

הומור באופנה העכשווית

אורנה בן מאיר*

תקציר

בעשור האחרון נראה שמעצבי האופנה העכשווית גילו את ההומור ככלי קוגניטיבי עצמתי למשיכת תשומת לב מוגברת ומתמשכת. ההומור נכנס לאמנות המודרנית באמצעות תנועת הדאדא ומרסל דושאן, שניפצו את כל הערכים והמוסכמות האסתטיות והאמנויות של העבר. באמצעות הצאצא שלהם, תנועת הסוריאליזם, חלחל ההומור אל יצירתה של אלזה סקיאפרלי בשנות השלושים והארבעים; מעצבת האופנה הראשונה שאתגרה את האידאל המסורתי, הכל-כך מזוהה עם תחום האופנה, של היפה. הממשיכים הטבעיים שלה היו ויויאן ווסטווד ומלקולם מקלארן מנסחי הפאנק של שנות השבעים, שכמו הדאדאיסטים לפניהם, ניפצו את הקודים האסתטיים והמלבושיים שהתפתחו בתולדות הלבוש. את עקבות הפאנק רואים ביצירתה של ריי קוואקובו לבית האופנה שלה קום דה גרסון, בשנות השמונים. משם הפך ההומור למטבע לשון שגור בשפת האופנה העכשווית. מאמר זה בוחן את אופי ההומור באופנה העכשווית, על ידי ניתוח מאפייניו הבסיסיים בהתאם לתיאוריות של זיגמונד פרויד והנרי ברגסון. מטרת המאמר להראות שההומור באופנה העכשווית הפך ליותר מסתם אסטרטגיה של נראות מסחרית, כי אם כלי רפלקסיבי לתגובה, ואפילו ביקורת על נושא האופנה.

מילות מפתח: דאדא, מרסל דושאן, סוריאליזם, אלזה סקיאפרלי, פאנק

* ד"ר אורנה בן מאיר מכללת וימצו צרפת ומכללת סמינר הקיבוצים.