

על מהותו של מחקר האופנה

רחל גץ-סלומון

תקציר

בהיותו של מחקר האופנה תחום ידע צעיר, הוא שואב אופני חקירה ממגוון של דיסציפלינות מחקר ותיקות. נושאי המחקר בתחום האופנה רבים ומגוונים, וכך גם שיטות המחקר. המאמר מציע הבחנה בין שלוש רמות של חקירה – קוסמולוגיה (תפיסת עולם), מתודולוגיה (תורת חקירה) ומתודות (שיטות מחקר בפועל) – ומדגיש את מהותו של מחקר האופנה לא רק כניתוח של מופעי לבוש אלא כפרקטיקה ביקורתית שחושפת מנגנוני זהות, פעלנות, משטור ועשייה תרבותית. מוצג בו מגוון של כלים יישומיים למחקר אופנה: ראיונות, ניתוח בגדים ומלתחות, תצפיות, עבודה ארכיונית וחקר של מדיה דיגיטלית. המאמר מתמודד עם שאלות כגון אלה: מדוע לחקור אופנה, כיצד אפשר לחקור אופנה, מה מאפשר מחקר זה לחוקרתיו ולחוקריו, אילו סוגים של תובנות ביכולתו לחלץ ובאילו דרכים הוא עשוי להשפיע על חייהם של בני אדם. מתוך ההבנה כי לעשייה האופנתית יש משמעות חברתית, תרבותית ופוליטית מובהקת, המאמר מציג את מחקר האופנה כאפיק מחקר שמאפשר התבוננות רבת-חומית ומורכבת בקשרים שבין האנושי לחומרי ושיש בכוחו לחשוף מנגנונים של עיצוב זהות וחיבור בין גוף לחפץ ולהציע קריאה ביקורתית בתרבות החזותית והחומרית.

מבוא: על כמה מגמות במחקר האופנה

אף שהאופנה מלווה את התרבות המערבית מראשיתה, במשך תקופה ארוכה היא נחשבה לנושא מחקר נחות – "נשי", טריוויאלי או מסחרי. חוקרות כגון אליזבת וילסון, ג'ניפר קרייק ואמה טארלו מעידות שעד שנות השבעים של המאה העשרים נדחק מחקר הלבוש לשוליים של המחקר האקדמי.¹ בשנות השבעים החלו מחקרים אנתרופולוגיים שעסקו בלבוש ובגוף, כגון מחקרה של אנט וינר על חילופי טקסטיל וקישוטי גוף באיי טרובריאנד,² לראות בגוף ובחומריות זירה מרכזית של ערך, מגדר וכוח, ובכך הציבו תשתית רעיונית לעיסוק של האנתרופולוגיה – ואחר כך של חקר התרבות החומרית – בלבוש. אמה טארלו למשל ביקשה בשנות התשעים

¹ Wilson, *Adorned in Dreams*, 1-10; Craik, *The Face of Fashion*, 1-6 ; Tarlo, *Cloting Matters*, 1-5

² Weiner, *Women of Value, Men of Renown*

להסיט את הדיון על הלבוש מן ההתבוננות המוזיאלית ולהציבו בתוך הקשר אנושי יום-יומי שאחוז גם בממדים היסטוריים ופוליטיים, ובכך קידמה את העיסוק בלבוש כשדה משמעותי לניתוח הבניית זהות, מגדר, כוח ופעלנות (agency).³ מחקרים כגון אלה הפכו את השאלה "מה ללבוש?" לשאלת יסוד בפרקטיקה תרבותית שאצורות בה שאלות מורכבות של זהות, חברה ומקום. לדברי קארן טרנברג הנסן, ניתוחי הלבוש המערביים המסורתיים קיבעו את הלבוש כסמל ולא כדבר שמבצע פעולה חברתית ולכן הובילו להזנחה מחקרית של התחום.⁴ השינוי שחל עם המיקוד המחודש בגוף סלל את הדרך להצבת הלבוש כמוקד מחקרי חשוב. אך גם כשהלבוש זכה לגיטימציה מחקרית נותרה לא פעם האופנה עצמה מחוץ לתחום. שילובה במחקר האקדמי לווה בחשדנות בשל זיקתה למסחר וצרכנות, וזיהויה עם התחום הנשי הפחית בערכו של העיסוק האקדמי בה. רק בשנים האחרונות התחיל מחקר האופנה להיות לדיסציפלינה עצמאית שמשלבת גישות קלסיות כגון התאוריה המעמדית של תורסטין ובלן והתפיסה הסמיוטית של רולאן בארת לצד גישות חדשות שמושפעות מלימודי התרבות, מן התאוריה הפמיניסטית ומן העידן הדיגיטלי. שילוב גישות זה מאפשר למחקר האופנה להתבונן ב"מערכת האופנה" – הכוללת מעצבים, יצרנים, גורמי שיווק, מדיה וצרכנים – על כל צדדיה המורכבים. התפיסה המערכתית הזו מדגישה שהאופנה אינה פועלת בחלל ריק אלא כמערכת חברתית-תרבותית וכלכלית.

המעבר מלבוש לאופנה לא היה שינוי טרמינולוגי בלבד אלא הרחבה של ההבנה התרבותית: בעוד הלבוש נבחן כפרקטיקה של כיסוי הגוף, האופנה נתפסת כמרחב שבו גוף, זמן, חומר וזהות מצטלבים ומשפיעים זה על זה. מכאן נעשה מחקר האופנה מרחב בין-תחומי חיוני שמציע הבנה עמוקה של האופנים שבהם אובייקטים לבישים פועלים ומייצרים משמעות בעולם החברתי.

מחקריו של הסוציולוג טים אדוארדס עוסקים בגבריות, במיניות ובתרבות הצריכה, והוא בוחן בהם כיצד תופעות תרבותיות – והאופנה בפרט – מתעצבות דרך מערכות של כוח ומבני זהות ומשקפות אותן. אדוארדס מחלק את מחקר האופנה לשלוש מגמות עיקריות: כלכלית, פסיכולוגית וסמלית.⁵ על פי הגישה הכלכלית, האופנה היא כלי מעמדי-תודעתי, והמעמד הוא המניע המרכזי – כמעט הבלעדי – לשינויים בתחום האופנה. גישה זו מתבססת על תאוריית מעמד הפנאי של ובלן וטוענת כי האופנה תתקיים לעולם במעמדות הגבוהים ותיהפך בתהליך של חלחול לצורת תרבות רווחת.⁶ דומה כי אף שחלפו יותר ממאה עשרים וחמש שנה מאז פרסם ובלן את ספרו על מעמד הפנאי (1899), תובנותיו על החיקוי המעמדי, כלומר על הנטייה של המעמדות הנמוכים לחקות את דפוסי הלבוש וההתנהגות של האליטות, עודן תקפות, גם אם הן מקבלות ביטוי שונה בעידן גלובלי ורווי מדיה. בנג'מין ויילד מציין כי בימינו התגלגלה התופעה הזאת באופנים חדשים: ידוענים מתחומי הבידור והתרבות הפופולרית משמשים מודל לחיקוי לקהלים רחבים, ולא רק לאליטות החברתיות המסורתיות.⁷ ויילד טוען כי בד בבד, משיכה מחודשת לאופנת העבר מתבטאת בעלייה בפופולריות של הווינטג' והרטרו המעניקים למתלבשים תחושת ביטחון משום שהסגנונות כבר עברו את "מבחן הזמן" וזכו לאישור

³ Tarlo, *Clothing Matters*, 1-3

⁴ Tranberg Hansen, "The World in Dress", 370-373

⁵ Edwards, *Fashion in Focus*, 10-13

⁶ ובלן, "התיאוריה של מעמד הפנות".

⁷ Wild, "Imitation in Fashion", 283

תרבותי. בכך מסמנים הסגנונות הללו את הלוּבשת או הלוּבש כבעלי מודעות תרבותית ומעניקים להם הילה (פרדוקסלית) של אותנטיות וייחוד.

המגמה הפסיכולוגית-תרבותית בחקר האופנה מתמקדת בראש ובראשונה בסובייקט היחיד ובבחירותיו ובוחנת שינויים אופנתיים והעדפות לבוש במונחים של דימוי עצמי, רגשות, מנגנוני הזדהות וביטוי זהות. גישה זו נוטה להבין את הלוּבש כהשלכה של עולמות פנימיים וכאמצעי של היחיד לנסח את עצמו במרחב החברתי. לעומתה, הגישה הסוציולוגית-אנתרופולוגית אינה רואה בבחירת הלוּבש פעולה אינדיבידואלית גרידא אלא פרקטיקה חברתית מושרשת שמתקיימת בתוך מערך של נורמות, מוסדות, יחסי כוח והקשרים תרבותיים וחומריים. בעוד הגישה הפסיכולוגית שואלת מדוע יחידים בוחרים להתלבש כך ולא אחרת, הגישה האנתרופולוגית מבקשת לברר כיצד עצם האפשרות לבחור "בחירה אישית" מעוצבת מראש בתוך הקשרים חברתיים, מגדריים ומעמדיים.

מחקר האופנה העכשווי נוטה לשלב בין שתי נקודות המבט הללו מתוך הכרה שהחוויה הפסיכולוגית של הלוּבש והפעולה החברתית שהוא מבצע שלובות זו בזו. עבודותיהן של ג'ואן אנטוויסטל ושל סופי ודוורד למשל מראות כיצד חוויות לבוש סובייקטיביות — כגון נוחות, ביטחון ודימוי עצמי — מתעצבות בתוך נורמות חברתיות ומגדריות שהופנמו.⁸ גם מחקרן של לוציה רוגרונה ורנאטה סטאוס מראה שתפיסת העצמי דרך הלוּבש אינה תהליך פנימי גרידא אלא תוצר של יחסי גוף, חומר ושדות כוח תרבותיים.⁹ שילוב זה מאפשר להבין את האופנה כזירה שבה חוויה פסיכולוגית ופעולה חברתית מתקיימות בו בזמן.

המגמה הכלכלית, המגמה הפסיכולוגית-תרבותית והמגמה הסוציולוגית-אנתרופולוגית מבטאות גישה פונקציונלית ומתאפיינות במחקר מדגים — כלומר הן נשענות על מחקרים אמפיריים שמבוססים על תצפיות על התנהגות מעשית ועל מדידה, איסוף וניתוח של נתונים כמותיים. המגמה הסמלית, לעומתן, מתבטאת בגישה סמיוטית למחקר שיוצאת מתוך חקירת הגוף והבגד עצמם. החוקרות והחוקרים הנוקטים גישה זו ממחישים את הטענה כי הגוף הלוּבש הוא תוצר תרבותי, פועל יוצא של כוחות חברתיים שלוחצים עליו. ההתערבות הסמיוטית, המתבססת על הטענה של רולאן בארת שהאופנה היא שפה,¹⁰ סודקת את הקודים החזותיים הסגורים לכאורה של מערכות הייצוג וחושפת את ההנחות המשמשות למסגור המשמעויות הסמליות שהן מייצרות. הניתוח הסמיוטי מפרק אפוא את האופן שבו התרבות מסדרת את הסימנים בעולם האופנה ומראה אילו אידאולוגיות, מערכי כוח או ערכים עומדים מאחורי הסיפור הזה.

בשנים האחרונות מתרבים המאמרים והספרים המבקשים להמשיג את מחקר האופנה כתחום בין-תחומי ולעמוד על האתגרים המתודולוגיים הייחודיים לו. ספרות זו תרמה תרומה מכרעת ללגיטימציה של התחום אך לעיתים נותרה כהצהרה כללית על "ריבוי מתודות" או "עירוב דיסציפלינות". חוקרות כגון מריה אנג'לה ינסן הצביעו על כך שעירוב דיסציפלינרי אינו רק צורך מתודולוגי אלא מהלך ביקורתי שמערער על הנחות היסוד של השדה, ובהן האירופוצנטריות, על טבעיותן לכאורה של קטגוריות המחקר ועל ההבחנה המוקדמת בין

⁸ Woodward, *Why Women Wear What They Wear*; Entwistle, *The Fashioned Body*

⁹ Ruggerone and Stauss, "The Deceptive Mirror"

¹⁰ Barthes, *The Fashion System*, x

"אופנה" ל"לבוש".¹¹ מאמר זה מבקש להתמקם בתוך דיון מטא-מתודולוגי זה ולהציע מסגרת מושגית שתאפשר לחדד את אופני הפעולה של מחקר האופנה. לשם כך אני מציעה הבחנה בין שלוש רמות משלימות של חקירה – קוסמולוגיה, מתודולוגיה ומתודות – ומראה כיצד הבחנה זו מאפשרת להבין לא רק כיצד חוקרים אופנה אלא גם מדוע היא נחקרת ומתן ההנחות העמוקות המנחות את המעשה המחקרי. המאמר פורש תחילה את התפיסות התאורטיות המרכזיות המבססות את האופנה כשדה פעולה חברתי, תרבותי ופוליטי, אחר כך הוא מציג כמה מגמות מתודולוגיות עכשוויות בחקר האופנה ואת יחסי הגומלין ביניהן, ולבסוף הוא סוקר מתודות מחקר קונקרטיות באמצעות דוגמאות ממחקרים קיימים. מהלך זה מבקש להציע לא רק מיפוי של השדה אלא גם כלי עבודה אנליטי שמאפשר לגשת אל מחקר האופנה כאל פרקטיקה ביקורתית מגובשת, רפלקסיבית ובעלת כוח פרשני רב-ערך.

מדוע לחקור אופנה

הבגד מבצע בגוף פעולה תרבותית יוצאת דופן: הוא משתלב בגופניות הטבעית אבל גם מעצב ומשנה אותה – עד כדי כך שהוא מותיר את חותמו בגוף העירום וה"טבעי". אן הולנדר מתבוננת בייצוגי עירום באמנות המערבית על תקופותיה ומגלה כי העירום האנושי משתנה על פי אופנת הבגדים של התקופה.¹² פעולת המחוך הנשי, לדוגמה, המצרה את אזור המותניים ומבליטה את החזה והאגן בהידוק מסיבי, נוכחת בדימויי הגוף העירום: בייצוגי עירום נשי בציור האקדמי של המאה התשע עשרה למשל מופיע גוף בעל מותניים צרים וחזה ואגן מודגשים – פרופורציות שמשקפות את פעולתו של המחוך גם כאשר הבגד עצמו נעדר. הולנדר מראה כי הגוף העירום בציורים אלה אינו קדם-תרבותי או "טבעי" אלא גוף שעוצב בדמיונו של האמן על פי אמות המידה שהכתיב הלבוש. גם ייצוגים של גוף עירום בתצלומים ובעבודות גרפיות מנכיחים לא פעם את הלך הרוח האופנתי, והגוף המוצג בהם מחושל על פי אמות המידה של הבגדים עצמם. דוגמה מעניינת לכך אפשר למצוא בצילומי העירום של הצלם הלמוט ניוטון (Newton), שם הגוף העירום מוצג כגוף אופנתי במלוא מובן המילה: הוא מבוים, ממושטר ומעוצב על פי קודים עכשוויים של צילום אופנה, וכך אף שהלבוש נעדר מן התמונה, הוא ממשיך לפעול כעיקרון צורני ותרבותי. הולנדר גורסת כי בתרבות המערבית הלבוש הוא "סימן הכרחי לאנושיות מלאה",¹³ ועל כן העיסוק בלבוש אינו מתמצה בניתוח בגדים כשלעצמם אלא מאפשר לחשוף את המנגנונים שבאמצעותם התרבות הופכת את הגוף לקריא ומובן.

למחקר האופנה יש יכולת לחלץ תובנות חשובות על חיי בני האדם, שכן הבגדים הם אובייקטים חומריים שקרובים במיוחד לגוף האנושי. בשל קרבה זו מחקר האופנה יכול לחשוף את הדרכים שבהן מתעצבים ומתנהלים היחסים בין אנשים ובין המרחבים החברתיים, התרבותיים והחומריים שבהם הם פועלים. לאופנה יש כוח כפול: הלבוש מייצר את הסובייקט כנבדל ובה בעת משייך אותו לקבוצה – תהא זו קבוצה מקומית, אתנית, מגדרית, דתית, מעמדית, גילית, מקצועית או אחרת. הבגד הוא חלק מן האדם הלבוש אותו ובו בזמן גם לא חלק ממנו: הוא מגלם את הזהות הפנימית כפי שהיא מוצגת כלפי חוץ. בכך נהפך הכיסוי לגילוי. הבגד מסמן גבול – בין פנים לחוץ ובין מרחב פרטי ואינטימי למרחב ציבורי – שחשיפה, הסתרה והבלעה

¹¹ Jansen, "Fashion Anthropology"

¹² Hollander, *Seeing Through Clothes*, 83-112, 148-156

¹³ שם, 83.

הן הפרקטיקות העומדות בבסיסן. האנתרופולוג טרנס טרנר שהתבונן באיכות כפולה זו ראה בלבוש את "העור החברתי"¹⁴. היות שפרטי הלבוש נטענים בערכים באמצעות האופנה, היא משמשת כוח מארגן למשמעויות השונות העולות מן הגוף הלבוש ומן הבחירה בפרטי הלבוש הספציפיים.

תפיסות עדכניות בחקר האופנה מטשטשות עוד יותר את הגבול בין הגוף לבגד. רוגרונה וסטאוס בוחנות את תפקידו של הגוף הלבוש ואת האופן שבו המראָה משפיע על תפיסת העצמי.¹⁵ הן מציעות לחשוב מעבר להשתקפות בראי ולהבין את הגוף הלבוש כישות דינמית – הלבוש והגוף משפיעים זה על זה ומעצבים את תחושת העצמי. במקום לראות בגוף ישות סטטית ונפרדת מן הלבוש, הן מציעות לחשוב על "הגוף הלבוש" כעל מכלול דינמי אחד.¹⁶ על פי גישה זו הגוף הוא ישות שמורכבת מכוחות שונים ומשתנה תוך כדי המפגש עם הבגדים עד כדי היותו "ישות בהתהוות" שמתעצבת באמצעות הופעתו החיצונית.¹⁷ האופנה ממקמת את הזהות האישית, האינדיבידואלית והנבדלת בתוך הקשר חברתי כללי, קולקטיבי ומאחד, ולכן היא מזמינה מחקר מורכב שבו הן את הזהויות האישיות הן את הזהויות הקולקטיביות. תחום האופנה הופך את הלבוש למערך של אובייקטים שקורא תיגר על משטר הגוף ובה בעת מחזק אותו ומנרמל את הגוף: ממגדר, מסדיר ומנגיש את הגוף, מייצר ומעצב תנוחות גוף.

דניאל מילר קובע כי הבגד אינו מבטא רק רעיון או מטפורה אלא צורה שדרכה הבנות וציפיות נוצרות.¹⁸ לכן הוא מציע לחבר את לימודי האופנה ואת לימודי האנתרופולוגיה.¹⁹ בכך הוא מבקש לערער על ההפרדה המקובלת בין פרשנות חברתית שמתמקדת במשמעויות, בערכים וביחסי כוח ובין ניתוח חומרי שעוסק בחפצים כישויות טכניות או פונקציונליות בלבד ולהכיר בכך שמערכות יחסים חברתיות נשענות על השימוש בחומרים ובחפצים. מילר כותב כי הנוכחות הבנלית, השקטה והלא תובענית של החפצים היא ההופכת אותם – למרבה הפרדוקס – לחשובים.²⁰ החפצים נתפסים כטבעיים וכמובנים מאליהם, וקל לשכוח שהם עוצבו בתוך היסטוריה מסוימת, ושהם מעצבים בתורם את בני האדם בדרך מסוימת. על בסיס טענה זו אפשר לקבוע כי בגדים שנחווים כחלק מן הגוף ממש הם שחקנים מרכזיים ורבי-כוח בשדה החברתי. מרכזיותם זו מזמינה מחקר שיבדוק את האופן שבו הם פועלים בתוך השדה שבו הם מתקיימים ושיבחן את האופנים שבהם האופנה מכתובה התנהגות, יוצרת זהות ואחראית על היבטים רבים מחיי בני האדם. למשל אימוצם של פרטי לבוש מסוימים עשוי לתפקד כסמן השתייכות לקבוצה חברתית, דתית או מגדרית, בעוד בגדים אחרים מסמנים חריגה, התנגדות או אי-הלימה לנורמות החברתיות. כמו כן, קודים של לבוש (המכתיבים את הלבוש במקום העבודה או לבישת מדים מסוגים שונים) מווסתים התנהגות, מסמנים היררכיות מקצועיות

Turner, "The Social Skin" 14

Ruggerone and Stauss, "The Deceptive Mirror" 15

שם, 212.

שם, 213.

Miller, "Materiality", 7 18

19 שם, 6. לצד תרומתו של מילר להבנת הבגד והחפצים החומריים כסוכנים פעילים בעיצוב יחסים, זהויות וציפיות חברתיות, הושמעה ביקורת כלפי חלק ממחקרי התרבות החומרית הממקדים את הדיון באובייקט כמופע סגור ויציב. ביקורת זו גורסת שהתמקדות אינטנסיבית באובייקט עלולה להסיט את תשומת הלב מתהליכי שינוי, טרנספורמציה והתהוות של חומרים ומאופני היווצרותם, תנועתם ופעולתם בתוך זמן ומרחב. טים אינגולד למשל מציע להבין חפצים וחומרים לא כישויות מוגמרות אלא כתהליכים מתמשכים של עשייה (making) והתהוות (becoming); תפיסתו מאתגרת קריאות חומריות שמקבעות את האובייקט כיחידה סטטית (Ingold, "Culture on the Ground", 330).

Miller, "Materiality", 13 20

ומעצבים ציפיות מגדריות, בעוד בגדי פנאי וספורט מכתיבים דפוסים של תנועה ושל יציבה ויחסים בין הגוף למרחב הציבורי.

דיאנה קריין טוענת כי השיח על הלבוש והעיסוק בבגדים שיקפו תמיד את האידאולוגיות השליטות ואת ערכיהם של המוסדות החברתיים המרכזיים.²¹ בעבודתה היא מדגישה את העובדה שהאופנה אינה רק תופעה אסתטית אלא מנגנון חברתי שדרכו עוברים ונבחנים רעיונות של משמעת, מעמד, מגדר ותרבות. לשיטתה הלבוש משמש מדיום שאפשר לראות באמצעותו כיצד קבוצות שונות מאמצות נורמות חברתיות רווחות, מפרשות אותן או מתנגדות להן. היא מראה למשל כי סגנונות לבוש של קבוצות שוליים כגון תנועות מחאה, נוער מרדני ופאנק אינם רק ביטויי טעם אלא פעולות חברתיות שמטרתן לחתור תחת הסדר הקיים. באמצעות בחינה היסטורית ותרבותית של פריטי לבוש היא מדגימה כיצד קבוצות אלה השתמשו בבגדים כדי לסמן זהות נפרדת, לערער על היררכיות ולהציע מודלים אלטרנטיביים של שייכות וכוח. כך האופנה נעשית לא רק ראי של החברה אלא גם קריאת תיגר עליה.²² הדבר נכון גם לעידן הנוכחי: הלבוש ממשיך להיות פריזמה מרכזית לבחינת מערכות יחסים בין נושאים ורעיונות מרכזיים ושוליים בחברה נתונה. אניה ארונוסקי קרונברג מראה למשל כי השימוש שעושה תעשיית האופנה המערבית החל מן המאה העשרים בדגמים מתקופות קודמות מנציח את חשיבותן של תקופות מסוימות מן העבר כחלק מסדר היום החברתי בהווה.²³ רצונם של אנשים להיות אופנתיים ולהתלבש "נכון" הופך את הלבוש לחלק עיקרי מן החיים ואת הבגדים לחומר חשוב בהצגת הזהות על פני השטח של הגוף. הבחירה בבגד ה"נכון" בזמן ה"נכון" היא דרך להתמודדות של יחידים שחיים בחברה נתונה עם מנגנונים חברתיים והגדרות תרבותיות, והיא קריטית לבניית זהות אינדיבידואלית שעומדת בזכות עצמה.

הסוציולוג הצרפתי החשוב פייר בורדייה גורס בחיבורו "אופנה עילית ותרבות עילית" כי האופנה ודרכי הצריכה שלה הן המקבילה המודרנית של המגיה, שכן בידם של השולטים בשדה האופנה להפוך אובייקט ליקר מציאות בכך שהם מטביעים בו את חותמם.²⁴ משעה שקיבל הבגד את חתימת המעצב והוצב באתר "מקודש" – הבוטיק, בית האופנה, מסלול התצוגה, פרסומים במדיה החברתית – הוא נהפך ליצירת אמנות, לפטיש, ומתחוללת בו תמורה כלכלית וסמלית גם יחד. בורדייה מתאר את שדה האופנה כשדה שבו המודל שפיתח לניתוח שדות של ייצור תרבותי בא לידי ביטוי ברור במיוחד.²⁵ מודל זה מציג את תחומי היצירה התרבותית כ"שדות" – מרחבים חברתיים מובנים שסוכנים שונים נאבקים בהם על כוח, על הון ועל הזכות להגדיר מה נחשב טעם לגיטימי, איכות אמנותית או יוקרה. בתוך כל שדה פועל מארג של יחסי כוח, שבו כל סוכן מחזיק בצורות שונות של הון: הון כלכלי, קרי משאבים חומריים וכספיים; הון תרבותי, קרי ידע, מימוניות וסמלי השכלה; הון סמלי, קרי הכרה, יוקרה ולגיטימציה חברתית; הון גופני ומחופצן, קרי הגוף עצמו כמשאב חברתי שמעוצב, ממושמע ומזוהה עם סגנונות, טעם ומעמד. במסגרת זו, ההביטוס – מערכת הנטיות הסמויות, ההרגלים, צורות

²¹ Crane, "Women's Clothing Behavior as Nonverbal Resistance" 16-13, 6-5, שם.

²² שם, 16-13, 6-5.

²³ Aronowsky Cronberg, "On the Intersection Between Our Clothing and Our Past" 184.

²⁴ בורדייה, *שאלות בסוציולוגיה*, 184. "כשאדבר על אופנה עילית, אדבר ממילא על תרבות עילית", הוא כותב (שם, 183). על פי גישה זו אופנה היא אכן כלי מעמדי, אך גישתו של בורדייה אינה מסתכמת בבחינת התהליכים הכלכליים המניעים את המעמדות וההיסטוריה.

²⁵ שם, 160.

ההתנהגות והאופן שבו אדם "נושא" את גופו בעולם – מתעצב בתוך השדה ומשחזר אותו.²⁶ בורדייה מאפיין את שדה האופנה כשדה מורכב שכולל מערכות, סוכנים ופרקטיקות רבות: דמות המעצב, האובייקטים עצמם, הדוגמניות הנבחרות, הקטלוגים, מגזיני האופנה, ידוענים, פרזנטורים, אירועי אופנה וכמובן הצרכנים וקהל הלקוחות. על פי גישתו, גם מראה הגוף – הנתפס כנתון טבעי – הוא למעשה תוצר חברתי שמביע מעמד ומשייך את האדם לקבוצה מסוימת. הבגד המעצב יציבה, הליכה ותנועה במרחב, המבליט או מסתיר איברים, המציג חומרים באיכויות שונות ושיוקרתו נקבעת על פי המעצב, בית האופנה או המותג מתקף ומפעיל את ההביטוס, ההון הגופני והמחופצן. לדידו של בורדייה האופנה היא מרחב ביטוי מעמדי מובהק, שהרי מעמדות שונים מעצבים את גופם באופנים שונים ובאמצעים שונים. ובני אדם משתמשים בבגדים גם כמעין "לוחות מודעות" שמוסרים על פני הגוף מידע חברתי. חלק מן המסרים הללו הם פורמליים, כמו במדים, בתלבושות טקסיות או בלבוש מקצועי שמסדירים היררכיות ודרגות, ומסרים אחרים אינם פורמליים ומבטאים השתייכות מעמדית או תרבותית דרך סגנון, מותג, גזרה או אופן נשיאת הגוף. בהיסטוריה המערבית, עם צמצום חוקי הלבוש הפורמליים והפיכתם לסמויים יותר נהפכה פרקטיקת הלבוש לפרקטיקה מובהקת של סימון וקטלוג חברתי. איילין ריביירו מזכירה כי חוקי הצניעות ההיסטוריים לא נועדו רק להסדרת הופעת הגוף במובן המוסרי אלא שימשו גם מנגנון חברתי לחיזוק היררכיות של מעמד, מגדר וסמכות; באמצעות הגבלות על הנגישות לבדים, לחומרים, לצבעים ולצורות לבוש מסוימות הוטעו הבגדים במידע חברתי רב: זהות, סטטוס ומוסריות "נקראו" על פני הגוף דרך הגזרה, החומר, איכות הביצוע ואופן הלבישה.²⁷

בשנים האחרונות מתרבות הגישות המחקריות המכירות בכך שהאופנה אינה רק מערכת של סמלים וזהויות אלא גם תעשייה רבת-עוצמה, שיש לה השפעות כלכליות, סביבתיות וחברתיות.²⁸ תהליכי הייצור, השיווק, המיתוג והצריכה נעשים אמצעים מרכזיים להבנת מנגנוני המשמעות של בגדים, ותעשיית האופנה הנתונה כיום ללחצים הולכים וגוברים מצד מגמות גלובליות כגון קיימות, קפיטליזם דיגיטלי ותביעות לזהות אותנטית מתגלה כמערכת מורכבת שמשלבת ערך כלכלי וערך תרבותי גם יחד. הדרישה לקיימות מחייבת את התעשייה להתמודד עם שאלות של ייצור אחראי, אתיקה סביבתית ושקיפות בתהליכי העבודה, הקפיטליזם הדיגיטלי משנה את דפוס הצריכה באמצעות מסחר מקוון, אלגוריתמים, מדיה חברתית ומשפיענים שמעצבים טעם ויוצרים ביקוש בזמן אמת, ובד בבד מתעצמת התביעה הציבורית לזהות אותנטית – לצריכה שמשקפת ערכים אישיים, שייכות תרבותית והזדהות חברתית. מכלול לחצים זה מבהיר שהאופנה אינה רק סחורה שנמדדת בשוויה הכלכלי אלא גם זירה סמלית שמשמעות, זהויות ויחסי כוח מיוצרים ומתווכים בה. שילוב זה הופך את האופנה למרחב קריטי להבנת יחסי הגומלין בין מבנים מסחריים ובין חיי היומיום, הטעם האסתטי והתודעה הפוליטית ומחייב את המחקר האקדמי להתייחס לאופנה כאל מרחב ששיקולים סמליים ומבניים שלובים בו יחדיו.

²⁶ התאמת הייצור לצריכה, הנובעת מן ההומולוגיה בין מרחב הייצור ובין הצרכנים, מתרחשת כך ש"החלוקות הפנימיות של שדה הייצור משועתקות בהיצע המגוון והמדורג מעצמו, המקדים את הביקוש המגוון והמדורג מאליו (וגם במודע) של קטגוריות שונות של צרכנים" (שם, 198).

²⁷ Ribeiro, *Dress and Morality*, 45, 87

²⁸ Iannilli and Spagnoli, "Conscious Fashion Culture", 9-12

מחקר האופנה כמחקר היברידי

חלק זה מבקש להציע מסגרת תאורטית ומתודולוגית להבנת האופנה כתחום חקירה בין-תחומי שנשען על קישור בין גוף, חפץ וסביבה תרבותית-חברתית. המטרה היא להרחיב את הדיון באופנה מעבר להתבוננות חזותית או סוציולוגית צרה ולהצביע על אופיו ההיברידי של הדיון. גישה היברידיה משמעה בהקשר זה שילוב גמיש ודינמי של כלים תאורטיים ומתודולוגיים ששאובים מדיסציפלינות שונות כגון אנתרופולוגיה, סוציולוגיה, לימודי מגדר, אסתטיקה, תקשורת, היסטוריה של הלבוש וחקר התרבות החומרית מתוך ההכרה שהאופנה עצמה נוצרת ופועלת בתוך מרחבים חוצי גבולות: בין חומר לרוח, בין האישי לקולקטיבי ובין המסורתי לעכשווי.

חלק זה של המאמר מציג שלושה מהלכים. תחילה יש בו דיון בתרומתו של רולאן בארת לחשיבה על האופנה בתור שפה ומערכת סמלים. אחר כך נבחנת בו פעולתו של הלבוש כמופע גופני-חברתי וכמעשה פרפורמטיבי של הבניית זהות. לבסוף מנוסחת הצעה לגישה מחקרית היברידיה – כלומר גישה שמבקשת לא רק לחבר בין דיסציפלינות אלא גם להציע פרדיגמה מחקרית רב-שכבתית, גמישה ודינמית שמותאמת למורכבותו של תחום המחקר. באמצעות שלושת המהלכים הללו אני מבקשת להראות בחלק זה שניתוח של אופנה יכול לעסוק בחומריותה, בייצוגיה ובנוהגי הלבשה שלה ובכך להציע תרומה להבנה עמוקה של האופנה כאתר של משא ומתן אישי, חברתי ותרבותי.

בחיבורו החשוב 'מערכת האופנה' קורא רולאן בארת את הבגד כמערכת מסועפת של סימנים.²⁹ בארת מבחין בין שלושה מישורים שבהם הבגד מופיע ומקבל משמעות: הבגד ברמה החומרית ה"אמיתית", כלומר כחפץ חומרי שקיים בעולם ואפשר ללבוש אותו, למדוד אותו, לגעת בו ולבחון את מאפייניו הפיזיים כגון חומר, גזרה, תפירה, מבנה, משקל, שחיקה ופונקציונליות; הבגד כדימוי, כלומר ייצוג החזותי בתצלומים, באיורים, בפרסומות ובמגזיני אופנה כמופע בעל משמעויות אסתטיות, אידאולוגיות ותרבותיות; והבגד המילולי, כלומר התיאור הישיר או העקיף של הבגד במילים, ייצוג הלשוני באמצעות תיאור, סיווג ושיח.³⁰ הבחנתו של בארת בין הבגד הממשי, הבגד החזותי והבגד המילולי מבהירה כיצד האופנה הופכת ממערכת של חפצים לפרקטיקה של משמעות. שלושת המישורים משתלבים במערך סימנים "סמלי" שבו הבגד נקרא, מתואר ומובנה בתוך שפה: הבגד הממשי נטען במשמעות כאשר הוא נתפס ומסווג; הבגד החזותי פועל באמצעות קודים אסתטיים ותרבותיים; ואילו הבגד המילולי הוא הזירה המרכזית שבה המשמעות האופנתית מנוסחת, מקובעת ומופצת. כך ממקם בארת את האופנה בתוך הסדר הסמלי של השפה – במובן הלאקאניאני – והופך אותה למערכת של תקשורת חברתית. האופנה, בהיותה "שפה מוחצנת", אינה מתקבלת כקוד שרירותי אלא כמה שנשען על מערכת מושגים וסימנים שכבר נטמעו בתרבות ונעשו "טבעיים". כלומר הצבעים, הגזרות, הסגנונות והצירופים שאנו רואים על הגוף אינם מתפרשים כבחירות מקריות אלא כתוצאה של משמעויות חברתיות, מגדריות ומעמדיות שכבר עברו תהליך של נטורליזציה – תהליך שבו מבני כוח וערכים תרבותיים מוצגים כאילו היו מובנים מאליהם, "נכונים" או "טבעיים".³¹

²⁹ Barthes, *The Fashion System*

³⁰ שם, 3-10.

³¹ בארת, *מיתולוגיות*, 258.

במילים אחרות, כאשר אנו פוגשים פריט לבוש או סגנון אופנה אנו קוראים אותו כמעט באינסטינקטיביות דרך מערכת של משמעויות חברתיות קיימות (כגון "נשי", "אלגנטי", "מרדני", "יוקרתית"), ולכן האופנה פועלת כמעין שפה שהמשמעות שלה כבר מובנית בתוך התרבות, גם אם איננו מכירים בכך במודע. בעקבות בארת וההבנה הסמיוטית של האופנה כמערכת סימנים אפשר לטעון כי לבישת בגד — כל בגד, גם אם אינו נתפס כ"פריט אופנתי" — היא פרקטיקה של "מבע ביצועי" המתכוננת בתוך הקשר חברתי.³² מבע ביצועי בלבוש פירושו שהפעולה של לבישת בגד אינה רק ביטוי של זהות קיימת אלא פעולת גוף שמייצרת ומסדירה זהות בתוך הקשר חברתי. כלומר האדם "עושה" את זהותו באמצעות הלבוש: הוא מפיק מופע גופני שמתקבל על ידי החברה כבעל משמעות מגדרית, מעמדית או תרבותית. הלבוש הוא אפוא לא רק סימן אלא מעשה סמיוטי ופרפורמטיבי שמייצר בפועל את האופן שבו האדם נתפס. לכן חקר הלבוש כולל גם התייחסות מפורשת לנתוניו החומריים של הפריט, כגון המרקם, המשקל, איכות הבד ואופן תנועתו על הגוף, שיש להם השפעה ממשית על האופן שבו הגוף נחוה, מתפקד ומתקבל.

בגיליון של כתב העת *International Journal of Fashion Studies* שהתפרסם ב-2024 ויוחד כולו לשילוב המתבקש בשיטות המחקר בתחום חקר האופנה, מציעים עורכי הגיליון לראות את מחקר האופנה כפרקטיקה של "כיפוף" (bending) של מתודולוגיות ו"שילוב" (blending) ביניהן.³³ לדידם מחקר אופנה הוא מרחב פוטנציאלי למפגש אינטלקטואלי בלתי צפוי שאינו כפוף מראש למסגרות מושגיות קבועות, ועל כן הוא דורש זיקה מתמדת בין תפיסת עולם, מסגרת מתודולוגית ושיטות עבודה קונקרטיות.

על רקע זה אני מציעה הבחנה מושגית בין שלוש רמות משלימות של מחקר אופנה: קוסמולוגיה, מתודולוגיה ושיטות מחקר. "קוסמולוגיה" פירושה תפיסת העולם המנחה את המחקר והנחות היסוד בדבר גוף, חומר ותרבות; "מתודולוגיה" פירושה המסגרת העקרונית שבתוכה מאורגנת החקירה וסוגי הידע שהיא מאפשרת; ו"שיטות מחקר" פירושו הכלים היישומיים שבאמצעותם נאספים ומנותחים הנתונים בפועל. הבחנה זו מאפשרת לחדד את אופני הפעולה של מחקר האופנה ולהבין את המתח והקשרים בין רמות שונות של עשייה מחקרית.

ברמה המתודולוגית ניכרת בשנים האחרונות — ובעיקר מאז שנות התשעים, עם התבססות לימודי האופנה כמסלול אקדמי עצמאי — נטייה לגישה היברידי. גישה זו משלבת מסגרות תאורטיות ומתודולוגיות שמקורן במגוון דיסציפלינות: אנתרופולוגיה, סוציולוגיה, תרבות חומרית, תרבות חזותית, לימודי מגדר, היסטוריה, פילוסופיה, סמיוטיקה, תקשורת ומדיה וכלכלה מדינית.³⁴ שילוב זה נובע מן ההכרה כי האופנה מתקיימת במרחבים המטושטשים שבין גוף, חומר, חברה ותרבות — כלומר, כתחום שפועל בו בזמן במישור הגופני והחושי, במישור החומרי והטכנולוגי, במישור החברתי-מוסדי ובמישור התרבותי-סמלי. משום כך מחקר האופנה מחייב כלי ניתוח שמסוגלים ללכוד את הרב-שכבתיות והדינמיות של התחום ולאפשר בחינה של האופן שבו שכבות אלה מצטלבות, משתנות ומייצרות משמעות. גישה מתודולוגית זו

³² על "מבע ביצועי" ראו ג'ל אוסטין, *איך עושים דברים עם מילים*, 27-35. וראו את השימוש של ג'ודית באטלר במושג זה: באטלר, *קוויר באופן ביקורתי*, בעיקר במבוא ובפרקים המבוססים על *Gender Trouble* ועל *Bodies That Matter*.

³³ Tse, Semereene and Kurdjian, "B(1)ending Research Methods"
³⁴ השווא: Black, *The Handbook of Fashion Studies*; Entwistle, *The Fashioned Body*; Rocamora, "Hypertextuality and Remediation in the Fashion Media".

מבקשת להרחיב את השדה ולפרוץ את גבולות הדיסציפלינה לטובת יצירת ידע חדש. אך כדי שמחקר האופנה ישמש גם כלי עבודה ממשי בידיהם של חוקרות וחוקרים, עליו לכלול מתודות ברורות שמתרגמות את המסגרת המתודולוגית ההיברידית לפרקטיקות חקירה יישומיות. בעוד המתודולוגיה מתייחסת למסגרת העקרונית המנחה את המחקר – תפיסת הידע, סוגי השאלות הנשאלות והנחות היסוד – שיטות המחקר (או המתודות) הן הכלים הקונקרטיים שבאמצעותם נאספים ומנותחים הנתונים בפועל.

להלן כמה מן המתודות המרכזיות במחקר האופנה העכשווי, הכוללות שיטות איכותניות – מחקר ארכיוני, תצפית אתנוגרפית, ראיונות עומק, ניתוח פריטי לבוש ועבודה עם מדיה דיגיטלית – לצד שיטות כמותניות – סקרים וניתוחים סטטיסטיים – ושילובן במתודולוגיה מעורבת או היברידית.

א. מחקר ארכיוני

חקירה איכותנית של ארכיונים של מדינה, צבא, חברות אופנה, מוזיאונים, תצלומים היסטוריים, גזרות מקוריות, פרסומות ודפי מוצר. החוקרת או החוקר אינם מחפשים רק "נתונים" אלא מבקשים לייצר מבט היסטורי רציף ובכך לחשוף אידאולוגיות חזותיות ומוסכמות חברתיות שהובנו לתוך האובייקטים. דוגמה טובה למחקרים כאלה היא מחקריה של דליה בר אור, החוקרת בעקביות את תולדות האופנה והטקסטיל בארץ ישראל באמצעות עבודה ארכיונית רחבת היקף.³⁵ בר אור מנתחת תצלומים היסטוריים, דגמי גזרות, פריטי לבוש מקוריים, תיעוד של מפעלי טקסטיל ומסמכי ממשל כדי לחשוף כיצד דפוסי לבוש ושפת החומרים עיצבו את הזהות המקומית מראשית המאה העשרים. היא משתמשת בתיעוד של תעשיית האופנה המקומית כדי לחשוף את המתח בין מודרניות מערבית לבין שאיפה ליצירת שפה חזותית עברית-מקומית. שילובם של מקורות ארכיוניים אלה מאפשר לבר אור לשרטט היסטוריה רציפה של האופנה בארץ ולחשוף את האידאולוגיות והמוסכמות החברתיות שהוטמעו בפריטי הלבוש עצמם.

גם מחקרן של וסי לינג ודאן ון דרטל מ-2019 הוא דוגמה טובה למחקר ארכיוני.³⁶ לינג וון דרטל בוחנות את המושג "אופנה גלובלית" בתצוגות של מוזיאונים ועוסקות באופן שבו סיפורים גלובליים והקשרים קולוניאליים משנים את אופן הארגון של אוספי הלבוש במוזיאונים. המחקר מתמקד במוזיאון הלאומי לתרבויות העולם בהולנד. החוקרות מנתחות ממצאים ארכיוניים מתוך אוסף המוזיאון, כגון פריטי לבוש היסטוריים ותיעוד תערוכות, כדי לחשוף "היסטוריות גלובליות" של אופנה. מחקרן מגלה כי תצוגות האופנה במוזיאון מעוצבות מתוך הנחות קולוניאליות מובנות: בחינה ארכיונית של תיעוד תערוכות, קטלוגים ורשומות רכישה חושפת כיצד פריטי לבוש סווגו והוצגו כ"אתנוגרפיים" או "אקזוטיים" אגב מחיקת ההקשרים החברתיים שלהם והצבתם בתוך היררכיות תרבותיות. ממצאים אלה התאפשרו רק בזכות הבחינה של מסמכים היסטוריים שחושפים את תהליכי הקטלוג, הבחירה והמסגור האוצרותי במרוצת השנים ומראים כיצד מסגרות אלו ממשיכות להשפיע על הבניית המושג "אופנה גלובלית" בהווה. לינג וון דרטל משלבות במחקרן גם שיטות איכותניות כגון ראיונות עם אוצרים במוזיאון על תפקיד האופנה הגלובלית בעבודת המוזיאון. בשילוב של המקורות

³⁵ בר אור, אתא והחברה הישראלית, 1986-1934; "אתא כמשל לחברה הישראלית"; "הצבא לובש מדים".
³⁶ Ling and van Dartel, "Global Fashion as a Tool in the Ethnographic Museum"

הארכיוניים ושל הראיונות עם אנשי מקצוע מחקרן מראה בפועל כיצד עבודה ארכיונית יכולה לתמוך בניתוח ביקורתי של אופנה ולסייע ביצירת גישה חדשה לאצירת תצוגות. הדבר ממחיש את ערכה של שיטת המחקר הארכיונית בחשיפת שכבות היסטוריות ופוליטיות של אופנה בתוך הקשר תרבותי רחב.

ב. ראיונות עומק

שיטת מחקר איכותנית שמשתמשת בשיחות שיכולות להיות מובנות למחצה ואף פתוחות לחלוטין עם שחקנים ושחקניות בשדה האופנה כגון מעצבים, יצרנים, סוחרים או אנשי מדיה, ובעיקר עם לובשים ולובשות. באמצעות שיחות אלה נאספים נרטיבים על חוויות לבוש וגוף, זיכרון פרטי וקולקטיבי וסוגיות מגדריות, מגזריות וחברתיות. דוגמה למחקר שנוקט גישה זו היא מחקרן של אנה-מרי אלמילה והאנה זייליג המבוסס על ראיונות עומק חצי-מובנים עם גברים מבוגרים שנערכו במרחב הארון הביתי עצמו: בשיחות ארוכות ומפורטות שמשלבות התבוננות בפריטי הלבוש, החוקרות אוספות נרטיבים על זיכרון, זהות, גוף ורגש ומראות שהבגדים פועלים כמאגר של זיכרונות ביוגרפיים וכמרחב של יצירתיות יום-יומית, גם בגיל מבוגר.³⁷ דוגמה נוספת היא מחקרי שלי, העוסקת בחצאית הצבאית, ובו ניהלתי ראיונות עומק עם נשים, שהבגד משמש בהם נקודת מוצא לשיח על גוף, נשיות, ייחודיות וזהות: דרך ניתוח הנרטיבים שנאספו בראיונות נחשף האופן שבו פרטי לבוש נטענים במשמעויות רגשיות, מוסריות וחברתיות ומשמשים כלי לעיבוד חוויות חיים, זיכרון פרטי וקולקטיבי ויחסי כוח מגדריים.³⁸

רוזה קרפּקס מבהירה שקיום ראיונות שבמרכזם עומדת חוויית ההתלבשות בפריט לבוש מסוים יכול להרחיב את ההגדרה המקובלת לריאיון כפי שהוא מנוסח במדעי החברה, ובפרט בסוציולוגיה.³⁹ השימוש בתצלומים או בפרטי לבוש מוחשיים במהלך הריאיון, המדידה של בגד על הגוף, קיומו של ריאיון בחדר ארונות או מול ארון הבגדים האישי, יצירה והתנסות בפעולות העיצוב והייצור של פרטי אופנה – כל אלה עשויים לעורר שיחה רפלקסיבית עמוקה במיוחד.

גם שיחות עומק על טרנדים, על מוסכמות אופנה ועל בחירות צרכניות עשויות לחשוף ידע תשתיתי חשוב לגיבושן של הבנות סוציולוגיות ותרבותיות. מחקרם של לואיז לנדבלאד ואיאן דייוויז למשל מתמקד בצרכנים של אופנה בת-קיימא ובוחן מה מניע אותם במעשה הצריכה.⁴⁰ המאמר חושף אילו ערכים, אמונות ושיקולים אישיים מנחים צרכנים של אופנה בת-קיימא באמצעות ראיונות עומק אישיים ומובנים למחצה עם כארבעים צרכנים כאלה. כל מרואיין התבקש לתאר את הרגלי הקנייה שלו, את המניעים לבחירותיו ואת הערכים האישיים הקשורים לכך. הממצאים מראים שבחירותיהם של צרכני אופנה בת-קיימא אדוקים מושפעים מקיומם של ערכים עמוקים, כגון מודעות סביבתית, אתיקה וצורך בזהות אישית אותנטית. לנדבלאד ודייוויז בחנו כיצד כל פרט בשרשרת הערך של המוצר משתקף בדברי המרואיינים. השימוש בשיטה של ראיונות עומק אפשר אפוא לחשוף תובנות איכותניות עשירות על אודות המוטיבציות הסמויות והגלויות של הצרכנים שלא היו מתגלות במחקר כמותי סטנדרטי.

Almila and Zeilig, "In Older Men's Wardrobes" ³⁷

גץ-סלומון, "אחת ויחידה". ³⁸

Crepax, "Street Style, Smelling and Hanging Out" ³⁹

Lundblad and Davies, "The Values and Motivations Behind Sustainable Fashion Consumption" ⁴⁰

ג. תצפית אתנוגרפית

גישה סוציולוגית-אנתרופולוגית איכותנית של צפייה בפרקטיקות המתקיימות במרחבי אופנה, ובהן תנועת לקוחות, עבודת מוכרים, ארגון חללים, ניהול סחורות ואינטראקציות בין בני אדם, חפצים ומרחבים. מחקרים מן הסוג הזה עשויים להתמקד בהיבטים שונים של שדה האופנה – צרכניים, ארגוניים או חומריים. מאמרן של לינדה ליזה מריה טורונן ומייקה גוסן למשל עוסק בשוק בגדי היד השנייה בפינלנד ומתבצע באמצעות תצפיות באתרי פעילות של אופנת יד שנייה אגב אימוץ עמדה של תצפית לא מתערבת.⁴¹ החוקרות ביקרו בחמש עשרה חנויות יד שנייה פיזיות במרכזי הערים הגדולות, בעיקר בהלסינקי, וצפו באופן הצגת הבגדים, בתמחור, בסידור החנות ובניהול הלוגיסטי. בד בבד הן סרקו חמש פלטפורמות מקוונות ורשתות חברתיות של חברות אלה ובחנו כיצד הפריטים מוצגים שם ואילו מסרים שיווקיים מועברים לקונים ולמוכרים. החוקרות ניהלו רשימות שדה מפורטות שבהן תיעדו הן את הסביבה החומרית הן את ההתנהגות האנושית (אופן סידור הבגדים על המדפים, תנועת הלקוחות במרחב, מחוות המגע בבגד, ההתעכבות מול תגי מחיר, חילופי הדברים הקצרים עם המוכרים וכיוצא בזה), לרבות תצלומי מסך של פוסטים ברשתות החברתיות. לאחר האיסוף נותחו הרשימות במתודה של ניתוח תוכן איכותני ששאובה מתוך דיסציפלינות של שיווק וצרכנות, אתנוגרפיה של השוק ומחקר אתנוגרפי של צרכנות ודפוסי קנייה, ועיקרה זיהוי דפוסים חוזרים בשיטות השיווק, סיווג הטקטיקות לקטגוריות שונות (כגון תמחור, עיצוב החנות ומסרי קידום למוכרים או לקונים). גישה זו אפשרה לחוקרות להבין כיצד חברות יד שנייה פועלות מול קהלן ולחשן פרקטיקות שיווקיות שלא היו מתגלות באמצעות סקרים או ראיונות בלבד, כגון שיטות תמחור טקטיות שיוצרות תחושת דחיפות, עיצוב חללים וארגון מרחבי שמעודד "ציד מציאות" דוגמת מדפים צפופים, קטגוריות מעורבבות, היעדר סידור היררכי ברור ושילוב פריטים ייחודיים בכמויות מוגבלות שמגבירים שיטוט, חיפוש מתמשך ותחושת גילוי מקרי ושימוש אינטנסיבי ברשתות החברתיות כקריאה ישירה לפעולה.

אפשר שהתצפיות יתבצעו במרחבים ציבוריים כלליים, ואז יתבררו העדפות האופנה ובחירות הלבוש בחברה נתונה. מצפייה כזאת באוסף של יחידים אפשר ללמוד על הקונבנציות החברתיות ועל מידת ההיענות להן. דוגמה מעניינת לכך היא עבודתה של סופי וודוורד, שהשתמשה בתצפיות במרחב הציבורי לצד ראיונות כדי לבחון כיצד נשים בבריטניה בוחרות בגדים מתוך שגרת היום-יום וכיצד הבחירות הללו משקפות נורמות מגדריות וחברתיות.⁴² אפשר לקיים תצפית אתנוגרפית גם בסדנאות עיצוב, תפירה וייצור ובמרחבי יצירה ועבודה של מעצבים וחברות אופנה. ענת בקר למשל ביצעה את מחקרה כשהיא נוכחת בעבודה היום-יומית שהתקיימה בבית האופנה המחודש "משכית" בימים הראשונים להקמתו: המחקר ביקש לבחון כיצד משתמרות איכויות ערכיות וחומריות של מותג עבר בגלגול מחודש שלו.⁴³ ואפשר לקיים תצפיות במרחבי לימוד אקדמיים ומקצועיים של סטודנטים לעיצוב אופנה. תמר אלואר מבצעת תצפית מן הסוג הזה במהלך קורס נעליים באקדמיה לעיצוב "בצלאל" ובוחנת כיצד ידע חומרי

⁴¹ Tuuninen and Gossen, "From Preloved to Reloved"

⁴² Woodward, *Why Women Wear What They Wear*

⁴³ בקר, לרקום מחדש.

מוקנה לסטודנטים בפרקטיקה נתונה.⁴⁴ תצפיות מסוגים אלה עשויות להתקיים באמצעות צילום, וידאו, הקלטה או כתיבה בזמן אמת.⁴⁵

דוגמה טובה היא מחקרה האתנוגרפי של יאנה מלקומובה-ריינולדס שהתפרסם ממש לאחרונה.⁴⁶ מחקר זה עוסק בשבוע האופנה של פריז ובוותן את תפקידם של חללי תצוגה זמניים (showrooms) בהפצת ידע בתעשיית האופנה. מלקומובה-ריינולדס השתמשה בתצפית משתתפת – שיטת מחקר איכותנית שבה החוקרת נוכחת בשדה המחקר ומשתתפת בפעילויות או מתבוננת בהן במישרין כדי להבין את משמעותן מנקודת מבטם של המשתתפים. החוקרת נכחה בשבוע האופנה של פריז בשנים 2017-2018 כמשקיפה בסביבת חללי התצוגה, צפתה באירועי אופנה, בפעילות הסוכנים, הקניינים והמעצבים והשתתפה בשיחות בלתי פורמליות. את רשמיה היא רשמה ביומן שדה: מסמך תיעוד שיטתי, אישי ורפלקסיבי שהחוקרת כותבת בו תוך כדי המחקר (או בסמוך אליו) את תצפיותיה ואת תחושותיה, את האינטראקציות שהשתתפה בהן ואת הפרשנויות שעולות בה מתוך ההתרחשות עצמה. כמו כן היא קיימה ראיונות עומק עם סוכני אופנה (wholesale agents) שנשאלו על תפקידם, על אופי המפגשים העסקיים בשבוע האופנה ועל דרכי הפצת המידע בענף. שילוב זה של תצפית משתתפת וראיונות סיפק תמונה הוליסטית: התצפית חילצה נתונים חווייתיים וישירים מהשטח, והראיונות אפשרו להבין את הפרספקטיבה ואת הרציונל של המשתתפים עצמם. המאמר מראה כיצד ידע "דביק" ("sticky") – ידע מובלע שקשה להעבירו ולעיתים גם אי אפשר לנסח אותו במדויק אך הוא בעל ערך רב במצבים שדורשים הבנה אינטואיטיבית, ניסיון מצטבר או מגע ישיר – עובר בין המשתתפים ועשוי לכלול רעיונות עיצוביים, הבנת צורכי שווקים או הזדמנויות עסקיות בלתי צפויות. המאמר גם מדגיש את חשיבותן של הנוכחות הפיזית ושל האינטראקציות הבלתי-רשמיות ביצירת רשתות וקשרי עבודה באופנה הגלובלית.

ד. ניתוח של בגדים ושל פרטי אופנה כטקסטים חומריים

מתודה איכותנית זו כוללת התבוננות מדוקדקת בפריט לבוש (או במקבץ פריטים) ו"קריאה צמודה" – כלומר ניתוח מוקפד – של איכויותיו השונות: חומר, טקסטורה, גזרה, סוג תפירה, שחיקה, פונקציונליות וכיוצא בזה. ג'ורג'ו ריאלו למשל מדגים כיצד ניתוח חומרי של בגדים מאפשר לעקוב אחר מסלולי ייצור, מסחר ושימוש ולבחון כיצד יחסי כוח, מעמד וכלכלה מגולמים בפריט הלבוש עצמו.⁴⁷ מארי אוד ברוניאן מראה כיצד קריאה חומרית של פרטי לבוש חושפת שכבות של זיכרון, גוף וחוויה וממקמת את הבגד כאתר שמצטלבים בו חומר, סובייקטיביות והיסטוריה.⁴⁸

גישה זו מבוססת על היותם של בגדים ושל פרטי אופנה גופים חומריים שיש להם היסטוריה, שימוש ופעלנות. מחקר מן הסוג הזה עשוי להתמקד בציוויים החברתיים המגולמים בבגד ולחשוף את ההיסטוריות החומריות והגופניות שהשתלבו בו במשך הזמן וכך לעמוד על משמעותו התרבותית ועל מובנו בתוך הקשר חברתי מסוים. למשל במאמרי "אחת ויחידה": על

⁴⁴ אלאור, "במקום שבו נגמר הגוף".

⁴⁵ ראו: Robinson, "Digital Video-Based Research in Fashion".

⁴⁶ Melkumova-Reynolds, "Space, Place and Knowledge".

⁴⁷ Riello, "The Object of Fashion", 2-7.

⁴⁸ Baronian, "Fashion As a Cultural Analysis Object", 114-116.

חויית החצאית הצבאית בקרב חיילות דתיות" בחנתי אובייקט לבוש שהפעלנות המגדרית שלו מובהקת וחילצתי ממנו עדות על הקשרים המורכבים שבין אידאות ותפיסות תרבותיות ובין ביצועיהן המעשיים.⁴⁹ במחקר זה בוצעה קריאה צמודה חומרית-גופנית שהתבססה על מתודולוגיית המחקר של התרבות החומרית ועל עקרונות "עבודת הזיכרון" של פריגה האוג.⁵⁰ במחקרי על חצאית המדים התמקדה עבודת הזיכרון במכלול האיכויות הפיזיות והמוחשיות של החצאית – הבד, הטקסטורה, הגזרה, סימני הבלאי, האורך, התפירה, הכיסים, המשקל, מידת ההתאמה לגוף ודרכי השימוש – ונעשתה מתוך מגע ממשי בחצאית שהמרואינות הביאו עימן לראיונות. נבחר גם הקשר בין החומר ובין הניסיון הגופני, ולכן הקריאה הצמודה כללה התבוננות באופני השימוש, ברגעים של תנועה, בתנוחות, בתחושות הגוף שהחצאית יצרה ובזיכרונות שצפו מתוך ההתעסקות בה. דרך ההתמקדות בתכונות החומר ובמפגשן עם הגוף נחשפו המשמעויות המגדריות, הדתיות והמוסדיות שנצרכו אל החצאית במרוצת הזמן. מחקרי העלה כי גם פריטי לבוש שגרתיים נושאים בתוכם מערכת של כללים חברתיים ותרבותיים: הם מסמנים דרגות שונות של דתיות ושייכות מגזרית ואתנית, מייצרים היררכיות של מעמד ו"נשיות ראויה" ומגבשים ציפיות בשאלת האופן שבו הגוף צריך להיראות ולהתנהג.⁵¹ ההתבוננות בחצאית הצבאית כבמקרה מבחר הראתה כיצד חפץ חומרי פשוט לכאורה נעשה סוכן תרבותי פעיל שמתווך בין אידיאלים של צניעות, לאומיות ומגדר ובין הביצוע המעשי שלהם בחיי היום-יום של חיילות.

גם ניתוח של שיטות העבודה בתחומי האופנה והקראפט, מלאכות היד, הוא אפיק מתודי זמין וראוי. מאמרה של בריטה קלקרויטר בוחן את יחסי הגומלין בין עיצוב אופנה הודי ובין מלאכות טקסטיל מסורתיות דרך עבודתם של מעצבים מובילים.⁵² קלקרויטר גורסת בו שהאופנה ההודית יכולה להיות מודל עולמי חדש לשילוב בין מסורת לחדשנות תוך כדי הדגשת הפוטנציאל החברתי והכלכלי של הקראפט בזירה האופנתית הגלובלית. היא מראה כי הקראפט ההודי משמש לא רק כמסורת אסתטית אלא כמנגנון שמתקיימים בו יחסי גומלין בין אומנים, מעצבים ושוק האופנה הגלובלי ומדגישה ש"חדשנות שמבוססת על מסורת" נוצרת מתוך שילוב חי בין טכניקות יד עתיקות ובין דרישות עכשוויות וכי מפגש זה מייצר ערך תרבותי וכלכלי חדש לאופנה ההודית.

יעל טרגן מוצאת במאמרה הבורח את שיטות העבודה המקובלות כי גזרות הבגדים המתהוות בתהליך של תדמיתנות (pattern making) רחוקות מלהיות ניטרליות וכי יש להן עמדה ברורה כלפי הגוף האנושי.⁵³ לדידה של טרגן, לעומת הדיגום החופשי (draping), שרטוט הגזרות של התדמיתנות מנכיח העדפות של גוף מהוגן ומנסח אותו על פי פוליטיקת גוף מסוימת.⁵⁴

⁴⁹ גץ-סלומון, "אחת ויחידה".

⁵⁰ Haug et al., *Female Sexualization*

⁵¹ ראו גם: Getz-Salomon, "Outskirt"; "Dressed for War"

⁵² Kalkreuter, "Anyone's Heritage?"

⁵³ טרגן, "לשנות מן היסוד".

⁵⁴ "ואולי צריך להמשיך ולשאול אודות ההירארכיה של החלוקות הללו. אילו חלקים של הגוף מקבלים חשיבות גדולה יותר בגזרת היסוד ואילו נדחקים לשוליים?" – כך שואלת טרגן (שם) ומנתחת את הפוליטיזציה של אזורי הגוף השונים המתקיימת בהחלטות תדמיתניות ודיגומיות.

מחקרה של סאיסי ז'ואנג מיישם מתודה של מחקר על בסיס חפץ (object-based research) מתוך הגישה האנתרופולוגית של התרבות החומרית.⁵⁵ החוקרת מבצעת "ביוגרפיה תרבותית" של פריט לבוש מסוים ומתמקדת בז'קט עור לעבודה שמכונה "Donkey Jacket". ז'ואנג מתייחסת לפריט הלבוש כאל "טקסט חומרי" ומפענחת אותו בהקשר היסטורי: ראשית נאספו ונותחו מקורות ארכיוניים והיסטוריים – תצלומים, פרסומות, תיעוד אופנה ומסמכים מתקופות שונות – שמתעדים את הופעתו. בכל שלב נבחנו מאפייניו הפיזיים של הז'קט (חומר, גזרה, עיטורים) לצד הקשרו החברתי-תרבותי. ז'ואנג עוקבת אחר התפתחות הז'קט: החל בהיותו חלק ממדי פועלים פונקציונליים באנגליה הוויקטוריאנית, המשך באימוצו כסמל תרבות-הנגד בתת-תרבויות כגון הפאנק במאה העשרים וכלה בהפיכתו לפריט אופנה יוקרתי בעשור האחרון. שיטת המחקר הזאת מדגישה את ערכם של פריטי אופנה כמקורות ראשוניים – ממש כמו מסמכים – במחקר תרבות ומראה שניתוח מעמיק של פריט לבוש חומרי יכול להפיק תובנות היסטוריות וחברתיות חשובות.

ה. עבודה עם מדיה דיגיטלית

חקירה איכותנית של חשבונות אופנה וייצוגים שונים בערוצי המדיה החברתית. מחקר מן הסוג הזה יציג לרוב ניתוח של דימויים, תגובות, תיוגים וסוגי ייצוג, וזאת בעיקר באמצעות ניתוח שיח וניתוח תוכן חזותי. סינה סקוילסטד למשל מראה במחקרה שדימויי אופנה ברשתות החברתיות אינם רק ייצוגים אסתטיים אלא חלק מאקולוגיה תקשורתית רחבה שמבוססת על השתתפות, הפצה וחקיקוי.⁵⁶ היא מדגימה כיצד מותגים כמו Vetements פועלים בתוך תרבות הממים הדיגיטלית: הם מייצרים דימויים שמיעדים מראש לשכפול, לשינוי ולשיתוף ובכך הופכים את האסתטיקה של האופנה למנגנון תקשורתי שמשתרע מעבר לבגד עצמו. גם מחקרן של ג'ואן אנטוויסטל ואלזבת ויסינג'ר עוסק במרחב הדיגיטלי.⁵⁷ המחקר מראה שנשים שמציגות "סגנון אימא" (mum style) באינסטגרם מבצעות "טכניקות של העצמי", כלומר מערך של פרקטיקות רפלקסיביות (העלאת תמונות, בחירת בגדים ותנוחות, ניסוח טקסטים, ניהול תגובות עוקבים וכיוצא בזה) שבאמצעותן הן פועלות על גופן, על הופעתן ועל היראותן ברשת כדי לעצב זהות אימהית-אסתטית מובחנת בתוך מרחב ציבורי דיגיטלי. דרך הניתוח האיכותני של דימויי גוף, תגובות ועוקבים, אנטוויסטל וויסינג'ר מראות שחשבונות אלו מציעים לעיתים אלטרנטיבה לנורמות הגוף האופנתיות – אך גם פועלים בשדה ממוסחר שמכתיב אידיאלים של אותנטיות והיראות. בכך הן מצביעות על המתח בין האפשרות לערער על האידיאל האופנתי ובין הכפיפות החדשה שלו ללוגיקות של פלטפורמות ואלגוריתמים.

הצגת דימויים במרחב הדיגיטלי משקפת – ולעיתים מערערת – את מוסכמות השדה שבו הם מתקיימים. בריוני ליפטון למשל מצביעה על חשיבות האופנה בקיום הדיגיטלי והוירטואלי.⁵⁸ לשם החקירה של האופנה במדיה החברתית נעשה לעיתים שימוש בניתוח שיח (discourse analysis) או בניתוח תוכן חזותי (visual content analysis) או בשילוב שלהם. ניתוח השיח בוחן את האופנה כטקסט חברתי-תרבותי: את האופן שבו השפה, הבחירות הרטוריות והפרקטיקות התקשורתיות מייצרות זהויות, מגדירות נורמות ומעצבות יחסי כוח. מטרתו

Zhuang, "Fashion as Material Culture Project" ⁵⁵

Skjulstad, "Vetements, Memes, and Connectivity" ⁵⁶

Entwistle and Wissinger, "Dress like a Mum/Mom" ⁵⁷

Lipton, "Skirting: The Issue" ⁵⁸

אינה רק לתאר את השיח אלא לחשוף את המנגנונים התרבותיים והחברתיים הפועלים דרכו. ניתוח התוכן החזותי מתמקד בהיבטים הוויזואליים של דימויי אופנה: מבנה הפריים, הקומפוזיציה, תנוחת הגוף, הצבעוניות, הטקסטורות, האביזרים, המחוות והיחסים בין אובייקטים בתוך הדימוי. השיטה מאפשרת זיהוי של דפוסים חוזרים, סגנונות צילום, ייצוגי גוף, היררכיות אסתטיות ואופני הצגת בגדים במרחב הדיגיטלי. הבחנה זו בין ניתוח טקסטואלי-שיחני ובין ניתוח חזותי עולה גם מן הספרות העוסקת במדיה של אופנה. אנייס רוקמורה למשל מראה כי המחקר בתחום נשען במידה רבה על ניתוח של אופנה כתובה (written fashion) אך בה בעת מדגיש את חשיבות ניתוחם של דימויים חזותיים ואת יחסי הגומלין בין טקסט לתמונה ביצירת משמעות אופנתית במרחב הדיגיטלי.⁵⁹ בעבודתה היא מנתחת בלוגים של אופנה ומדגימה איך אפשר לקרוא הן את הטקסטים (כולל קישורים ותגובות) הן את הדפוסים החזותיים של צילום אופנה כמרכיבים של אותה מערכת תקשורת.

מאמרן של יאונגיו שין וסלי לי עוסק בעולם האופנה הדיגיטלית ובוחרן משפיעני אופנה וירטואליים – דמויות שמשמשות כ"דוגמניות" ברשתות החברתיות.⁶⁰ החוקרות סוקרות את חשבונות האינסטגרם של יותר ממאה משפיענים ומשפיעניות וירטואליים ומתמקדות בשאלת ייצוג הגוף העולה מן ההופעה החזותית של כל דמות. הן מתבוננות במאפיינים דוגמת מבנה הגוף הדיגיטלי, גון העור, הבעות הפנים והלבוש של כל משפיען אופנה וירטואלי וכן באופי התכנים שהדמות מפרסמת. באמצעות מסגרת תאורטית פמיניסטית ופוסט-הומנית החוקרות מגדירות טיפוסים של גופים וירטואליים ומזהות דפוסים חוזרים כגון הנטייה ליצירת דמויות נשיות "מושלמות" לכאורה. הניתוח דרש קריאת טקסט חזותי: בחינת תמונות וסרטונים של המשפיענים והמשפיעניות הוירטואליים לצד הטקסט הנלווה כדי לפרש מסרים גלויים וסמויים בענייני גוף, מגדר וכוח. מתודה זו – מעין "אתנוגרפיה דיגיטלית" – אפשרה לשין ולי לחשוף את הדרך שבה נורמות חברתיות מועתקות אל המרחב הוירטואלי. המחקר מדגיש שאף על פי שמדובר בדמויות בדיוניות, הן ממשיכות לחזק דפוסים חברתיים קיימים.

ו. סקרים וניתוחים סטטיסטיים

מחקר האופנה יכול להתרחב ולהעמיק בעזרת שילובן של שיטות מחקר כמותניות כגון סקרים על הרגלי לבוש, העדפות צרכניות ופילוח סטטיסטי של מגמות – ניתוחי רגרסיה שמשמשים לזיהוי קשרים בין משתנים או ניתוחי שונות שמשווים בין קבוצות שונות (מבחנית הגיל או רמת ההכנסה למשל) כדי לגלות הבדלים מובהקים בתפיסות או בהתנהגויות. החקירה הכמותנית יכולה להשלים את השיטות האיכותניות למשל בהצבעה על שכיחות של תופעה או על הפער בין הייצוג בפלטפורמה ובין החוויה הסובייקטיבית, שכן חקירה כזאת מאפשרת לקבל תמונה רחבה ומייצגת של דפוסי צריכה, הרגלי לבוש ומגמות בשוק. לעומת השיטות האיכותניות המתמקדות בחוויות סובייקטיביות ובמשמעויות תרבותיות, המבט הכמותני מבקש למדוד שכיחות, היקפים וקשרים סטטיסטיים אובייקטיביים לכאורה בין משתנים. מחקרים כאלה עוזרים אפוא לבחון לא רק מה אנשים מספרים על הרגליהם אלא מה קורה בפועל בשדה הצריכה.

Rocamora, "Hypertextuality and Remediation in the Fashion Media", 93-94, 101-104 ⁵⁹

Shin and Lee, "Issues of Virtual Fashion Influencers' Reproduced Bodies" ⁶⁰

מחקר כמותי מסוגל למדוד פערים בין מה שמוצג בשיח הציבורי – למשל בהצהרות בפרופילים ברשתות החברתיות, בקמפיינים או בדימויים של קיימות – ובין ההתנהגות הצרכנית הממשית. לדוגמה, בעוד משתמשים עשויים לדווח שהם משתדלים לקנות על פי שיקולים אקולוגיים, סקרים ונתוני רכישה יכולים להראות כי דפוסי הקנייה בפועל אינם תואמים את ההצהרות. כך מתאפשרת בדיקה אמפירית של יחסי הגומלין בין האידיאלים ובין המעשים, בין ההלכה למעשה. דוגמה מעניינת היא מחקרם הכמותי של ונקה גוץ', כריסטיאן סטינסן נילסן וטינה מילר הסוקר דפוסי צריכת לבוש בקרב צרכנים במדינות שונות כדי להעריך את השלכותיה הסביבתיות של הפעילות הזאת.⁶¹ החוקרות והחוקר אספו נתונים נרחבים מ-4,617 משיבים מגרמניה, שבדיה, פולין וארצות הברית אשר להרגלי הקנייה, השימוש והזריקה של פריטי לבוש. שיטת המחקר הייתה סקר רחב היקף וניתוח סטטיסטי, ולשמו פיתח צוות החוקרים שאלון כמותי מפורט שבדק מגוון היבטים: תדירות קניית בגדים, סכומי כסף שהוצאו, סוגי המותגים שנרכשו, הרגלי תחזוקת הבגדים והדרכים לסילוק בגדים ישנים (תרומה, זריקה, מכירה). השאלון כלל גם שאלות על עמדות הנשאלים – למשל האם הנבדקים מוכנים להשתמש בשירותי אופנה שיתופיים (השכרה, החלפה) והאם הם מוכנים לשלם יותר על בגד אקולוגי. לאחר איסוף הנתונים בוצע ניתוח אשכולות (cluster analysis) – כלי סטטיסטי שאינו מקבץ נבדקים על פי שיוך קבוצתי שמונח מראש – כדי לזהות קבוצות צרכנים שמתנהגים על פי דפוסי דומים. כך התגבשו חמש קבוצות שנבדלו זו מזו גם במאפייני רקע (הכנסה, מגדר, גיל) וגם בהתנהגותן. החוקרים השתמשו בכלים סטטיסטיים נוספים, כגון השוואות ממוצעים ומבחני מובהקות, כדי לאפיין כל מקבץ במונחים של השפעה סביבתית פוטנציאלית – למשל איזה פלח תורם את התרומה הגדולה ביותר לפסולת טקסטיל או לצריכת-יתר. בזכות השיטה הכמותית התקבלה תמונה מייצגת וברורה של מגמות צריכה באוכלוסייה רחבה. המחקר גם מציג המלצות למדיניות ולקמפיינים שמותאמים לכל סוג צרכן כדי לקדם צריכת אופנה מקיימת יותר.

המחקר הכמותי נותן אפוא לא רק תיאור של מציאות אלא גם כלים להתערבות: הוא מצביע על מגמות, מאפשר לפלח קהלי יעד ומספק בסיס למדיניות ציבורית, לקמפיינים חברתיים ולתהליכי קבלת החלטות בתעשיית האופנה.

ז. שיטות מחקר משולבות

בעשור האחרון מתחזק בשדה של מחקר האופנה השימוש המוצהר בשיטות מחקר משולבות (mixed methods) שמצרפות גישות איכותניות לגישות כמותניות כדי להעמיק את ההבנה של תופעות אופנה מורכבות. אף כי שילובים כאלה התקיימו כבר במחקרים מוקדמים יותר, ניכרת מגמה עכשווית להצהיר על הבחירה המתודולוגית הזאת, לבסס אותה ביסוס תאורטי ולנתח את התרומה של כל שיטה לאופנים השונים שבהם האופנה נחקרת. במחקרם של טראן ואחרים למשל נבחנה הצריכה של אופנה מקיימת בקרב בני דור ה-Z באמצעות שילוב של ראיונות עומק ושל סקר כמותי רחב היקף.⁶² בעזרת שיטת המחקר המשולבת הזו זוהו פערים בין עמדות הצעירים כלפי אופנה מקיימת ובין נכונותם המעשית לרכוש אותה. התברר שהיכרות כללית עם הנושא אינה מניעה בהכרח לפעולה, ואילו גורמים כגון תחושה של שליטה

Gwozdz, Steensen Nielsen and Müller, "An Environmental Perspective on Clothing Consumption"⁶¹

Tran et al., "Eco-Friendly Fashion Among Generation Z"⁶²

עצמית (כלומר האמונה של הצרכן ביכולתו לבחור באופן עצמאי ולפעול על פי ערכיו) ותפיסת איכות המוצר (כלומר ההערכה של הבגד כעמיד, כנוח או כאופנתית) משפיעים בפועל על הבחירה לקנות בגדים מקיימים. השילוב בין ממצאים איכותניים שמשרטטים מניעים ערכיים ובין ממצאים כמותיים שמדגימים דפוסי פעולה חברתיים מאפשר הבנה מקיפה של אופנה כתופעה חווייתית — כלומר רגשית, ערכית ותחושתית — וכלכלית כאחת.

סיכום

מאמר זה עסק בבירור מעמדו של מחקר האופנה כתחום ידע עצמאי ובבחינת התנאים התאורטיים והמתודולוגיים המאפשרים את ביסוסו כשדה מחקר מובחן. הדיון יצא מתוך הפער ההיסטורי בין נוכחותה המרכזית של האופנה בחיי היום-יום ובתרבות ובין מיקומה השולי במשך זמן רב במחקר האקדמי. מתוך פער זה ביקש המאמר לא רק לבחון איך אפשר לחקור אופנה אלא גם לעמוד על ערכו של המחקר הזה.

המאמר הציג את מחקר האופנה כתחום שהתעצב בצומת שבין דיסציפלינות שונות, ובהן אנתרופולוגיה, סוציולוגיה, לימודי תרבות ותאוריה ביקורתית, אך הדגיש כי ייחודו אינו נגזר רק מן ההשפעות הבינ-תחומיות הללו אלא מן האופן שבו הוא מפתח נקודת מבט ייחודית על יחסי אדם, גוף, חומר ותרבות. במסגרת זו נדון המעבר מתפיסות מוקדמות שראו בלבוש תופעה אסתטית, פונקציונלית או צרכנית בעיקרה אל הבנה רחבה יותר של האופנה כזירה שבה מתארגנים תהליכים של משמעות, זהות, סדרים חברתיים ויחסי כוח.

בהקשר זה הציע המאמר הבחנה מושגית בין שלוש רמות של חקירה – קוסמולוגיה, מתודולוגיה ומתודות – כהצעה אנליטית שמטרתה לחדד את אופני הפעולה של מחקר האופנה. הבחנה זו מאפשרת להבחין בין תפיסות העולם המנחות את המחקר, בין מסגרות הידע והשאלות שהוא מייצר ובין הכלים המחקריים הקונקרטיים העומדים לרשותו.

בסיום המאמר הוצגו מתודות מחקר מגוונות שמשמשות את מחקר האופנה, ובהן שיטות איכותניות, כמותניות ומשולבות. הדיון במתודות לא הוצג כרשימה טכנית של כלים אלא כבחירה של האופן שבו בחירות מתודולוגיות שונות מגלמות תפיסות תאורטיות שונות של האופנה ושל האובייקט הנחקר. דרך דוגמאות מחקריות הובהר כיצד אפשר לחקור אופנה כפרקטיקה חברתית, כטקסט תרבותי וכאובייקט חומרי וכיצד שילוב בין גישות מחקר מאפשר להתמודד עם היותה של האופנה תופעה רב-ממדית. מתוך מכלול זה הציג המאמר את מחקר האופנה כפרקטיקה אנליטית וביקורתית שאינה מסתפקת רק בתיאור מגמות או סגנונות אלא מבקשת להבין את האופנה כמרחב שדפוסים של חברה, תרבות וזהות מתגבשים ומתערערים בו. המאמר ביקש אפוא להציע מסגרת מושגית ומתודולוגית סדורה שמבהירה את ערכו של מחקר האופנה להבנת יחסי אדם-תרבות-חומר ומבססת אותו כתחום מחקר בעל פוטנציאל פרשני רב בשדה המחקר העכשווי.

רחל גץ-סלומון, ראש החוג לעיצוב אופנה באוניברסיטת חיפה.
עבודת הדוקטור שלה עסקה באופנה, זהות וזיכרון, ונכתבה
במסלול לעיצוב בפקולטה לארכיטקטורה בטכניון.

מקורות

- אוסטין, ג"ל. **איך עושים דברים עם מילים**. תרגום: גיא אלגת. רסלינג, 2006.
- אלאור, תמר. "במקום שבו נגמר הגוף: אנתרופולוגיה של קצוות". בתוך **מחשבות על נעליים**. עורכים: גל ונטורה, אורי ברטל ועינת לידר. רסלינג, 2014. 240-225.
- באטלר, ג'ודית. **קוויר באופן ביקורתי**. תרגום: דפנה רז. רסלינג, 2001.
- בארט, רולאן. **מיתולוגיות**. תרגום: עידו בסוק. בבל, 1998.
- בורדייה, פייר. **שאלות בסוציולוגיה**. תרגום: אבנר להב. רסלינג, 2005.
- בקר, ענת. **לרקום מחדש: אתנוגרפיה של בית אופנה - תחייתה של משכית**. עבודת מוסמך. האוניברסיטה העברית, 2015.
- בר אור, דליה. **אתא והחברה הישראלית, 1934-1986**, עבודת דוקטור. אוניברסיטת חיפה, 2009.
- . "אתא כמשל לחברה הישראלית". בתוך **אתא: סיפור על מפעל, אופנה וחלום**, קטלוג התערוכה. מוזיאון ארץ ישראל, 2011.
- . "הצבא לובש מדים". בתוך **כלכלה במלחמה: קובץ מחקרים על החברה האזרחית במלחמת העצמאות**. עורכים: מאיר חזן, מרדכי בר-און ויצחק גרינברג. יד יצחק בן-צבי, 2017. 239-200.
- גץ-סלומון, רחל. "אחת ויחידה": על חוויית החצאית הצבאית בקרב חיילות דתיות". בתוך **זיכרון, חפצים וייצוגים**. עורכות: נעמה שפי ועדנה לומסקי-פדר. פרדס, 2023. 95-69.
- ובלן, תורסטין. "התיאוריה של מעמד הפנות". תרגום: אהרן אמיר. בתוך **סוגיות בסוציולוגיה: מבנה וריבוד חברתי**. עורך: משה ליסק. עם עובד, 1973. 88-78.
- טרגן, יעל. "לשנות מן ה'יסוד': גזרות יסוד ותפיסות יסוד באופנה". **היסטוריה ותיאוריה: הפרוטוקולים 16 (2010)**.
- Almila, Anna-Mari, and Hannah Zeilig. "In Older Men's Wardrobes: Creative Tales of Affect, Style and Constraint". *Fashion Theory* 26:5 (2021), 651-672.
- Aronowsky Cronberg, Anja. "On the Intersection Between Our Clothing and Our Past". In *Utopian Bodies: Fashion Looks Forward*. Liljevalchs, 2015. 236-238.
- Baronian, Marie-Aude. "Fashion As a Cultural Analysis Object". *International Journal of Fashion Studies*, Volume 11, Issue B(1)ending

- Research Methods: Reimagining a Theoretical Turn in Fashion
Scholarship (2024): 111-125.
- Barthes, Roland. *The Fashion System*. Translated by Matthew Ward and
Richard Howard. University of California Press, 1983.
- Black, Sandy. *The Handbook of Fashion Studies*. First edition. Bloomsbury
Academic, 2013.
- Craik, Jennifer. *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*.
Routledge, 1994.
- Crane, Diana. "Women's Clothing Behavior as Nonverbal Resistance:
Symbolic Boundaries, Alternative Dress, and Public Space". In *Fashion
and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*.
University of Chicago Press, 2000. 99-131.
- Crepax, Rosa. "Street Style, Smelling and Hanging Out: Experimental
Methods of Fashion Research". *International Journal of Fashion
Studies* 5:2 (2018): 329-346.
- Edwards, Tim. *Fashion in Focus: Concepts, Practices and Politics*.
Routledge, 2011.
- Entwistle, Joanne. *The Fashioned Body: Fashion, Dress, and Modern Social
Theory*. Polity Press, 2000.
- Entwistle, Joanne, and Elizabeth Wissinger. "Dress like a Mum/Mom:
Instagram Style Mums and the Fashionable Ideal". *Fashion Theory* 27:1
(2021):5-42.
- Getz-Salomon, Rachel. "Outskirt: The Skirt As a Queer Object". *Fashion,
Style & Popular Culture*, Volume 10, Issue 10th Anniversary Special
Issue: 'Queer Style and Porn Chic' (2023): 13-22.
- . "Dressed for War: The Metamorphosis of the Military Skirt". *The
Journal of Dress History* 7:1 (2023): 57-65.
- Gwozdz, Wencke, Kristian Steensen Nielsen and Tina Müller. "An
Environmental Perspective on Clothing Consumption: Consumer Segments
and Their Behavioral Patterns". *Sustainability* 9:5 (2017): 762.
<https://doi.org/10.3390/su9050762>.
- Haug, Frigga, et al. *Female Sexualization: A Collective Work of Memory*.
Translated by Erica Carter. Verso, 1987.

- Hollander, Anne. *Seeing Through Clothes*. University of California Press, 1975.
- Iannilli, Valeria M., and Alessandra Spagnoli. "Conscious Fashion Culture: Rethinking Consumption in Contemporary Fashion". *Fashion Highlight* 3 (2024): 8-15.
- Ingold, Tim. "Culture On The Ground: The World Perceived Through the Feet". *Journal of Material Culture* 9:3 (2004): 315-340.
- Jansen, Maria Angela. "Fashion Anthropology: Challenging Eurocentricity in Fashion Studies". Paper presented during the *Fashion Tales* Conference, 18-20 June 2015, Milan, Italy.
- Kalkreuter, Britta. "Anyone's Heritage? Indian Fashion Design's Relationships with Craft between Local Guardianship and Valorization of Global Fashion". *Fashion Practice* 12:2 (2020): 264-287.
- Ling, Wessie, and Daan van Dartel. "Global Fashion As a Tool in the Ethnographic Museum". *ZoneModa Journal* 9:2 (2019): 71-88.
<https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/10048>.
- Lipton, Briony. "Skirting: The Issue: Do Queered Clothes Still Make the Man?". *The Sociological Review*, "Clothes" (2022).
- Lundblad, Louise, and Iain A. Davies. "The Values and Motivations Behind Sustainable Fashion Consumption". *Journal of Consumer Behaviour* 15 (2016): 149-162.
- Melkumova-Reynolds, Jana. "Space, Place and Knowledge: The Case of Temporary Showrooms at Paris Fashion Week". *Journal of Cultural Economy* (March, 2025). <https://doi.org/10.1080/17530350.2024.2436846>.
- Miller, Daniel. "Materiality: An Introduction". In: *Materiality*, edited by Daniel Miller. Duke University Press, 2005. 1-50.
- Ribeiro, Aileen. *Dress and Morality*. Berg Publishers, 1986.
- Riello, Giorgio. "The Object of Fashion: Methodological Approaches to the History of Fashion". *Journal of Aesthetics and Culture* 3:1 (2011): 1-9.
- Robinson, Todd. "Digital Video-Based Research in Fashion: Visualizing Affect and Sartorial Vitality". *International Journal of Fashion Studies* 8:1 (2021): 105-120.

- Rocamora, Agnès. "Hypertextuality and Remediation in the Fashion Media: The Case of Fashion Blogs". *Journalism Practice* 6:1 (2012): 92-106. <https://doi.org/10.1080/17512786.2011.622914>.
- Ruggerone, Lucia, and Renate Stauss. "The Deceptive Mirror: The Dressed Body Beyond Reflection". *Fashion Theory* 26:2 (2022): 211-235.
- Shin, Yeongyo, and Selee Lee. "Issues of Virtual Fashion Influencers' reproduced Bodies: A Qualitative Analysis Based on Body Discourse". *Fashion and Textiles* 10:30 (2023). <https://doi.org/10.1186/s40691-023-00349-5>.
- Skjulstad, Synne. "Vetements, Memes, and Connectivity: Fashion Media in the Era of Instagram". *Fashion Theory* 24:2 (2018): 181-209
- Svelte, Dita. "The Fashion System as Sign Itself: Surprise, Seduction and the Wit of Viktor & Rolf". *Fashion Theory* 27:3 (2023): 383-409.
- Tarlo, Emma. *Clothing Matters: Dress and Identity in India*. Viking, 1996.
- Tran, Khoa, Tuyet Nguyen, Yen Tran, Anh Nguyen, Khang Luu and Y. Nguyen. "Eco-Friendly Fashion Among Generation Z: Mixed-Methods Study on Price Value Image, Customer Fulfillment, and Pro-Environmental Behavior. *PLoS ONE* 17:8 (2022): e0272789. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0272789>.
- Tranberg Hansen, Karen. "The World in Dress: Anthropological Perspectives on Clothing, Fashion, and Culture". *Annual Review of Anthropology* 33:1 (2004): 369-392.
- Tse, Tommy, Diego Semerene and Sophie Kurdjian, "B(1)ending Research Methods: Reimagining a Theoretical Turn in Fashion Scholarship". *International Journal of Fashion Studies*, Volume 11, Issue B(1)ending Research Methods: Reimagining a Theoretical Turn in Fashion Scholarship (2024): 3-12.
- Turner, Terence S. "The Social Skin". In *Not Work Alone: A Cross-Cultural View of Activities Superfluous to Survival*, edited by Jeremy Cherfas and Roger Lewin. Temple Smith, 1980. 112-140.
- Turunen, Linda Lisa Maria, and Maike Gossen. "From Preloved to Reloved: How Second-Hand Clothing Companies Facilitate the Transaction of Used Garments". *Journal of Sustainability Research* 6:1 (2024): e240002.

Wild, Benjamin. "Imitation in Fashion: Further Reflections on the Work of Thorstein Veblen and Georg Simmel". *Fashion, Style & Popular Culture* 3:3 (2016): 281-294.

Wilson, Elizabeth. *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. University of California Press, 1985.

Weiner, Annette B. *Women of Value, Men of Renown: New Perspectives in Trobriand Exchange*. University of Texas Press, 1976.

Woodward, Sophie. *Why Women Wear What They Wear*. Berg Publisher, 2007.

Zhuang, Saisai. "Fashion as Material Culture Project". *Journal of Humanities, Arts and Social Science* 8:12 (2024): 2748-2753.