצוב, החל לעצב עטיפות לתקליטי ילדים עבור חברת סי.בי.אס ב-1968, עם שובו ארצה מלימודי עיצוב בלונדון. ההשפעות שספג בשנותיו בחו"ל ניכרות היטב כבר בעבודותיו הראשונות. תחילה הזמין אותו בני אמדורסקי, חבר "השלושרים" (שלישייה שכללה לצדו את חנן יובל ושולם חנוך, יוצאי להקת הנח"ל) לעצב את עטיפת אלבומה של השלישייה. טרטקובר יצר עטיפה שעליה איר עליו של מכונת מזל צבעונית ברוח הביטלס. "השפעה לונדונית מובהקת", הוא אומר, ומגלה כי באחת הסיקיצות המוקדמות לעטיפה זו נראתה קופסת סיגריות שבתוכה שלושה ג'וינטים.

זמן קצר לאחר מכן, בעבודתו הראשונה מני רבות עבור אריק איינשטיין ("פוזי") בחר טרטקובר באפיק אחר לגמרי. עטיפת התקליט הזה היתה מהפכנית לא פחות מהמוזיקה שנכללה בו, שרבים רואים בה את רגע לידתו של הרוק הישראלי. הרקע השחור, שתופס את חב שטח העטיפה, היווה ניגוד חריף לצבעוניות העזה של שאר אלבומי התקופה; תמונת איינשטיין ובתו שירי, שמופיעה במרכז, רמזה על הכיוון האישי שבו ילך איינשטיין בשנים הבאות, ובישרה את המעבר מהאוריינטציה הקולקטיביסטית לאוריינטציה אינדיבידואלית, שכוללת אמירה אישית וביקורתית יותר. "זאת עטיפה על זמנית", אומר טרטקובר בגאווה. "כשעשיתי את זה לא הייתי מודע להשפעות, אבל הכיוון בחר יותר במבט לאחור. הייתי עוד תחת ההשפעה של המשמעת של בית ספר אנגלי לעיצוב – מדויק, מסודר ומאורגן. הצילום של אריק ושירי על העטיפה היה נתון – אריק רצה שזה יהיה על העטיפה. אני עיצבתי את זה והשארתי מקום לצילום. את הכתב למעלה, בפונט שלא היה בשימוש, סידרו לי באמנים מאוחדים".

בשנים הבאות היה טרטקובר אחד המנסחים המרכזיים של ההיבט היוזאלי בפופ הישראלי. הוא עיצב את כל עטיפות אלבומיו של אריק איינשטיין

בשנות ה-70, ויצר עטיפות גם לשלום חנוך, מתי כספי ואמנים אחרים. העבודות הללו כבר רחוקות מאוד מהדפוס הישן של תמונה וכיתוב, וקרובות יותר לשדה האמנות הקונצפטואלית. רבות מהן כלל לא סללות צילום של המוזיקאי. אפשר למצוא בהן הד לתפיסה החזותית שמאפיינת עטיפות איקוניות שנצרו באותה עת בחו"ל. כך למשל, העטיפות הקלאסיות שייצרו הסטודיו Hipgnosis לתקליטי פינק פלויד, לד זפלין ולהקות חק אחרות, אם כי טרטקובר טוען שהשפעות אלה לא היו ישירות או מודעות. "לא חשבתי על שום דבר חיצוני", הוא אומר. "זה דיבר באותה שפה, כי זו היתה חח התקופה".

טרטקובר היה לא רק אמן ומעצב אלא גם קופירייטר בנשמתו, ולימים השתקף הדבר גם בעיצוב כרזות וסטיקרים קלאסיים. הכרזה הרשמית לשנת ה-30 לישראל, ובה המילה "שלום" על רקע שמיים כחולים, היא בין עבודותיו המזוהות ביותר, וכך גם סמלה של תנועת "שלום עכשיו", אחד הסטיקרים הפוליטיים הראשונים בישראל. גישתו החסכנית והמדויקת להעברת מסר פרובוקטיבי באמצעות פרטים מעטים ניכרת גם בעטיפות התקליטים שעיצב. כך למשל, צילום פעמון הדלת שהוא בחר עבור עטיפת אלבום השני של מתי כספי. זהו דימוי ויזואלי כה חזק, עד שהאלבום עצמו מכונה כיום "הפעמון", למרות שלמעשה הוא נטול שם פורמאלי.

במקרה אחר, מוכר פחות, בחר טרטקובר לעטר את עטיפת שירי המחזה "מלכת אמבטיה" בטקסט הסתה ארסי שכיוון אז נגד המחזה ומחברו, חנוך לוין (כזכור ההצגה הזאת עוררה פולמוס חריף). את הטקסט הזה פרסם בעיתון "מעריב" עורך "מעריב לנוער" דאז, ראובן ינאי. טרטקובר חאה בעטיפה זו את פסגת עבודתו בתחום עטיפות התקליטים: "יש לה משמעות. היא עוסקת בחיים האמיתיים. היא לא משהו על החיים - היא החיים עצמם. זה היה מאמר נאצה איום שהיום היו מאשימים את כתבו בהסתה. לכן זו בעיני העטיפה החשובה שעיצבתי".



## אוספים וילדים



גרמפון של חברת טורנפון

כבר בימיה הראשונים של תעשיית התקליטים הישראלית, יוצרו גם **תקליטים שיועדו לילדים**. היו אפילו חברות תקליטים שהתמחו בהפקה הזאת. כך למשל, חברת "ישראדיסק" זכתה להצלחה מסחרית בזכות תקליטי פסטיבל שירי הילדים שהוציאה מדי שנה. גם אמנים מהשורה הראשונה, ובהם יוסי בנאי, רבקה מיכאלי, שושיק שני, חוה אלברשטיין ורבים אחרים, עסקו במקביל לפעילותם הרגילה בהקלטת אלבומי שירים וסיפורים לילדים. רק בשלהי שנות השמונים וראשית שנות התשעים, כאשר קלטות הווידיאו נהפכו למוצר המוני, החלו תקליטי הילדים לאבד גובה. בהשוואה לכתרים הפופולאריים בתחום הביזור לילדים כיום, תקליטי הילדים של שנות השבעים מבטאים גישה תמימה וחינוכית יותר, ועל כל פנים נגועה פחות באינטרסים מסחריים. העיצוב של תקליטי הילדים נעשה על פי רוב בידי מעצבי התקליטים למבוגרים. כך למשל, עיצב אבנר כץ את עטיפת אלבומה של חוה אלברשטיין "אישה באבטיח", ואילו דוד טרטקובר, שהחל את קריית העיצוב שלו בתקליטונים לילדים, עיצב ביד קלה ובהומור את עטיפת תקליטו של שמוליק סגל "שמוליק סגל מספר".

מראשית שנות ה-60 ואילך, עם התבססות של פורמט אריך-הנגן כמוצר הדומיננטי בשוק המוזיקה, החלו חברות התקליטים לשווק **תקליטי אוסף תקופתיים** שכללו את שיריהם המצליחים ביותר של האמנים המובילים. בתקליטים הללו נכללו בדרך כלל גם פזמונים שלא שובצו באלבומי המקור, כמעין "צ'ופר" לרוכשים. התקליטים הללו קסמו הן לחובבי המוזיקה המושבעים והן לקונים שרצו או יכלו לרכוש אך ורק את הפזמונים הפופולאריים ביותר.

עיצוב עטיפות לתקליטי האוסף הציב בעיה בפני חברות התקליטים. זאת, כיוון שלא ניתן היה לייצר תמונת תקריב של כל האמנים שפזמוניהם הופיעו באוסף. הפתרון נמצא בחלוקה בין החזית לעורף. בחזית התקליט שובץ איור או צילום כללי ואילו בחלק האחורי שובץ מקבץ תמונות קטנות של האמנים. דווקא בשיטה זו נוצרו כמה עטיפות מעניינות ופורצות דרך, שהיטיבו לשקף מגמות בטעם הפופולרי ובתפיסת העיצוב. עטיפותיהם של תקליטי אוסף מראשית שנות ה-60 לרחב מאוחרת בסגנון נאיבי; אלה של סוף אותה עשור פסיכדליות ועשירות בצבע, כגון עטיפת האוסף "זר כוכבים" בהוצאת סי.בי.אס, שאייר אבנר כץ; בשנות ה-70 נזנחו האיורים לטובת גרפיקה מופשטת ומשחק בטיפוגרפיה. כאלה הן למשל, עטיפות האוספים "להיטים בצמרת" של פונודור מ-1971, "תקליט הזהב 73" של ישראדיסק ולהיטון, ואלבום שירי מלחמת יום הכיפורים "אהבה ומלחמה", אף הוא מ-1973. לעומת זאת, על עטיפת אלבום האוסף "1000 כבאים", שיצא ב-1981, מופיע צילום של קובייה הונגרית – שיגעון עולמי באותה תקופה.



## תיעוש ומיתוג



**דורי בן זאב - לימונדה**  
התקליט חיפה. באדיבות נענע דיסק

**שנות ה-80** היו תקופה של השתכללות והתמקצעות בשוק המוזיקה הישראלי. בהשראת מהלכים דומים מחו"ל, נעשו בארץ ניסיונות ראשונים למתג אמני פופ, בעיקר על ידי המחלקה העברית בחברת התקליטים סי.בי.אס (כיום אן.אם.סי). החברה ניהלה את שתי הלהקות המצליחות ביותר של ראשית העשור, שהתחרו לכאורה זו בזו: "תיסלם" ו"בזין". לשתי הלהקות נתפרו חליפות שיווקיות, שכללו עיצוב תדמית ציבורית, לוגו ולבוש הולם.

הדבר ניכר גם בעטיפות תקליטי הבכורה שלהן: תיסלם שיווקה תדמית של להקת "בני טובים" שמרדו. תקליטה נארז בעטיפה מצצת, עם צילום סטודיו מוקפד ומלוטש שבו נראים חברי הלהקה בחליפות סתורות, כבליינים בסוף לילה פרוע, לצד דמות נשית עיזומה העומדת בגבה למצלמה. הדימוי יובא מלהקות הגל החדש הבריטי, שהיה אז בשיאו. הכוונה היתה לייצר מראה אופנתי ועכשווי שאיננו מקומי, שישקף את דימוי הלהקה כיצרנית של חוק מלוטש בניחוח חו"לי.

בניגוד חד לאופן שבו נארזה תיסלם, הוצגה בזין כלהקה מקומית של בני מעמד הפועלים. חברה הגיעה מהקריות (על כל מה שמשמע מזה מבחינת הדימוי החברתי), ועטיפת התקליט שלהם, "24 שעות", שצולמה על גשר מוזס בכניסה לתל אביב, שידרה חספוס וישירות. היא ייצגה היטב את סיפורם ותדמיתם של חברי הלהקה, כבני פרפריה עם אמת פנימית, שמגיעים לכבוש את העיר הגדולה.

האייטיז היו גם העשור שבו נכנסו לשימוש טכנולוגיות חדשות בתחום העיצוב וההדפסה. לקראת אמצע העשור הופיעו לראשונה עטיפות שעוצבו באמצעות מחשב, כמו זו של אלבומה השני של להקת "טנגו", "אמונה שלמה". אלה היו גם שנות הפריצה של המוזיקה המזרחית. למרבה ההפתעה, דווקא הזרם הזה, שעתידי היה להפוך לדומיננטי במוזיקה הישראלית, לא הותיר אחריו חותם ויזואלי משמעותי. אפשר שהסיבה לכך היתה הקושי לממן את התקליט או התפישה שגרסה: אנשים קונים את התקליט בגלל הזמר והמוזיקה שלו ולא בגלל העטיפה.

סיבה אחרת היא ככל הנראה ההעדפה לקלטות שרווחה בקרב צרכני המוזיקה המזרחית (היא כונתה "מוזיקת קסטות"). הקסטות (קלטת) היתה הפורמט הראשון שאיפשר שיכפול ומכירה של מוזיקה באמצעים טכניים לא מורכבים ובהשקעה קטנה יחסית. לכן, היא שימשה מדיום מושלם עבור מי שנדחה על ידי תחנות הרדיו וחברות התקליטים של הזרם המרכזי וחסר אמצעים כספיים. היא יצרה ערוץ שיווק עצמאי שאפשר היה באמצעותו להגיע לקהל היעד שלה בפריפריה. חשוב לזכור שממדיה הקטנים של הקלטת - כ-10X7 ס"מ בלבד - הותירו מקום מועט למשחק גרפי באריזה, ולפיכך נצמדו חוב מפיקי המוזיקה המזרחית לתפיסה אסתטית פשוטה ביותר, שהתבססה על צילומי תקריב של הזמרים והזמרות וכיתוב בסיסי. הדבר דמה לגישה העיצובית שאפיינה את חברות התקליטים הממסדיות בעשורים הראשונים לקיומן.

הבחירה באסתטיקה כזאת היתה מן הסתם גם תולדה של תפיסתם של יצרני המוזיקה המזרחית את עצמם כאנטיטזה חתרנית ומחאתית לתעשייה של הממסד האשכנזי. גם בזרם זה היו כמובן גוונים ונוצרה התפתחות במהלך השנים. הדבר ניכר במיוחד באלבומיהם של הזמרים המצליחים ביותר דאז בז'אנר הזה - זהר ארגוב וחיים משה (פזמוניהם הופצו במקביל בקלטות ובתקליטים). אבל דווקא בתקליטים הללו הפריפריה חיקתה את המרכז, שכן בעטיפותיהם ניכר מאמץ להציג מוצר משודרג, העומד בשורה עיצובית אחת עם תקליטי המיינסטרים. כך למשל, לאלבום המצליח ביותר של ארגוב הופקה עטיפה שכללה תצלום סטודיו מוקפד. המטרה היתה ליצור תקליט "קרוסאובר", שיפרוץ את דרכו של ארגוב לתחנות הרדיו הממסדיות ולשוק של הזרם המרכזי. המטרה הושגה רק כעבור שנים, עם התזוזה של כל התרבות המזרחית למרכז הבמה הישראלית.



## התקליט מת, העטיפה חיה (אבל אחרת)

ב-1987 יצא הקומפקט דיסק (תקליטור) העברי הראשון, "אוהב להיות בבית" של אריק איינשטיין. כניסתם של הדיסקים לשוק בישרה שינוי בגישה העיצובית, שהותאמה לשטח שגודלו כרבע מגודל תקליט. אפשר לקבוע שבאופן כללי, העיצובים בעידן הדיסק הפכו פשוטים יותר וצנועים בפרטים בהשוואה לעטיפות התקליטים.

במשך מספר שנים התקיימו **שני הפורמטים (תקליטים ודיסקים)** במקביל, ורק ב-1992 ננטשו התקליטים סופית לטובת הדיסקים. באותה שנה יצא האלבום הישראלי האחרון שהודפס על תקליט ויניל - "מפלצת התהילה" של משינה. עטיפות האלבומים שיצאו בשנים הבאות, למשל "סימנים של חולשה" של ברי סחרוף, ואלבומיהם של "זקני צפת", ירמי קפלן ואחרים, כבר הותאמו מראש לגודל החדש של חוברת הדיסק.

מנקודת המבט העיצובית, היה גם צד חיובי למעבר לדיסקים: לראשונה ניתן היה לצרף חוברת בת מספר עמודים לאלבום, ובה אינפורמציה רבה יותר משאפשרה עטיפת התקליט. היו מעצבים שאכן עשו שימוש יצירתי באופציה הזאת, תוך שימת דגש על משחק בטיפוגרפיה ובגודל הטקסט. אולם, שער החוברת עדיין שימש כגרסה



מוקטנת לעטיפת התקליט, והיה החלק הגלוי לעין בעת רכישת הדיסק. הדימויים שעליו הפכו בהדרגה למינימליסטיים ומופשטים יותר מבעבר.

## יוסי בנאי ואילי גורליצקי - חכמים בלילה

באדיבות הד ארצי בע"מ/א.א.ס.י יונייטד אנטרטיינמנט בע"מ

ההצטמצמות לגודל 12X12 ס"מ הפכה את הפורמט לפחות מעניין עבור כמה

מהאמנים שעיצבו קודם לכן עטיפות לתקליטים. טרטקובר, למשל, הפסיק לעצב עטיפות בעידן הדיסק. "הייתי רגיל לפורמט של התקליט", הוא אומר. "כשהדיסקים יצאו, העיצוב הפך להיות ממוחשב, ואני מטבעי אנלוגי. אני אוהב את העבודה ביד". היו גם מקרים אחרים, שבהם דווקא הפורמט החדש, שבו צרפה לאלבום חוברת שלמה, פתח אפשרויות עיצוביות שלא היו קיימות קודם לכן.

בדיעבד, מסתבר שהמעבר לדיסקים היה המסמר הראשון בארון הקבורה של העטיפות כמדיום אמנותי ושיווקי. ימיהם של הדיסקים כפורמט-שמע דומיננטי היו קצרים יותר מאלה של התקליטים. במהלך העשור הראשון של המאה ה-20, ובמקביל למשבר תעשיית המוזיקה כולה בעקבות כניסת האינטרנט, נעשו האלבומים למשמעותיים פחות ופחות. מנגד, חלה עלייה (בעיקר בחו"ל, בינתיים) במכירות קובצי המוזיקה הדיגיטליים, שהייצוג הוויזואלי היחיד שלהם הוא אייקון קטן על מסך המחשב: נגן המוזיקה הדיגיטלי או הסמארטפון.

הזלת אמצעי הייצור וההפצה הביאו לכך שמצד אחד נוצרת היום הרבה יותר מוזיקה מאשר בשנות ה-70, אבל מצד שני, הפורמט האלבומי, המאגד אסופה של שירים למוצר אחד בעל אמירה כוללת, גוע. יחד איתו נעלמות גם העטיפות כפי שהכרנו אותן במשך שנים רבות. ככל שעולם הפופ חוזר להתמקד ביחידת הבסיס הקטנה ביותר שלו – הפזמון הבודד – כך הייצוג החזותי של הפזמונים כבר אינו אימג' אחד ויחיד על גבי העטיפה, אלא מערכת מורכבת ודינמית של ייצוגים.

הנה כן, הלהיט הגדול ביותר של הזמן האחרון, בהפרש ניכר מכל פזמון פופ שקדם לו, הוא "גנגנאם סטייל" של האמן הדום-קוריאני PSY. הצלחתו חסרת התקדים של הקליפ המוזיקלי הזה ממחישה היטב את האופן שבו השתנתה תעשיית המוזיקה בעקבות כניסת האינטרנט. "גנגנאם סטייל" הוא דוגמה מובהקת ביותר ללהיט גלובלי שנוצר הרחק ממוקדי ההשפעה הישנים של התעשייה, ללא מעורבות חברות התקליטים הוותיקות ומנגנוני השיווק שלהן. הקליפ שלו הופץ באופן ויראלי ברשתות החברתיות ומאז שהוצג לראשונה בוטיוב באמצע יולי 2012 הוא צבר כמעט מיליארד צפיות (נכון לראשית דצמבר 2012).

"גנגנאם סטייל" אינו חלק מאלבום ולא הופץ כסינגל לתחנת הרדיו, אך אי אפשר להגיד עליו שהוא אינו מלווה באריזה ויזואלית. אדרבא, ניתן לטעון שהוא לא היה נהפך ללהיט ענק ללא שלל הייצוגים החזותיים שמלווים אותו: דמותו הגרוטסקית של PSY, הקריקטורה שלו, המשמשת כמעין לוגו, הכריאוגרפיה המיוחדת וכמומבן הקליפ שמחבר בין כל המרכיבים הללו. כל אלה יוצרים מוצר רב ממדי ודינמי שבו הוויזואליה והמוזיקה אינם ניתנים להפרדה. הקטע הזה לעולם לא היה מגיע לתפוצה כה רחבה ולהשפעה כה מרשימה ללא הקליפ שבאופן סמלי וטיפוסי לתקופה נעשה חשוב יותר מהמוזיקה. כלומר, המעבר לדיגיטל אין פירושו הכחדתה של האריזה הוויזואלית למוזיקה, אלא דווקא שכלולה, שכן האפשרויות הוויזואליות כיום הן רבות ומגוונות מאי פעם.



## זה רק געגוע

ומה באשר לתקליטים? ובכן, ימיהם כמוצר המוני בודאי מאחוריהם, אבל הם עדיין עמנו - בעמדות התקליטנים במועדונים, באוספים פרטיים של משוגעים לדבר וגם, בשנים האחרונות, במספר הולך וגדל של חובבי מוזיקה מהשורה. מכירת תקליטי ויניל חדשים עולים בשנים האחרונות באופן עקבי, גם אם במספרים מוחלטים מדובר עדיין בנתח זניח של שוק המוזיקה. בשוק התקליטים המשומשים פועלות חנויות מתמחות, ברשת מתקיים מסחר ער בתקליטים נדירים, וחובבי מוזיקה מחליפים ביניהם תקליטים נדירים ("כרי ארגזים", או Crate-Diggers, הוא הכינוי המקובל לאספני תקליטים בארה"ב). יש גם חברות מיוחדות העוסקות מכירת פומביות של תקליטים. מחירהם של תקליטים נדירים במיוחד, הנסחרים באיבי, עשויים להגיע לעשרות אלפי דולרים.

הסיבה לגל הזה היא בעיקר רגשית. חובבי אודיו אדוקים ("אודיופילים"), אמנם טוענים בלהט שלצליל האנלוגי של התקליט יתרון ברור על זה של מוזיקה המופקת באופן דיגיטלי, אך ליתרון זה, אם אכן הוא קיים, אין הסבר מדעי ברור ואחיד, וייתכן שאין זה אלא מיתוס חביב שמפיל בפח חובבי מוזיקה רבים. סביר יותר להניח שהכמיהה לתקליט הויניל נובעת מגעגוע לעידן שחלף וילדות נשכחת.

החל מהצגת הווקמן בשנות ה-80, וביתר שאת בימי הנגינים הדיגיטליים, הפכה האזנה למוזיקה לאפשרית גם מחוץ לבית, בנסיעה או בעבודה, ובהכללה כרקע או

פס-קול לפעילויות אחרות. קודם לכן היתה חוויית ההאזנה למוזיקה תובענית וממוקדת יותר: תקליטים ניתן לשמוע רק באמצעות פטיפון, כלומר בדרך כלל בבית; תפעול הפטיפון הוא מלאכה עדינה הדורשת מעורבות גדולה יותר ומלווה באלמנטים טקסיים, כמו ניקוי המחט והפיכת צד אחת לעשרים דקות. בתקליטים אי אפשר לקפוץ בקלות משיר לשיר או לייצר פלייליסטים; לכן, יש הטוענים שההאזנה להם היא טוטאלית יותר מהאזנה למוזיקה דיגיטלית, ונעשית ביתר ריכוז. לעטיפות יש כמובן תפקיד מרכזי בחוויה זו. ההתבוננות בפרטי הפרטים של העטיפה היא חוויה הדומה להתבוננות המעמיקה ביצירת אמנות פלסטית. הסיבה לתקליטים, ולעטיפותיהם, מעידה אם כן לא רק על געגוע למוצר הפיזי, אלא גם, ואולי בעיקר, על רצון להשיב לחוויית ההאזנה למוזיקה את המקום המרכזי - את הקשב שאיבדנו בעידן הדיגיטלי.



### יפה ירקוני - באב אל ואד

סי.בי.אס. באדיבות אן.א.ס.י יונייטד אנטרטיינמנט בע"מ

## מאמרים נוספים שעשויים לעניין אותך

- סוף עידן הזמר העברי
- מוסיקת נשמה יהודית ניאו-חסידית בחברה הדתית-לאומית
- קללת הברכה של יוטיוב
- שלמה ארצי מולדתי

## ביבליוגרפיה

- מר-חיים יוסי וסתוי יאיר, הכל זהב - הזמר העברי: הכל על השירים, הזמרים, הלהקות, הביצועים וההקלטות, ספרית מעריב, 1993.
- שחר נתן, "שיר שיר עלה נא" - תולדות הזמר העברי, מודן, 2006.
- לימון יעל, [שעתו היפה של התקליט: הוא עוד יכול להצליח](#), Ynet 19.4.2012



### כוורת - סיפורי פוגי

באדיבות הד ארצי בע"מ / אן.אם.סי יונייטד אנטרטיינמנט בע"מ

## מילות מפתח

תקליטים | עיצוב-ישראלי | די-ג'יי | טרטקובר | מולה-עשת | אבנר-כץ | אריק-איינשטיין | אלונה-איינשטיין | מוזיקת-קסטות | תקליטור | נוסטלגיה | תרבות-ישראלית | אספנות | הד-ארצי | וינל | חוק'נרול | גרמופון | פטיפון | זמר-עברי | חברות-תקליטים | אן.אם.סי | פוזי | תיסלם | במזין | ישראלדיסק | גנגנאם-סטייל

[לדף המאמר באתר <<](#)