תמונה 1
ז'אן פול גוטייה, **לחם קוטור**, 2004,
קרן קרטייה לאמנות, באדיבות
Walery/Getty Image

הבננה לובשת פראדה: המפגש בין אופנה לאוכל

— יערה קידר

המאמר בוחן את יחסי הגומלין בין אופנה לאוכל. העיסוק בשני העולמות מערב טעם, תשוקה, שפע, דחפים, יצרים וגם ארוטיקה ופטיש, ובשנים האחרונות מאגד גם שאלות בנוגע לפערים שבין איטיות למהירות, איכות לכמות וצורך לצרכנות. נוסף על הממד החזותי, המאמר בוחן גם את המשמעויות הפסיכולוגיות ואת הרעיונות והמסרים שנוצרים מהמפגש הישיר בין אופנה לאוכל. שניהם נסקרים בו דרך רגעי מפתח היסטוריים, החל במאה ה־17 וימי ארמון ורסאי, עבור בתקופת כיבוש פריז על ידי המשטר הנאצי וכלה בדיאלוגים בין אופנה לאמנות לאורך המאה העשרים. המאמר סוקר גם את העיסוק באופנה ובאוכל מהיר ואת הקשר בין גיבורות תרבות לדימוי גוף — מג'וזפין בייקר וכרמן מירנדה, דרך טוויגי וקייט מוס ועד נטע ברזילי. מחקר של הקשר בין אופנה לאוכל מאפשר מרחב חדש לשיח על אודות נושאים מהותיים בחברה ובתרבות: מעמד, מגדר, גזע, פוסט־קולוניאליזם ופמיניזם. דרך סקירתם של רגעים מכוננים בחיבור התרבות בין אופנה לאוכל, מומחש המכנה המשותף בין שני העולמות, הפועלים ומופעלים כשפות להגדרת זהות.

יערה קידר, היסטוריונית ואוצרת אופנה, דוקטורנטית בתוכנית ללימודי תרבות באוניברסיטה העברית. אצרה את התערוכה **ז'ה טם, רונית אלקבץ** במוזיאון העיצוב חולון ב־2018, את תערוכת הנעליים *A Walk of Art* בשיתוף בצלאל, שהוצגה בניו יורק ובסן פרנסיסקו באותה שנה, ואת תערוכת תצלומי האופנה *New York Fashion Rediscovered*, שהוצגה ב־2020 בגלריה ZAZ10TS בניו יורק. קידר בעלת תואר ראשון בהצטיינות בעיצוב אופנה בשנקר, תואר שני בהצטיינות בחוג למחקר אופנה ותרבות ויזואלית מ־NYU, והיא זוכת האוניברסיטה בפרס סמואל אשבורן 2016 להצטיינות ומנהיגות. התמחתה במשך שנתיים במכון התלבושות של מוזיאון המטרופוליטן ובמוזיאון האופנה של FIT בניו יורק. קידר מתמחה בקשר בין אופנה לתרבות, פמיניזם ואומנות, וכיום מרצה במוזיאונים ובמוסדות תרבות בארה"ב ובישראל.

הכותבת מודה לד"ר תמר טאובר־פאוזנר על ייעוץ טקסטואלי.

תמונה 2
הובר דה ז'וונשי (עיצוב: פייר בריבה), **שמלת אננס**, 1953. צילום: פיליפ פוטייה. באדיבות Walery/Getty Images

בשנת 2004 קיבל מעצב האופנה הצרפתי ז'אן פול גוטייה (Gaultier) הצעה יוקרתית מקרן קרטייה לאמנות: להציג את בגדיו בתערוכה. זמן רב לפני שהייתה האופנה לאחד התחומים המבוקשים בתחום התערוכות והמוזיאונים, חשש גוטייה שהצבת בגדיו על בובות תשווה ליצירתו אשליה דוממת וחסרת חיים. הוא הקדיש מחשבה מעמיקה לחיפוש פתרון יצירתי לפרויקט, וכעבור זמן הבריק במוחו רעיון: "שאלתי את עצמי: מה הוא לחם חוקי? והתשובה הייתה, כמובן — התפירה העילית והאופנה".[1] לפיכך, לצורך הפרויקט, החליט המעצב להחליף את התופרות, את הבדים ואת מכונות התפירה באופים, בקמח, בתנורים, ובהרבה בצק. הלחם, אמר המעצב, היה פתרון מושלם, שכן הוא נדמה בעיניו לסמל של חיוניות — ההפך הגמור מתחושת הרפאים שחשש שתתלווה לתצוגה של בגדיו על בובות דוממות. בחודש יוני באותה השנה נפתחה התערוכה של גוטייה **לחם קוטור** (*Pain Couture*): תערוכת שמלות מרהיבות שנאפתה כולה מבגטים [תמונה 1], כיכרות לחם ומאפים צרפתיים אהובים כגון לשונות חתול ועוגיות מדלן. חולצת המלחים בפסי כחול־לבן, שהייתה לסמלו המסחרי של גוטייה, זכתה למחווה מיוחדת במאפייה הצרפתית שנפתחה בקומת הקרקע של הבניין, שם נמכרו לחמים וקרואסונים שנאפו בטכניקה מיוחדת שיצרה בבצק פסים אפויים כחולים, אשר נחשפו לאחר שהמאפים נבצעו וננגסו.[2] "לחם הוא אצילי, לחם הוא טהור, לחם הוא החיים עצמם", אמר גוטייה עם פתיחת התערוכה, "אנחנו יכולים לחיות בלי בגדים, אך לא בלי לחם!"[3]

אין ספק שהחיבור שיצר גוטייה בין הבגדים לבין אוכל היה מרהיב, ואולם יחסי הגומלין בין שני העולמות מתנהלים במערב זה שנים רבות. עונה אחר עונה שבים

1. The Fondation Cartier pour l'art contemporain, Exhibition: *Pain Couture* by Jean Paul Gaultier, Retrieved August 16, 2018, from: https://www.fondationcartier.com/en/exhibitions/pain-couture-by-jean-paul-gaultier
2. שם.
3. Menkes, Suzy, "Jean Paul Gaultier Turns His Crinolines into Bread", (Electronic version), *The New York Times*, (8 June 2004), Retrieved September 18, 2018, from: https://www.nytimes.com/2004/06/08/style/jean-paul-gaultier-turns-his-crinolines-into-bread.html

מעצבי האופנה לעסוק בעולם הקולינריה דרך הלבוש. בשנות השלושים של המאה הקודמת הציגה בפריז המעצבת האיטלקייה אלזה סקיפארלי (Schiaparelli) כובע בצורת שוק כבש; שני עשורים אחר כך הציג הובר דה ז'יוונשי (Givenchy) שמלות ועליהן הדפסי ענבים, צדפות, ופלפלים (תמונה 2), ובשנות השמונים יצרה מעצבת התיקים ג'ודית ליבר (Leiber) תיקי קלאץ' מעוטרים באבני קריסטל בצורת אבטיח, חציל, ארטישוק ועגבנייה.

גם קרל לגרפלד (Lagerfeld), המעצב שמאז 1983 ועד פטירתו ב־2019 עמד בראש בית שאנל (Chanel), עסק בנושא האוכל והקדיש לו קולקציות שלמות. בתצוגת עונת סתיו־חורף 2014-2015 של המותג הוא הפך את אולם הגראנד פאלה בפריז לסופרמרקט; על המסלול דחפו הדוגמניות עגלות קניות עמוסות מוצרים, נשאו סלים מעוטרים בשרשראות מתכת — סימן ההיכר של בית שאנל — וצעדו כשעל כתפיהן תיקי 2.55 המפורסמים, כשהם מונחים על מגשי קלקר וארוזים בניילון. שנה לאחר מכן הפך אולם התצוגה לביסטרו צרפתי שבו צעדו הדוגמניות על המסלול כשלמותניהן חגורים סינרים ובידיהן תיקים בצורת קרטוני חלב וביצים (תמונות 3-4).

גם המעצבים האיטלקיים דולצ'ה וגבאנה (Dolce & Gabbana) ידועים באהבתם למקורות השראה מעולם האוכל, ולאורך השנים הציגו אין־ספור הדפסי אוכל על בגדי הוט קוטור. בעונת אביב 2019 הציגו על מסלול התצוגה שמלות בהדפסי סכו"ם, צרורות ספגטי, שימורי עגבניות, מאפי קנולי ועוגיות שעליהן ההטבעה "מאפיית דולצ'ה וגבאנה", ומתיקיהן של הדוגמניות בצבצו צרורות רעננים של פטרוזיליה.

תמונה 3
שאנל, **תיק בצורת קרטון חלב**, עור, כסף וקריסטלים, קולקציית חורף 2014-2015.
באדיבות 1stdibs

תמונה 4
שאנל, **תיק סל**, עור ומתכת, קולקציית חורף 2014-2015.
באדיבות 1stdibs

תמונה 5 (ימין) פרנק פרננדז, **שמלת הבשר**, ליידי גאגא בטקס פרסי MTV, 2010. באדיבות Walery/Getty Images

תמונה 6 (שמאל) יאנה סטרבק, **שמלת בשר לאלבינו אנורקטי**, 1987

במאה העשרים ובשני העשורים הראשונים של המאה ה־21, העיסוק של מעצבי אופנה באוכל לא הסתכם בהשראה לעיצוב בגד או לעיצוב טקסטיל, אלא, בדומה לגוטייה, עירב את השימוש במזון עצמו כחומר גלם ליצירת הבגד. בקולקציית אביב־קיץ 2001 יצר מעצב האופנה חוסיין שאלאיין (Chalayan) שמלות סוכר, שנשברו לרסיסים במכוון על מסלול התצוגה שלו. ב־2010, בטקס פרסי ה־MTV, המעצב פרנק פרננדז (Fernandez) עיצב לליידי גאגא (Gaga) שמלה שנתפרה כולה מפיסות בשר נא (תמונה 5), ללא ספק בהשראת עבודתה האיקונית של האמנית יאנה סטרבק (Sterbak) מ־1987 (תמונה 6), וחליפת הבשר שלבש האמן הסיני ז׳אנג הואן (Huan) בעבודתו **ניו יורק שלי** מ־2002.[4]

לאורך ההיסטוריה, הרשימה הארוכה של מעצבי האופנה שעסקו באוכל דרך לבוש מעידה על הקשר ההדוק, ההדדי והפורה בין שני התחומים. לכן מפתיע בדלותו המחקר האקדמי שהוקדש לנושא, המציג מחקרים עיוניים בודדים ואף לא ספר אחד העוסק בקשר בין אופנה לאוכל. לפיכך, מאמר זה שואף לבחון את הקשר בין אוכל לאופנה, שני עולמות הנושקים זה לזה וסובבים זה סביב זה, דרך סקירה של רגעי מפתח. מזון ולבוש מערבים עיסוק בטעם, בתשוקה, בשפע, בדחפים, ביצרים וגם בארוטיקה ובפֶּטיש. בשניהם טמון מתח רב הקשור לפערים שבין איטיות

4. ראו: עמ׳ 29 באסופה זו.

למהירות, בין איכות לכמות ובין צורך לצרכנות. הסקירה המובאת כאן תציע מבט על החיבור בין אופנה לאוכל, חיבור שאינו מסתפק במבט על אסתטיקה, אלא פונה גם למשמעויות פסיכולוגיות ולרעיונות ולמסרים הטמונים בהם, במיוחד לאלו שנוצרים מהמפגש בין שני עולמות אלו. רגעי החיבור האלה, הנסקרים במאמר, מאוגדים כדי להמחיש בבהירות את המכנה הפסיכולוגי המשותף בין אוכל לאופנה — שניהם פועלים ומופעלים כשפות להגדרת זהות. זאת, בדומה לתפיסתו של ז'אן בודריאר (Baudrillard), שהשתמש ביחסי המסמן והמסומן מעולם הסמיוטיקה כדי להסביר את הצריכה, וראה את מה שאנו צורכים לא רק כמוצר או חומר, אלא גם כפיסת "שפה" שיוצרת עבורנו זהות ותחושות של הגדרה ושייכות.[5] החיבור בין אופנה לאוכל מאפשר התבוננות וקריאה חדשה בשפות אלו, והאיחוד ביניהם יוצר שפה חזותית חדשה ורבת־עוצמה, הגדולה מסך חלקיה. ממנה נפתח מרחב חדש לשיח על אודות נושאים מהותיים בחברה ובתרבות, והזמנה להמשך מחקר התחומים החזותיים והחומריים.

סודות מארמון ורסאי:
ראשית הקשר הצרפתי בין אופנה לאוכל

משחר ההיסטוריה, כסות ומזון מספקים צרכים בסיסיים לאדם, אך בחלוף הזמן השתנה תפקידם בתרבות המערבית או, ליתר דיוק, השתנה הצורך שהם מספקים. חוקרת האופנה והתיאורטיקנית אליזבת' ווילסון (Wilson) התריעה כי "צורך" הוא מושג חמקמק וקבעה כי "הניסיון להגדיר ולקטלג צרכים [אנושיים] הוכיח את עצמו כבלתי אפשרי כמעט, ולמעשה גם צרכים ביולוגיים כמו הצורך במזון ובחום מוּבָנים חברתית, ונתפסים בדרך שונה בחברות שונות".[6] המאמר הנוכחי מתבונן במושג "צורך" דרך אימוץ מבטה של החברה המערבית־אירופוצנטרית החל מהמאה ה־17, תקופה שבה חל מהפך בכל הקשור לאוכל וללבוש והחל להירקם הקשר ביניהם.

בראשיתם שירתו אוכל ולבוש צרכים קיומיים — שובע והגנה — אך עם השנים נעשו שניהם מוצרי צריכה המסמלים מותרות ומעמד, והפכו מדבר שאנו צריכים — לדבר שאנו רוצים. את ראשיתם של השינוי התפיסתי ושל הקשר התרבותי וההיסטורי המובהק הקיים בימינו בין אופנה לבין אוכל, אפשר לייחס באופן כמעט בלעדי לאדם אחד — לואי ה־14, ולתפיסה המהפכנית שהנהיג כאשר הקים את ארמון ורסאי בסוף המאה ה־17. בראשית ימי מלוכתו בחר לואי ה־14 למצב את

5. Baudrillard, Jean, *The Consumer Society: Myths and Structures*, London: Sage Publications Ltd., 1998, pp. 79–80, 93
6. Wilson, Elizabeth, *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Berkeley: University of California Press, 1987, p. 50

צרפת כבירת השפע והיוקרה העולמית. בתוכנית מיוחדת שיזם, בניצוחו של שר האוצר ז׳אן בפטיסט קולבר (Colbert), לראשונה, במובהק ובמכוון, נקשרו זו לזו תפירה וקוליניריה עילית. מלכתחילה תוכנן ארמון ורסאי כמקום פומבי, וכשנפתח לקהל ב־1682 נעשה למוקד עלייה לרגל למבקרים מכל העולם, אשר חזו בבשורת השפע ובעושר הצרפתי שהוצגו בו לראווה, וחוו מקרוב את בשורת האופנה הגבוהה והגסטרונומיה הצרפתית החדשים, שטיפח לואי ה־14 בעצמו. באחד המקורות האקדמיים הבודדים המתייחסים בעקיפין לקשר ההיסטורי בין אופנה לאוכל, שכותרתו "מהות הסטייל: איך המציאה צרפת את האופנה הגבוהה, אוכל משובח, בתי קפה שיקיים, תחכום, וזוהר" (2005), תיארה חוקרת התרבות הצרפתית ג׳ואן דה ז׳אן (Dejean) כיצד הגורמה והתפירה העילית החדשים שקידם לואי ה־14 כוננו עבור הצרפתים זהות לאומית חדשה, לא פחות.[7] עד סוף כהונתו של לואי ה־14 "היה כבר סגנון ההכנה של האוכל הצרפתי חלק מהותי ובלתי נפרד מתדמיתה של פריז כבירת היוקרה והאלגנטיות, ולראשונה בהיסטוריה הפך גם האוכל בצרפת למוקד משיכה לתיירים".[8] עד סוף המאה ה־17 הומצאו והתפתחו זו לצד זו הקוליניריה הצרפתית והתפירה העילית (haute couture) ונעשו לרעיונות מפוארים הניצבים ביסודותיהם של התהילה והמסחר של צרפת ולבלתי נפרדים מתדמיתה.[9]

הצלחת האסטרטגיה שהגה לואי ה־14 כוננה, בין השאר, את הקשר העמוק בין גורמה לאופנה — קשר שממשיך להתקיים זה מאות שנים מאז. למרבה הזוועה, החיבור המובהק בין שני התחומים קיבל משנה תוקף בתקופת כיבוש פריז על ידי המשטר הנאצי, אז שאפה גרמניה לנכס לעצמה את ההוט קוטור והגורמה הצרפתיים.[10] בתכנון לכבוש את צרפת, ייעד המשטר הנאצי תפקיד מיוחד לפריז — במקום להרוס את התרבות הוא שאף להשתלט עליה ולנכס אותה לעצמו. המוניטין היוקרתי של העיר באמנות, בתיאטרון, בבידור ובתיירות, היו מבוססים ויציבים אז בדיוק כפי שחלם לואי ה־14, והם היו למשאת נפשו של אדולף היטלר, ששאף לנכסם לתרבות הגרמנית. לפיכך, תחת משטר הכיבוש אושרה בפריז אספקה של בידור ושל גורמה, על מנת שאלו יופנו בבלעדיות לרווחתם ולהנאתם

---

7. DeJean, Joan, *The Essence of Style: How the French Invented High Fashion, Fine Food, Chic Cafés, Style, Sophistication, and Glamour*, New York: Free Press, 2005, p. 130
8. שם, עמ׳ 113.
9. שם, עמ׳ 8.
10. Taylor, Lou, "Paris Couture 1940-1944", in *Chic Thrills* (ed. Juliet Ash and Elizabeth Wilson), London: Pandora, 1992, pp. 127-128

של אנשי הרייך השלישי וחבר מרעיהם. בדומה לגורמה ולבידור קוטלגה גם התפירה העילית כתחום יוקרה מוגן, ועל כן המשיכה תעשיית האופנה להתקיים ביתר שאת לאורך שנות המלחמה, כשהון מוזרם מן השלטון הנאצי אל בתי האופנה העילית של פריז.[11]

שמלת לובסטר, כובע שוק טלה: דו־שיח חזותי בין אוכל, אופנה וסוריאליזם

פריז שלפני מלחמת העולם השנייה הייתה אופטימית ומשוחררת. התקופה בין שתי מלחמות העולם הייתה אחת התקופות הפוריות והמתקדמות ביותר בכל תחומי האמנות והיצירה בפריז בפרט ובאירופה בכלל. תעשיית הקוטור שגשגה, וקשר מיוחד בין תחומי התרבות השונים של העיר הוליד דיאלוגים מרתקים במיוחד. באותם ימים התפרסמה סקיאפרלי בזכות שפה אוונגרדית פורצת דרך ועיצובים מקוריים ומלאי הומור שעד אז לא נראו בעולם האופנה. היא שאבה השראה מהדאדא ומהסוריאליזם ויצרה שיתופי פעולה עם אמנים בעיר. סקיאפרלי לא חששה ששמה ייקשר לטירוף ולאקסטרווגנטיות, ואף שעיצוביה היו שערורייתיים הם התקבלו בהשתאות. בן טיפוחיה, איב סאן לורן (Saint Laurent), היטיב לתאר את התגובה הציבורית לעבודתה בתארו כיצד סקיאפרלי "סטרה לפריז בפרצוף. היא הכתה את העיר ועינתה אותה. כישפה אותה. ופריז בתגובה — התאהבה בה עד שיגעון".[12]

סקיאפרלי הצטיינה לא רק בסגנון עיצוב ייחודי, אלא גם בהבנה יוצאת דופן של הלך הרוח של תקופתה. באחד הראיונות המאוחרים סיפרה כי בשנות העשרים והשלושים של המאה הקודמת התאפיינו עיצוביה בעיטורים מסיביים בחלק העליון של הבגד כדי ליצור נראות בולטת יותר לנשים, שנראו אז בחברה בעיקר כשהן יושבות מאחורי שולחנות במסעדות, בסעודות חגיגיות ובבתי קפה.[13] היא עיטרה ז'קטים ברקמות מסיביות, הדגישה צווארונים וקווי מפתח ושילבה בהם אלמנטים מלאי הומור. רבים מהם נוצרו עם סלבדור דאלי (Dalí), ששיתוף הפעולה עמו הוליד כמה מפריטי האופנה האיקוניים ביותר בהיסטוריה של הלבוש, ובין היתר, שיקפו

---

11. שם.
12. Volk, Patricia, *Shocked: My Mother, Schiaparelli, and Me*, New York: Alfred A. Knopf, 2013, p. 241
13. "Elsa Schiaparelli and Miuccia Prada's Impossible Conversations at Metropolitan Museum's Costume Institute", Retrieved August 22, 2018, from: https://www.metmuseum.org/press/exhibitions/2012/schiaparelli-and-prada-press-release

תמונה 7
אלזה סקיאפרלי, **כובע "שוק הטלה" בהשראת ציור של סלבדור דאלי**, 1938

תמונה 8
אלזה סקיאפרלי בשיתוף פעולה עם סלבדור דאלי, **שמלה לארוחת ערב**, 1937. באדיבות Philadelphia Museum of Art, Gift of Mme Elsa Schiaparelli, 1969, 1969-232-52

את אהבתו של דאלי לשימוש באובייקטים ובאלמנטים מהיום־יום בסגנון חדש, שדאלי הגדיר כ"פנטזיה משולבת עם חוש מסוים של אופנה". האהבה של שניהם לאוכל מצאה את דרכה אל הפריטים שעיצבו. לדוגמה, סקיאפרלי עיצבה חליפה בהשראת ציור של דאלי מ־1934, שבו נראתה אשתו, גאלה, כששני שוקי טלה על כתפיה. לז'קט החליפה של סקיאפרלי נרקמו שוקי טלה מחרוזי זכוכית ומראות, והותאם לה כובע בצורת שוק טלה. ב־1938 זכה הכובע לפרסום חסר תקדים, כשחבשה אותו דייזי פלואוז (Fellowes), אישיות מוכרת שהייתה גם מובילת אופנה לוהטת בפריז של אותם ימים (תמונה 7).[14]

העיסוק של סקיאפרלי ודאלי בנושא התבטא גם בשמלה האיקונית בעלת המשמעות הכפולה, "שמלה לארוחת ערב", משנת 1937. הלובסטר, מוטיב שאפיין את עבודתו של דאלי, שימש כאלמנט מרכזי בשמלת המשי שעיצבה סקיאפרלי — הפעם בהשראת ציור שבו נראתה גאלה כשלובסטר מונח על ראשה. כשעיצבו יחד את השמלה מיקם דאלי את הדפס ציור הלובסטר על השמלה בינות לעלי פטרוזיליה.

14. Koda, Harold, Andrew Bolton, et al., *Schiaparelli & Prada: Impossible Conversations*, New York: The Metroolitan Museum of Art, 2012, p.148

דאלי גם תכנן לעטר את השמלה במשיחות מכחול במיונז אמיתי, אך למורת רוחו סקיאפרלי הטילה וטו על הרעיון (תמונה 8).[15]

החיבור ההיסטורי בין אופנה לאוכל אינו מסתכם רק בחיבור חזותי של השראה, כפי שהדגימו סקיאפרלי ודאלי, אלא טומן בחובו גם משמעויות פסיכולוגיות, לדוגמה, בכל הקשור למעמד האישה.

מתחת לסינר: חזרת הנשים למטבח

לכל אורך ההיסטוריה, ובייחוד לאחר ימי הביניים, ניתן לראות בבגדי נשים בבואה המשקפת את מקומה של האישה בחברה ותפקידה בו, אך במחצית הראשונה של המאה העשרים השתקפות זו ברורה במיוחד דרך החיבור המובהק בין לבוש נשים למזון, שנוצר בזמן זה. פריט המדגים זאת בבהירות הוא סינר המטבח. הסינר, מרובע בד תפור לחגורה שנקשרת סביב המותן, נלבש כבר בעת העתיקה. גברים ונשים לבשו גלגולים מעוצבים ומגוונים שלו, שסימלו מגוון תפקידים — מפריון ועד מלאכה. במאה ה־19 שימש הסינר בתפקיד חשוב נוסף — פריט המבדיל חזותית בין מעמדות חברתיים, בייחוד בין מעסיקים לבין עובדיהם ובין אדונים ואדוניות לבין משרתים ומשרתות. עם מלחמת העולם הראשונה הסתיימה לחלוטין החגיגה המעמדית; בשנות העשרים והשלושים של המאה הקודמת, בייחוד לאחר קריסת הבורסה בארה"ב ב־1929 ותקופת היובש הגדול, תופעת המשרתות כמעט נעלמה, ורוב הנשים במערב החלו ללבוש סינר בעצמן בעת ביצוע עבודות הבית.[16]

בעת מלחמות העולם, כשיצאו הגברים להילחם בחזית, תפסו הנשים את העמדות במפעלים. רובן הצטרפו לראשונה אל מעגל העבודה והיו לכוח מפרנס ולחלק בלתי נפרד מן החברה שעד אז כבלה אותן לגבולות הבית. ואולם כשחזרו הגברים מן המלחמה פוטרו נשים מתפקידיהן ושבו אל הבית, ובייחוד אל המטבח. בתום מלחמת העולם השנייה נעשה תפקידו של הסינר חשוב מתמיד במלתחה הנשית. בתפיסה החברתית, הגברית ביסודה, היה המטבח חלק חשוב בניסיון לריפוי מטראומת המלחמה, שהביאה איתה דחף וכמיהה לשוב אל חיי בית "כמו פעם". חזרת הנשים מן המפעלים אל המטבח סימלה את השבת הסדר על כנו, את תום הרעב והמחסור ואת המעבר לשפע ולנחמה. תוכניות הטלוויזיה האמריקניות

15. Rubin, Goldman Susan, *Hot Pink: The Life and Fashions of Elsa Schiaparelli*, New York: Abrams Books, 2015
16. Monet, Dolores, "History of Clothing – Aprons – Practical and Decorative Fashion Classics", [August 1, 2017], Retrieved August 30, 2018, from: https://bellatory.com/fashion-industry/HIstoryofClothingAprons PracticalandDecorativeFashionClassics

הראשונות ששודרו הציגו לקהל את האישה האידיאלית: אימא לבושה ומטופחת במטבח, שלמותניה חגור סינר[17] — הסמל הלא־רשמי לאישה המושלמת לכאורה.

בשנות החמישים של המאה הקודמת נעשה החיבור בין נשים לסינרי מטבח מובהק, וכתבות ומודעות רבות במגזיני אופנה הוקדשו לסינר והדגישו את חשיבותו. לדוגמה, במאי 1949, תחת הכותרת "עידן הסינר", היללה כתבה במגזין ווג (Vogue) את הסינרים ואת כוחם האופנתי: "את לובשת אותם ברגע האחרון כדי לערבב קוקטייל, לסדר את הפרחים, לסעוד במרפסת, להיראות יפה... יפה יותר".[18] הסינר היה כה מהותי בלבושן של נשות התקופה, עד שהתמזג בכמה משמלות הערב של נשות התקופה. כתבות רבות וגם פרסומות הוקדשו לשמלות ערב שגזרת סינר נתפרה אליהן במראה "בילט־אין", ואף שהסינר עצמו היה חסר ערך שימושי, עיצוב השמלות כלל תזכורת חזותית לתפקידן המגדרי של הנשים גם בשעות הערב, גם כשהן אינן במטבח.[19]

באותה התקופה קיבל החיבור בין אוכל ללבוש ביטוי חזותי נוסף כאחת התמות הפופולריות ביותר בעיצוב טקסטיל לנשים. הדפסים צבעוניים ומלאי חיים והומור המשלבים דימויים של דברי מזון אפיינו את הטקסטיל של שנות הארבעים, והחל משנות החמישים נראו הדוגמאות על כל פריטי הלבוש לנשים — משמלות בתפירה עילית ועד שמלות בית שהוזמנו בדואר. בין השאר, זכו ההדפסים לכינוי "Conversation prints" — הדפסים שהם נושא לשיחה. הדפסים אלו התאימו בייחוד לצללית החצאית הרחבה של התקופה, מצע מושלם להציג עליו עיצובי טקסטיל. אחת הדוגמאות הבולטות ביותר לשילוב אוכל בהדפסים אלו הייתה הקולקציה של המעצבת האמריקנית אדל סימפסון (Simpson), שב־1954 הציגה שמלות משי ועליהן הדפסי שרימפס, לובסטרים, דובדבנים, תירס ועגבניות.[20]

על צריכה וצרכנות: מגורמה ותפירה עילית אל ג'אנק פוד ושמלות חד־פעמיות

בשנות השישים התבסס עוד יותר החיבור בין הבגד לבין מזון, שפע וצריכה, והתבטא גם בזרם הפופ־ארט, בעיקר בעבודותיו של אנדי וורהול (Warhol). שמלות נייר

---

17. שם.
18. "Apron Era", *Vogue*, Vol. 113:8 (May 1, 1949): 141-142
19. Advertisement for "Apron-Skirt (Dazzle Springmaid)", *Vogue*, Vol. 124:2 (August 1 1954): 15; "Evening: The Apron Shift", *Vogue*, Vol. 116:8 (Nov 1, 1950): 126-127
20. Cole, Daniel James, and Nancy Deihl, *The History of Modern Fashion from 1850*, Laurence King Publishing, 2015, p. 239

תמונה 9 (ימין)
אנדי וורהול, **שמלת סופר**, 1966-1967

תמונה 10 (שמאל)
ג'רמי סקוט, **מערכת לבוש**, מוסקינו, שבוע האופנה מילאנו, סתיו־חורף 2014. באדיבות Walery/Getty Images

חד־פעמיות, אחד הטרנדים הגדולים של התקופה, איפשרו לוורהול ליצור את אחת היצירות החשובות המחברות בין אופנה לאוכל: שמלת ה-Souper (משחק מילים ששילב בין "מרק" ל"סופרמרקט"), שיצר וורהול בשיתוף פעולה עם מותג המזון קמפבל'ס (Campbell's) (תמונה 9). וורהול, שהחל את דרכו כמאייר אופנה, צייר את פחיות המרק המשומר של קמפבל'ס מאז 1962, והדפס הפחיות עיטר גם את שמלת הנייר שיצר עבור מותג המזון. המיזוג בין צריכה, אמנות וחיי יום־יום העלה את קרנו של הפופ־ארט בקרב עולם האופנה, וכיום היסטוריונים רבים אף מייחסים לאופנה תפקיד חשוב בהפיכתו לפופולרי בעשור השישי של המאה הקודמת.[21] סביב שנת 1967 היו שמלות נייר חד־פעמיות לסמל לחיים המודרניים, טרנד רב־עוצמה אך קצר מועד, פריט אהוב במיוחד במסיבות של הדור הצעיר דאז. שמלת הנייר־מרק נשלחה אז חינם לכל מי ששלח בדואר שתי עטיפות של פחיות מרק קמפבל'ס ושטר של דולר אחד.[22] היא סימלה את השילוב המושלם לתרבות הצריכה — מזון ואופנה מהירים ומתכלים. אף שהשמלות יועדו לזריקה בתום השימוש, הפופולריות שלהן נמשכת עד ימינו, ובאתרי מכירות פומביות באינטרנט הן נמכרות במחיר ממוצע בסך ששת אלפים דולר.

כאמור, הקשר בין אופנה לאוכל בתרבות הצריכה ובמזון המהיר נשמר עד היום

21. "The Souper Dress", Retrieved August 27, 2018, from: https://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/1995.178.3

22. Cole and Deihl, *The History of Modern Fashion*, p. 276

ומתבטא גם על מסלולי תצוגות האופנה של השנים האחרונות. אחת הדוגמאות הבולטות היא הקולקציה שיצר ג'רמי סקוט (Scott), מנהל הקריאיטיב של בית האופנה האיטלקי מוסקינו (Moschino), שהציג בעונת סתיו־חורף 2014 קולקציה שלמה שהוקדשה לאוכל מהיר, לאריזות ולמיתוג באווירת פופ־ארט צבעונית ונועזת. בין השאר, הדוגמניות לבשו בה חליפות מחויטות בהשראת שאנל, שעוצבו בגוני צהוב ואדום — צבעים המזוהים עם ענקית המזון המהיר מקדונלדס (McDonald's) — ונשאו מגשים שעליהם תיקים במראה תיק ה־2.55 האיקוני של שאנל, ובמרכזם רקומה האות M הצהובה המפורסמת (תמונה 10). דוגמניות אחרות באותה התצוגה לבשו שמלות ערב בתפירה עילית, שאמנם נוצרו מבד, אך נראו כאילו פוסלו ונתפרו מאריזות פלסטיק של שוקולד הרשי (Hershey's), חטיפי צ'יזי־בייטס (Cheezy Bites), ופרוט־לופס (Fruit Loops). בקולקציית סתיו 2019 הציג סקוט, בין השאר, קימונו בצורת ארוחת טלוויזיה (TV Dinner) (תמונה 16). לכאורה, הקולקציה של סקוט לא נועדה לעורר ביקורת. "אני מוקסם לחלוטין מתרבות הצריכה ואיני יודע שובע ממנה", אמר סקוט והוסיף, "אנחנו חיים בעולם פוסט־מודרני וצורכים אופנה באותו האופן שבו אנחנו צורכים מוזיקה או קולנוע או מזון מהיר".[23] למרות הצהרתו של המעצב, תעתעה הקולקציה במתבוננים בה. בניגוד לשמלות הנייר החד־פעמיות של וורהול, סקוט יצר הכלאה משונה בין ג'אנק פוד מהיר וזול לבין תפירה עילית: בדי משי איכותיים ועשייה סיזיפית המזוהה עם איטיות ואיכות. קולקציה כזו מציעה מקום חדש לדיון בכל הנוגע לנקודת המפגש שבין מזון זול, שבימינו צריכתו מהירה מתמיד, לבין עולם של ייצור אופנה מהיר במדינות עולם שלישי, המתאפיין באיכות ירודה, שהפכה את הבגד לכזה שלא נשמר אלא נזרק, לעיתים לאחר שימוש אחד בלבד. אריזות הממתקים עוטפות את החומר באופן זמני, כמו שהבגד עוטף את הגוף.

הבננה לובשת פראדה: אוכל, בגד וגוף

השימוש באוכל על גבי הבגד — עור שני ללובש — משליך וטוען במשמעות את הגוף שמתחתיו. מיוצ'יה פראדה (Prada), מעצבת איטלקייה הידועה באהבתה לעולם האוכל ולשילובו בבגד, יצרה בקולקציית סתיו־חורף 2006-2007 שמלה שעליה רִקמה מרהיבה המשלבת אבני חן, גלגלי שיניים, מזלגות וסכינים קטנטנים. קולקציית אביב 2011, אחת הקולקציות המפורסמות ביותר של בית האופנה, זכתה

23. ביבי, נעמה, "מה גרם למעצב העל חביב הסלבס ג'רמי סקוט לעצב קולקציה לרשת H&M?" **את**, (אוקטובר 2018), (מקוון).

תמונה 11 (ימין) כרמן מירנדה, **כל החבורה כאן**, 1943. באדיבות Walery/Getty Images

תמונה 12 (מרכז) **ג'וזפין בייקר בחצאית הבננות**, 1926. באדיבות Walery/Getty Images

תמונה 13 (שמאל) מיוצ'יה פראדה, **מערכת לבוש בעיצוב בהשראת כרמן מירנדה וג'וזפין בייקר**, שבוע האופנה אביב 2011. באדיבות Walery/Getty Images

לשם "בארוק מינימלי", ובין השאר, הציגה טקסטיל ובו הדפס בננות מאוירות שעיטרו שמלות, חצאיות וחולצות (תמונה 13) בתום התצוגה יצאה פראדה להשתחוות בפני הקהל כשלאוזניה עגילי בננה צהובים גדולים. הקולקציה זכתה לאהבה כה גדולה עד שבקיץ 2018, בצעד נדיר לבית אופנה, החזירה פראדה את הדפסי הבננה. את ההשראה לבננות, סיפרה המעצבת, שאבה מדמותה של כרמן מירנדה (Miranda), אך במיוחד מחצאית הבננות המפורסמת של הרקדנית והזמרת האפרו־אמריקנית ג'וזפין בייקר (Baker), שהתפרסמה בשנות העשרים של המאה הקודמת (תמונות 11–12).[24] חצאיתה של בייקר היא אחת הדוגמאות הבולטות לחיבור בין אוכל לגוף דרך הבגד. עבור הקהל הלבן של תחילת המאה העשרים גילמה בייקר בגופה את "האקזוטי הפרימיטיבי". היא שבתה את צופיה בזכות שילוב התפיסה הפרימיטיבית כלפיה עם ארוטיקה ומודרניות חסרת תקדים.[25] חצאית הבננות, שהייתה מעוטרת באבנים נוצצות, חיברה בין עידן הג'אז הנוצץ לבין תפיסות שמקבעות את גופו של האדם השחור אל הג'ונגל ואל פירות טרופיים, ושימשה סמל פאלי ארוטי. במובן כלשהו, ניתן

24. Koda, Harold, Andrew Bolton, and Judith Thurman, *Schiaparelli & Prada: Impossible Conversations*, New York: The Metropolitan Museum of Art, 2012. p. 94

25. Wood, Ghislaine, "The Exotic", in *Art Deco 1910-1939* (eds.Charlotte Benton, Tim Benton, Ghislaine Wood), Boston: Bulfinch Press/AOL Time Warner Book Group, 2003, p. 137

תמונות 14-15
רתם לויתן, **Let Me Eat Cake**, 2017, פרויקט גמר. מכללת שנקר. צילום: שרבן לופו

לראות את האופן שבו נתפס הריקוד הארוטי של בייקר על במות בפריז בשנות העשרים כמעין המשך לריקודים, ספק מדומיינים, הקשורים לשבטיות, פריון וטקסים מאגיים. כפי שאבחנה וילסון, "כשאנו מתבוננים באופנה באמצעות משקפיים אנתרופולוגיים, אנו יכולים לראות שהיא קשורה קשר הדוק לקסם ולטקס. הלבוש, כמו הדרמה, נולד מתוך עבר מיסטי וקסום של פולחן. בתרבויות רבות שימשו סוגים שונים של התקשטות ולבוש כדי לכונן באדם קשר ייחודי עם רוחות או עונות, בגילום הפריון ובטקסי איסוף מזון, למלחמה או לחגיגה".[26] וילסון ראתה בבגד אובייקט שמכיל את רוח הרפאים של הזיכרון הקלוש. זיכרון קולקטיבי שמכיל, בשפה אילמת, את התכונות המאגיות שבעבר יוחסו להתקשטות.[27] לפיכך הבגד ואיסוף המזון שלובים בקשר קמאי שהקדים באלפי שנים את הקשר המוכר לנו כיום ואולי אף ממשיך אותו באופן תת־הכרתי.

סיפורה של חצאית הבננות מעיד על התווך המרכזי שדרכו האוכל והבגד נקשרים זה בזה, הלוא הוא הגוף האנושי: האוכל ממלא את הגוף ומזין אותו מבפנים, הלבוש מגן על הגוף ועוטף אותו מבחוץ. ביניהם נמצאים הבשר, העור, העצמות. ממדי הגוף מושפעים מן התזונה, ממדי הבגד מושפעים מממדי הגוף, מדובר בקשר בלתי נפרד. מעניין לציין שלמרות קשר זה, לאורך ההיסטוריה של האופנה במאה העשרים, מרבית העיצובים, ודאי אלו שנוצרו בהשראת מזון, הוצגו כמעט באופן גורף על גופיהן של דוגמניות דקיקות. לדוגמה, בשנות השישים סימלה את המראה הדוגמנית השדופה טוויגי (Twiggy), ובשנות התשעים קייט מוס (Moss), במראה ה"הרואין שיק" והמשפט המפורסם שאמרה בריאיון: "שום דבר אינו טעים יותר מהרזון".[28] העשור האחרון מעלה קולות חדשים בעולם האופנה, הקוראים לגשר על הפער

---

26. Wilson, p. 56
27. שם.
28. Brid, Costello, "Kate Moss: The Waif That Roared", WWD (November 13, 2009), (online)

ולהפגיש בין המזון, הבגד וממדי הגוף השונים: לאמץ אידיאלים שונים של יופי, מוצא, גוון עור ומנעד רחב של מידות גוף. המעצבת הישראלית רתם לויתן, בעלת המותג "רתמה", המיועד כולו לנשים במידות 42-50, בחרה להתייחס לקהל נשים שבדרך כלל מידותיהן אינן נראות על מסלולי התצוגות. הקולקציה הראשונה שהציגה ב־2017 תחת הכותרת *Let Me Eat Cake*, במסגרת פרויקט הגמר במכללת שנקר, הוצג כולו על ידי דוגמניות במידות גדולות. בדגמים השונים שילבה לויתן גם איורים שלה של עוגות, לצד סימונים של היקפי גוף ומדידות בחיצים, המסמנים את גבולות הגוף המקומרים, ומחברים על הבגד את הקשר העמוק שבין אכילה, ממדי גוף והעיסוק בהם בתרבות העכשווית (תמונות 14-15). שמה של לויתן עלה לכותרות לא מעט בזכות זוכת אירוויזיון 2018, הזמרת נטע ברזילי, שבהופעותיה בתוכנית "הכוכב הבא לארוויזיון" לבשה את בגדיה של לויתן, בייחוד בזכות שמלה לבנה שעוטרה בהדפס של איורי עוגות. ברזילי עצמה ובחירות הלבוש שלה הפכו אף הן לסמל פמיניסטי בין־לאומי, לשינוי כולל ביחס לנשים ולקריאה לקבלה של זכותן של נשים לאכול כאוות נפשן ולהיראות כפי שיבחרו לעצמן.

אחרית דבר

בין השנים 1998-1999 הציג האמן האמריקני תום זקס (Sachs) סדרת עבודות תחת הכותרת **ארוחה עסקית** (*Value Meal*) ובה תצלומים של מגשי מזון עם כוס משקה, המבורגר וצ'יפס, עשויים כולם במיתוג היוקרתי של מגוון מותגי־על, ביניהם פראדה, הרמס, שאנל וטיפאני. בשיאה של הגלובליזציה באופנה ושל פריחת המותגים ברחבי העולם, העיד הפרויקט על תפיסה רווחת בנוגע לאוכל ולאופנה — שניהם מתכלים, שניהם בני־חלוף. אופנה ואוכל הם שני תחומים שלאורך ההיסטוריה נחשבים כנושאי מחקר צעירים יחסית ונחותים לעומת שדות אחרים.[29] למרות הצמיחה המתמדת בהכרה באופנה ובאוכל כמייצגים היסטוריה חברתית ונושאים הקשורים לסוציולוגיה, לפוליטיקה, לזהות, לכלכלה, למגדר ועוד, הן באקדמיה והן במוזיאונים נתפסו שניהם כתחומים הקשורים למותרות, לגשמיות ולעיסוק נשי שאין בו ממשות, ולעיתים הם עדיין נתפסים ככאלה.

פרט לפוטנציאל הטמון במחקר של כל אחד משני התחומים בנפרד, נקודות המפגש ביניהם טומנות בחובן נושאי מחקר מעמיקים, מרתקים ורבי־משמעות,

---

29. Pollan, Michael, *In Defense of Food: An Eater's Manifesto*, New York: Penguin Press, 2008; Steele, Valerie, "Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition", *Fashion Theory*, 12:1 (2008): 7-30, Retrived August 28, 2019, from: DOI: 10.2752/175174108X268127

כפי שביקשתי להראות כאן, החל בשאיפה ליצירת זהות לאומית חדשה, עבור בשיקוף מעמד האישה ותנודותיו לאורך ההיסטוריה וכלה בתגובות לתרבות הצריכה, למסחר ולסחורה. המפגש בין אופנה לאוכל משקף בבהירות את המושג "צורך" ואת השינויים שחלו בו במאות השנים האחרונות. מפגש זה כולל גם את הגוף האנושי, שהדיון בו, בייחוד בהקשר של ממדי גופן של נשים, נפתח רק כעת.

במהלך המאה העשרים ותחילת המאה ה־21, לעיתים קרובות העיסוק במזון על גבי הבגד נוצר ממחשבה הומוריסטית ומפנטזיות קאמפיות, נטולות ביקורת לכאורה, ואילו כיום, לקראת העשור השלישי של המאה ה־21, החיבור בין קולינריה ללבוש מאפשר דיון מתפתח על מגוון ומפנה מקום לטעם ולהעדפה אישית, כחלק מתנועה עולמית שלמה. מכאן מתרחב השיח לדיון גם על אודות מעמד, מגדר, גזע, פוסט־קולוניאליזם ותחומים רבים נוספים שמעודדים את מחקר העולם החזותי והחומרי. זה שיח חדש על מהירות, איכות וגם גודל, דיון שמאפשר ליהנות מהעוגה ולהשאיר אותה שלמה מתמיד.

תמונה 16
ג'רמי סקוט, **מעיל קימונו בהשראת ארוחת־טלויזיה**, מוסקינו, סתיו־חורף 2019.
באדיבות Walery/Getty Images