

משקפיים הפוכים

בקולקציה החדשה שלו מציע מעצב המשקפיים קלוד סמואל פרשנויות עכשוויות לדגמים מן העבר. הפעם חשוב לו שהקהל יביט דווקא בדוגמנים שמאחורי העדשות



תצלום: ינאי יחיאל

מתוך הקמפיין לאביב־קיץ 2012 של סמואל (במרכז). מזכיר את מסעות הפרסום של בנטון

מעצב המשקפיים והאופטומטריסט קלוד סמואל רואה את העולם דרך משקפיים ברורים וחדים. סמואל ידוע בפעילותו החברתית, ובין השאר משתתף במשלחות היוצאות לאתיופיה במימון קרן מוריס קאהן, כדי לטפל בעינייהם של הזקוקים לכך וגם להכשיר תושבים למתן סיוע לאוכלוסייה הנזקקת בתחום זה.

לא מפתיע אם כך שאת קולקציית הקיץ שלו בחר סמואל לקדם באמצעות קמפיין בהשתתפות עובדים זרים. דווקא כיום, כשהנושא טעון כל כך, הוא בוחר להציג את מהגרי העבודה בהקשר שונה לחלוטין מזה שבו הם נראים בחדשות, להציג מולנו פנים יחידות במקום המון נטול פנים, בניי-סיון לקרב התוודעות, לשנות יחס.

הקולקציה היא משנית לפן החברתי, טוען סמואל ומסביר שכדי להקל את ההתוודעות הוא בחר הפעם את המשקפיים על פי פניהם של המצולמים, ולא את המצולמיים על פי המשקפיים. כך אפשר להתוודע באמצעות הקמפיין הזה, המעלה בזיכרון את אלו השנויים במחלוקת של בנטון, לאולין מקולומביה, אוסקר מקונגו, חסן מתורכיה, מרווטה וטורי מליבריה ועוד רבים אחרים. ועם זאת, הפן העיצובי לא נזנח לטור

בת המסר החברתי, וכל זוג משקפיים נושא אופי ייחודי משלו. הקמפיין מציג אחדים מכ-30 הדגמים האלו של הקולקציה החדשה, שהסמואל עיצב וייצר במפעל בגרמניה. כאספן נלהב של משקפיים ישנים הוא שיי לב בה, כמו בקודמותיה, גם דגמים ישנים

עץ. אבל מעל הכל, על פי סמואל, ניכרת כאן כוונה לשמור על קלילות בקיץ החם בלי לוותר על אמירה.

מחירים: 400-7,000 שקל. להשיג אצל קלוד סמואל, דיזנגוף 17, תל אביב

פרשנות עכשווית. הטרנדים והצבעים מעסיקים את סמואל פחות, לדבריו. הצבעים שבחר הפעם הם טבעיים וקיצייים, ובהם חום מדורג, ירוק המדמה צבע של שריון צב, צהוב משובב בצבעים אחרים. גם החומרים טבעיים, ובהם

אחרים, ששינה והתאים לקו החדש שלו. למשקפיים ישנים, הוא אומר, יש נשמה אמיתית, וחשוב לו לשמר את הישן ולבחון את השפעות העבר על הווה ועתיד. הקו המנחה של הקולקציה הוא, לדבריו, הסתכלות לאחור, לאופנה של פעם, תוך מתן