

Received: 9 June 2022

Revised: 13 October 2022

Accepted: 21 August 2023

มรณะปรารภณา: แฟชั่นและแรงบันดาลใจจากความตาย

MEMENTO MORI: FASHION AND ITS INSPIRATION FROM DEATH AND DECAY

พันธู์ชนะ สุนทรพิพิธ^{1*}
Panchana Soonthornpipit^{1*}

บทคัดย่อ

นับเป็นเรื่องน่าประหลาดที่การออกแบบเครื่องแต่งกายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มักปรากฏผลงานที่มีแนวคิดเกี่ยวกับ “ความตาย” เป็นหนึ่งในประเด็นหลักของกระบวนการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง จนไม่น่าเชื่อว่าความหวาดกลัวการมาถึงของวาระสุดท้ายในชีวิตมนุษย์นั้นจะกลายมาเป็นแรงดึงดูดที่นักออกแบบต่างปรารถนาจะนำมาใช้เป็นแรงบันดาลใจทำให้เกิดผลงานสร้างสรรค์ได้ แม้จุดเริ่มต้นแห่งการกำเนิดของเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มของมนุษย์จำต้องคร่าชีวิตจากสิ่งมีชีวิตอื่น เพื่อให้ได้มาซึ่งวัสดุสำหรับใช้เพื่อห่อหุ้มปกคลุมตนเอง ในทางกลับกันการดำรงชีพให้อยู่ได้อย่างอบอุ่นและปลอดภัยจากความตายของสิ่งมีชีวิตอื่น นำมาซึ่งความหวาดกลัวต่อการเสื่อมสลายของร่างกายตนเองที่ไม่อาจยั้งเอาไว้ได้ตามกาลเวลา ความหวาดกลัวข้างต้นจึงนำพามนุษย์ให้ไปสู่วิชาการที่จะเป็นอมตะและยืดระยะเวลาของความตายให้ห่างไกลออกไปให้นานยิ่งขึ้น ผ่านการใช้กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะและเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ที่นอกจากจะคงอยู่ได้ยาวนานกว่าชีวิตของมนุษย์แล้ว ยังสามารถเตือนใจให้มนุษย์ได้ตระหนักรู้อยู่เสมอว่าความตายนั้นไม่เคยได้ห่างไกลไปจากตัว

คำสำคัญ: เครื่องแต่งกาย; แฟชั่น; ประวัติศาสตร์; เพศ; ความตาย

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

¹ Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University

* Corresponding author e-mail: panchana@g.swu.ac.th

Abstract

Death and Decay has been one of the major influences on art and design for a very long time. Surprisingly, the more we fear death the more we use it as a source of inspiration and transform it into powerful creativity. Since the beginning of evolution, we have killed animals in order to obtain skin and fur, to make cloth and clothing, and to make ourselves feel warm and safe. We have lived by tearing others' lives while we wait with anticipation for our death. We see death happening around us, we see it tearing apart the lives of our loved ones, and we question where in the world death took them. Perhaps this morbid obsession has touched the deepest part of our soul. We turn the fear in our hearts into art and design, for it can finally answer the question we desire. Memento Mori or Remember you must die is one of the important art movements that employ the theme of death in every medium. Based on this concept, it is quite fascinating to explore Memento Mori with the eyes of fashion and costume from the past to the modern day, since it is one area of art and design that deals with death from the basic nature of itself. For this at last, it may make us look back at ourselves, reminding us every moment that death is never far away.

Keywords: Clothing; Fashion; History; Sex; Death

1. เมื่อความตายปรากฏ

ในตอนบ่ายของวันพฤหัสบดีที่ 1 พฤษภาคม ค.ศ. 1947 ที่กรุงนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา เอเวอลีน แมคเฮล (Evelyn McHale) กระโดดจากยอดตึกเอ็มไพร์สเตท (Empire State Building) แล้วทิ้งร่างร่วงหล่นลงบนหลังคารถลีมูซินขององค์การสหประชาชาติที่จอดนิ่งอยู่ริมถนนด้านล่าง เสียงกระแทกที่เกิดขึ้นเมื่อร่างของเธอกระทบเข้ากับหลังคารถจนยุบลงเป็นหลุมขนาดใหญ่ส่งผลให้คนเดินถนนหยุดตะลึง ในขณะที่ทุกอย่างหยุดนิ่ง ช่างภาพโรเบิร์ต วิลส์ (Robert Wiles) คว่ำกล้องถ่ายรูปขึ้นบันทึกละสังขารที่เกิดขึ้นตรงหน้า และทำให้ภาพถ่ายการฆ่าตัวตายของเอเวอลีนภาพนั้น ได้ตีพิมพ์ในนิตยสาร Life ฉบับวันที่ 12 พฤษภาคม ค.ศ. 1947 พร้อมกับถูกกล่าวถึงในแวดวงศิลปะ แฟชั่น และการถ่ายภาพ ว่าเป็นภาพของการฆ่าตัวตายที่สวยงามที่สุด (The Most Beautiful Suicide) ทั้งจากรายละเอียดและองค์ประกอบภาพที่เกิดขึ้นอย่างบังเอิญและลงตัวในช่วงเวลา และท่าทางของเอเวอลีนที่ดูราวกับว่าเธอเพียงแค่อัปยศ ไปจนถึงเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่แม้จะกระจัดกระจายแต่ก็ถูกจังหวะลงตัวราวกับว่ามีศิลปินมาจัดวาง ที่น่าฉงนยิ่งไปกว่านั้นคือ ผลที่เกิดขึ้นทางสุนทรียศาสตร์ของภาพความตายภาพนี้ กลายเป็นอิทธิพลนำไปสู่การเกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะของศิลปินอีกหลายคนต่อมา ไม่ต่างจากประโยคที่ เอ็ดการ์ อัลลัน โป (Edgar Allan Poe) กวีและนักเขียนเรื่องลึกลับชาวอเมริกันกล่าวว่า “ความตายของหญิงสาวนั้นเป็นจุดกำเนิดให้กับบทกวีอันงดงามที่สุดในโลกได้อย่างไม่ต้องสงสัย และบทกวีนั้นจะงดงามได้ ก็จำต้องมาจากการเอื้อนเอ่ยรำพันด้วยริมฝีปากอันโศกเศร้าของผู้สุญริกไปแล้วแต่เพียงเท่านั้น” (The Edgar Allan Poe Society of Baltimore, 2021)

ในกรอบคิดของสังคมยุคโบราณ ความตายมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นและเป็นหนึ่ง ในวงจรสำคัญของชีวิตมนุษย์ แต่มนุษย์ไม่อาจตอบคำถามได้ว่าเมื่อตายแล้วไปไหน หรือมันได้ปรากฏบุคคลที่รักของพวกเขาไปยังแห่งใด กระบวนการ “หายไป” อย่างไม่กลับคืนนี้จึงเริ่มสร้างความหวาดหวั่นที่นำวิตกให้เกิดขึ้น และเพราะมนุษย์ไม่อาจตอบคำถามดังกล่าวได้นี้เอง จึงเริ่มผูกโยงสภาวะของความตายที่เต็มไปด้วยความระแวงและความหวาดกลัว “ความสมบูรณ์ที่เกิดขึ้นจากความตายกลับกลายเป็นความเจ็บปวดที่มนุษย์จำนวนมากยากที่จะทำใจยอมรับ ถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่ง เส้นทางไปสู่ความสมบูรณ์แบบองค์รวม (Totality) จะเป็นไปได้ด้วยความตาย เพียงแต่ความตายนั้นเป็นสิ่งที่ใครต่อใครก็ปฏิเสธ” (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2553, น. 46) ขณะเดียวกันความสัมพันธ์ระหว่างแฟชั่นกับความตาย เมื่อได้เปรียบเข้ากับวัฏจักรของชีวิตพบว่าไม่ต่างจากความพยายามของมนุษย์ที่ต้องดิ้นรนต่อสู้เพื่อให้อยู่รอดด้วยการกลืนกินชีวิตของผู้อื่น เพราะในอดีตนอกจากการที่ต้องฆ่าสิ่งมีชีวิตอื่นเพื่อให้ได้มาซึ่งอาหารและเครื่องนุ่งห่มแล้ว เรายังตกแต่งร่างกายด้วยของที่ได้มาจากความตายเกือบทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นเขี้ยว เล็บ หรือเศษซากของกระดูกสัตว์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสวยงาม รวมทั้งแสดงสถานะทางสังคมอีกด้วย ดังนั้นเมื่อความตายของผู้ถูกกล่าวเปลี่ยนเป็นการสร้างประโยชน์ให้กับผู้ล่า การสิ้นสุดลงของชีวิตหนึ่งจึงผันแปรไปสู่การถือกำเนิดของสิ่งใหม่ในอีกชีวิตหนึ่งอย่างไม่อาจแยกจากกันได้ ดังเช่นวัฏจักรของแฟชั่นที่ความนิยมใดถือกำเนิดขึ้นแล้ว ไม่นานความนิยมนั้นก็จะเดินทางไปสู่ความเสื่อมและดับสูญในที่สุด

“การแสวงหาชีวิตที่เป็นอมตะแสดงให้เห็นถึงแรงปรารถนาที่ต้องการท้าทายความตาย แนวคิดเรื่องความตายจึงจบลงด้วยการ “ไม่จบ” เพราะอย่างน้อย ๆ การได้ไปสวรรค์หรือนรกก็แสดงให้เห็นว่าชีวิตยังไม่จบสิ้นแต่ยังคงดำเนินต่อไป” (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2553, น. 55)



ภาพ 1 การฆ่าตัวตายของ เอเวอลิน แม็คเฮล ในปี ค.ศ. 1947
(Codex99, 2017)

ในประวัติศาสตร์ที่ว่าด้วยความสัมพันธ์อันแนบแน่นของแฟชั่นและความตายที่เกิดขึ้นจากสิ่งมีชีวิตอื่นในลักษณะเช่นนี้ เครื่องแต่งกายกำลังแสดงนัยสำคัญของการสะท้อนให้เห็นความรู้สึกร่วมกันระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ เมื่อมีสมาชิกในครอบครัวหรือบุคคลอันเป็นที่รักได้ตายจากไป ผ่านการแสดงออกถึงสภาวะแห่งความโศกเศร้าด้วยเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสีดำ ซึ่งปรากฏเป็นธรรมเนียมที่ปฏิบัติมาตั้งแต่สมัยอาณาจักรโรมัน ที่ผู้คนจะห่มคลุมร่างกายด้วยผ้าอ้อมสีดำยามไว้ทุกข์เรียกว่า Toga Pulla ด้วยเชื่อว่าจะสามารถพรางตาจากภูตผีและวิญญาณไม่ให้มองเห็นได้ในช่วงพิธีศพ แม้จะปรากฏหลักการเลือกใช้สีอื่น ๆ เพื่อไว้ทุกข์ในวัฒนธรรมตะวันตก อาทิ สีขาว หรือ สีม่วง แต่ดูเหมือนว่าสีดำกลับถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายมากที่สุดโดยสันนิษฐานว่าต้นเหตุอาจเกิดขึ้นในคริสต์ศตวรรษที่ 19 ช่วงรัชสมัยของสมเด็จพระราชินีวิกตอเรียแห่งอังกฤษ (Queen Victoria) จากเหตุที่พระองค์ทรงเสียพระราชหฤทัยต่อการจากไปของเจ้าชายอัลเบิร์ต (Prince Albert) พระราชสวามีอันเป็นที่รักด้วยโรคไทฟอยด์ในปี ค.ศ. 1861 “สีดำ กลายเป็นสีที่นิยมสวมใส่สำหรับการไว้ทุกข์ในช่วงสมัยของสมเด็จพระนางเจ้าวิกตอเรีย อาจเป็นเพราะสีดำแทนลักษณะของการจางหายไปของแสงซึ่งไม่ต่างจากการดับสูญของชีวิต และยังเป็นสัญลักษณ์เพื่อแสดงให้เห็นว่าเราได้สูญเสียบุคคลอันเป็นที่รักไป นอกจากนี้ยังมีการกล่าวกันว่า การเริ่มสวมใส่เครื่องแต่งกายไว้ทุกข์ด้วยสีดานั้นริเริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกจากแนวคิดของชาวโรมันโบราณ อันมีพื้นฐานมาจากความเชื่อที่ว่า การห่อคลุมร่างกายด้วยสีดานั้นจะช่วยปกป้องผู้ที่ไว้ทุกข์ให้รอดพ้นจากการถูกลอกหลอนของวิญญาณผู้เสียชีวิต” (Hell, 2001)

ความเชื่อที่ว่าความตายอยู่ใกล้กับตัวเช่นนี้จึงสัมพันธ์กับแนวคิดทางศิลปะที่เรียกว่า Memento Mori หรือ มรณานุสติ ที่ใช้ผลงานศิลปะเป็นเครื่องมือเตือนใจ เพื่อให้ระลึกถึงความตายนั้นเกิดขึ้นกับเราได้ทุกขณะ โดยเฉพาะการปรากฏความนิยมประหลาดโดยการเลือกเก็บชิ้นส่วนบางอย่างของผู้ตายเอาไว้ เช่น เส้นผม หรือ ฟัน เพื่อนำไปแปรรูปเป็นเครื่องประดับ อาทิ แหวน หรือ จี้หย้อยคอ เพื่อใช้เป็นสิ่งของที่ระลึก (Mourning Jewelry) ที่ทำให้การยึดเหนี่ยวความโศกเศร้าสูญเสียผ่านการยึดเก็บบางสิ่งเอาไว้ไม่ต่างจากการสะท้อนให้เห็นความพยายามของมนุษย์ในการถูกรังการ “เคยปรากฏมีตัวตน” ของบุคคลที่ตายไปไม่ให้เห็นห่างไกลจากตัวในช่วงปฏิวัติฝรั่งเศสปี ค.ศ. 1789 หลังจากที่ประชาชนลุกฮือขึ้นโค่นล้มระบอบกษัตริย์ได้เกิดความแตกแยกในเหล่าขุนนางรวมถึงบรรดาผู้ก่อการปฏิวัติ จนนำไปสู่ภาวะของการแก่งแย่งอำนาจและการปกครอง (Reign of Terror) ภายใต้บรรยากาศของความกลัวและหวาดระแวงเช่นนี้ ได้มีการประดิษฐ์เครื่องมือสำหรับใช้ในการประหารชีวิตบรรดา “ศัตรูแห่งการปฏิวัติ” ขึ้นภายใต้ชื่อ กิโยติน (Guillotine) ตามนามสกุลของผู้ประดิษฐ์ นายโจเซฟ อิกนาส กิโยตัง (Joseph-Ignace Guillotin) ที่ประกอบด้วยเตียงไม้ที่ตรึงคอและลำตัวของนักโทษให้อยู่กับที่ ก่อนเพศฆมาตจะปล่อยใบมีดให้ตกลงมาหั่นคอ เครื่องประหารชนิดใหม่นี้ถูกนำมาใช้ประหารชีวิตนักโทษการเมืองเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ที่ต้องสูญเสียสมาชิกในครอบครัว มิตรสหาย และคนรัก รวมตัวกันเพื่อจัดงานเลี้ยงรำลึกถึงเหยื่อแห่งความยุติธรรมขึ้นเรียกว่า Les Bals des Victimes (งานเลี้ยงแด่ผู้เป็นเหยื่อ) โดยบรรดาแขกในงานจะสวมเครื่องแต่งกายที่นำเสื้อผ้าสีขามาตกแต่งด้วยเส้นริบบิ้นสีแดงสรวบลำคอหรือบริเวณช่วงอก เพื่อเลียนแบบรอยเลือดที่ไหลมาจากรอยตัดคอด้วยกิโยติน (Costume à la Victime) และบางคนก็ตัดผมให้สั้นกุดไม่ต่างจากการกร้อนผมก่อนถูกบั่นหัว จนเกิดเป็นแฟชั่นที่เรียกว่า “ผมทรงเหยื่อประหาร” (Coiffure à la Victime) หรือ “ผมทรงกิโยติน” (Coiffure a la Guillotine) ในเวลาต่อมาเครื่องแต่งกายของผู้หญิงมักจะเป็นเสื้อผ้าทรงหลวม ไม่ต่างจากชุดนอนหรือเสื้อชั้นในที่นักโทษ สวมใส่ก่อนถูกนำตัวจากห้องขังไปยังลานประหาร ริบบิ้นสีแดงกลายเป็นที่นิยมมาก โดยมักจะนำมาพันรอบลำคอแทนเลือดบริเวณที่ถูกตัด ไม่นำมาตกแต่งไขว้เป็นรูปอักษร X บริเวณหน้าอกและต้นแขน เพื่อแสดงสัญลักษณ์รอยเลือดที่กระเด็นเปื้อนลำตัว นอกจากนี้ทั้งหญิงและชายยังนิยมสวมเครื่องประดับรูปกิโยตินที่ใช้ตัดศีรษะสมาชิกหรือบุคคลอันเป็นที่รักของตนอีกด้วย” (Fashion Encyclopedia, 2013)

2. บทสนทนาระหว่างแฟชั่นและความตาย

เมื่อเป็นดังนี้ความคิดที่ว่า “ความตายอยู่แค่ปลายจมูก” จึงวนเวียนใกล้ชิดอยู่กับตัวเรา และกลายเป็นสภาวะที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงหลบหนีได้ นักปรัชญาชาวเยอรมัน วอลเตอร์ เบนจามิน (Walter Benjamin) นำเสนอในงานเขียนที่มีชื่อว่า The Arcades Project (ค.ศ. 1927-1940) ว่าด้วยเรื่องการสังเกตและบันทึกพฤติกรรมของผู้คนที่ซื้อสินค้าแฟชั่น ตามร้านค้าในร่มที่ถูกครอบด้วยหลังคาแก้วกลางกรุงปารีส เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ของสภาวะการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของแฟชั่นและการแต่งกาย พิจารณาถึงความพยายามของผู้หญิงที่ต้องการเปลี่ยนแปลงตนเองด้วยสินค้าแฟชั่น ในขณะที่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายก็ปรับเปลี่ยน

ตัวเองไปด้วยอย่างรวดเร็ว โดยพบว่าภายใต้สภาวะของสังคมทุนนิยมนี้ แฟชั่นได้พัฒนาไปสู่การเกิดเป็นวัฏจักรสมบูรณ์ที่จำต้องสร้างสภาวะของการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้น เพราะหากผลิตภัณฑ์ใดกลายเป็นที่นิยมและเป็นที่ถวิลหาด้วยปรารถนาจากผู้คน เท่ากับว่าผลิตภัณฑ์นั้นกำลังเคลื่อนเข้าสู่กระบวนการคร่ำชีวิตของผลิตภัณฑ์เดิมให้ตายจากไป “เบนจามินเสนอว่าแฟชั่นมีความจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ในการลบความเป็นอดีตออกไปให้สิ้น และเขาเปรียบเทียบสภาวะนี้กับแม่น้ำเลเธ (Lethe) ในเทพปกรณัม ที่ว่ามนุษย์ดื่มน้ำจากแม่น้ำนี้ไปแล้วจะสามารถลืมอดีตและชาติก่อนของตนเองได้ แฟชั่นจึงควรที่จะสามารถทำให้ผู้คนลืมสิ่งที่เคยเป็นที่นิยมในอดีตและมีความกระหายที่จะแสวงหาสิ่งใหม่ ซึ่งไม่ใช่เรื่องยากที่จะเชื่อมความสัมพันธ์เช่นนี้เข้ากับความสำเร็จเรื่องแม่น้ำที่ทำให้ลืมอดีตกับสถานที่ที่จำหน่ายสินค้า เพราะเป็นสถานที่ที่ถูกจัดขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อให้เราโยนสิ่งเก่าทิ้งและเปิดรับสิ่งใหม่ไม่ต่างจากแม่น้ำที่สร้างพันธะสัญญาต่อเราว่าความตายไม่เคยมีอยู่จริง ดังที่เบนจามินมักจะใช้คำว่า แฟชั่นยั่วล้อกับความตาย (Fashion mocks death) เหมือนกับที่หญิงสาวปรารถนาจะเปลี่ยนเรือนร่างของตนเองให้ไม่ต่างจากหุ่นโชว์เสื้อผ้า (Mannequin) ที่ดูสวยงามแต่กลับปราศจากชีวิต เพื่อที่เธอจะได้กลายเป็นเรือนร่างที่ไม่ต่างจากซากศพเดินได้ อันตกอยู่ภายใต้การครอบครองของสินค้าซึ่งไร้วิญญาณ” (Alpay, 2011)

ในบรรดานักออกแบบเครื่องแต่งกายผู้ล่วงลับเล็กซานเดอร์ แม็คควีน (Alexander McQueen, 1969-2010) เป็นผู้ที่แสดงความสนใจการ “ยั่วล้อกับความตาย” ในงานออกแบบได้อย่างน่าสนใจและมีความต่อเนื่องมากที่สุด เขาแสดงสภาวะความหมกมุ่นกับความตายผ่านร่างกายและเครื่องแต่งกายหลากหลายคอลเล็กชัน นับตั้งแต่ผลงานในช่วงสำเร็จการศึกษา เมื่อปี ค.ศ. 1992 ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากฆาตกรต่อเนื่อง แจ็ค เดอะ ริปเปอร์ (Jack the Ripper) ผู้โด่งดังในช่วงสมัยคริสต์ศตวรรษที่ 19 ที่ออกสังหารเหยื่อโสเภณีในแถบไวท์ชาเปล (Whitechapel) อันเป็นย่านเสื่อมโทรมของลอนดอน ภายใต้ผลงานชื่อ “แจ็ค เดอะ ริปเปอร์ สกตรอยตามเหยื่อ” (Jack the Ripper Stalks His Victims) แม็คควีนออกแบบเสื้อคลุมตัวหนึ่ง ให้มีโครงสร้างไม่ต่างจากมิดที่ใช้เป็นอาวุธสังหาร แล้วดึงประเด็นของความตายให้สุดโต่งด้วยการใช้ลายพิมพ์บนตัวเสื้อเป็นรูปเถาวัลย์นามบนผ้าซาตินโปร่งที่เผยให้เห็นเส้นผมจริงของมนุษย์ที่อัดแน่นไว้ด้านใน พร้อมกับตัดปอยผมของตนเองใส่ในช่องพลาสติกเย็บติดกับตัวเสื้อเหมือนป้ายยึดอ แม็คควีนกล่าวว่า ได้แรงบันดาลใจจากโสเภณีในสมัยนั้น ที่นิยมขายเส้นผมของตนเองแลกกับเงินเพื่อเลี้ยงชีพ ในขณะที่เดียวกันการแปรสภาพเส้นผมให้ปรากฏสัมพันธ์กับประเด็นที่เขาเลือกนำเสนอ (โสเภณีที่ถูกฆ่าโดยฆาตกรต่อเนื่อง) ก็กำลังทำหน้าที่ไม่ต่างจากการปรากฏเป็นสิ่งของต้องระลึก (Mourning Jewelry) ซึ่งผู้คนในสมัยปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 นิยมเก็บสะสม “มันเป็นเรื่องสำคัญมากที่จะจ้องมองความตาย เพราะมันเป็นส่วนสำคัญของชีวิต จริงอยู่ที่ว่ามันน่าเศร้าและสะเทือนใจ แต่ขณะเดียวกันมันก็แสนจะโรแมนติก ความตายเป็นปลายทางของวงจรชีวิต และทุกอย่างก็จำเป็นจะต้องจบลงเสมอ การเข้าสู่วัฏจักรนั้นจึงไม่ใช่สิ่งที่น่ากลัว เพราะมันยอมไม่ต่างจากการถือกำเนิดขึ้นใหม่อีกครั้ง” (Pollock, 2020)



ภาพ 2 เสื้อคลุม “แจ็ก เดอะ รีเปอร์” โดย อเล็กซานเดอร์ แม็คควีน ปี ค.ศ. 1992
(The Metropolitan Museum of Art, 2011)

และเมื่อภาพถ่ายแฟชั่นกลายเป็นสื่อสำคัญที่มีบทบาทมากกว่าการกระตุ้นยอดขายสินค้า ช่างภาพแฟชั่นชาวฝรั่งเศส กิรี บัวร์แดง (Guy Burdin) ล้อเล่นกับความตายและทำให้มันกลายเป็นเรื่องตลก ในสื่อโฆษณาของแทสตรี้ ชาร์ล จูร์ตอง (Charles Jourdan) เขาจงใจนำเสนอภาพนางแบบสวมใส่รองเท้า ภายในช่วงวิกฤตของความเป็นและความตาย ผสมผสานไปด้วยอารมณ์ขันอันโหดร้ายบวกลบของการดูถูกทางเพศ ขณะเดียวกันก็แสดงปรารถนาอันท่วมท้นที่มีต่อเรือนร่างของเพศหญิงอย่างไม่ต้องปกปิด ความตายที่เกิดขึ้นโดยวัตถุและเครื่องแต่งกาย (รองเท้าสตรี้) จึงเป็นความตายที่เต็มไปด้วยความน่าหลงใหล อันเชื่อมสัมพันธ์กับแนวคิด “สิ่งของต้องปรารถนา” (Object of Desire) ที่กล่าวถึงคุณลักษณะในการสร้างสินค้าแฟชั่นให้กลายเป็นวัตถุทางเพศ ที่ผู้บริโภคถูกกระตุ้นให้ไขว่คว้าเพื่อที่จะได้มาครอบครองอย่างไม่หวาดกลัวต่อสิ่งใด



ภาพ 3 ภาพโฆษณาของแท็บสตรี ชาร์ลส์ จูร์ตอง โดย กิร์ บูร์แดง
(Verthime, 2019)

เช่นเดียวกับผลงานในปีปิดโฆษณาของเบนetton (Benetton) ที่หยิบประเด็นอันโง่เข้ากับความตาย มาใช้เป็นองค์ประกอบหลัก เพื่อกระตุ้นให้ผู้ที่ได้พบเห็นเกิดการรับรู้ถึงความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม เช่นในกรณีการนำภาพถ่ายของ เดวิด เคอร์บี้ (David Kirby) นักรณรงค์ต่อสู้เรื่องโรคเอดส์ก่อนสิ้นชีวิตบนเตียงผู้ป่วย ที่ร่างกายผ่ายผอมด้วยเชื้อไวรัสภายในวงแขนของผู้เป็นพ่อ ไม่ต่างจากภาพของพระเยซูในวงแขนพระแม่มารีหลังการตรึงกางเขน (Pietà) จริงอยู่ที่การนำเสนอภาพความตายภายใต้ประเด็นดังกล่าว นำมาซึ่งคำถามถึงความเหมาะสมและจรรยาบรรณของสื่อที่พึงมีต่อสังคม แต่ในอีกแง่หนึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นก็กำลังทำหน้าที่กระตุ้นเตือนการรับรู้ให้กับสังคม ถึงความโหดร้ายและอันตรายของโรคเอดส์ที่มาจากเพศสัมพันธ์ จนสามารถทำให้ภาพความตายของเคอร์บี้ถูกยกระดับขึ้นเป็นดังความตายอันศักดิ์สิทธิ์



ภาพ 4 ภาพความตายของ เดวิด เคอร์บี้ ในโฆษณาของเบนetton ปี ค.ศ. 1990
(Genova, 2016)

ยิ่งไปกว่านั้นยังปรากฏการนำภาพ “ความตาย” มาใช้อย่างไม่อ้อมค้อมในสื่อโฆษณา ที่มีจุดประสงค์

เพื่อเชิญชวนให้คนสนใจซื้อสินค้าโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงนัยความหมายแฝงเร้น เช่นในกรณีแบรนด์เสื้อผ้าออนไลน์ของประเทศออสเตรเลีย ซูเปอร์เร็ต (Superette) ที่ตั้งใจจัดฉากความตายของผู้คนที่เกิดจากอุบัติเหตุในลักษณะต่าง ๆ ขณะที่พวกเขายังคงสวมใส่เครื่องแต่งกายของตน พร้อมกับวางคำโปรยไว้ในใบปิดว่า “Be caught dead in it” (อย่างน้อยก็ได้ตายในยี่ห้อนี้) เช่นเดียวกับใบปิดประชาสัมพันธ์ของหลุยส์วิตตอง (Louis Vuitton) ในปี ค.ศ. 2010 ที่แสดงภาพนางแบบในลักษณะของการจัดวางท่วงท่าและองค์ประกอบร่างกาย ไม่ต่างไปจากภาพถ่ายศพของหญิงสาวที่ถูกข่มขืนและฆ่าทิ้งในสวนสาธารณะ โดยมีข้าวของที่ถูกรื้อหรือกระจัดกระจายหล่นออกมาจากกระเป๋าแบรนด์ดังที่ตกอยู่ข้างตัว จนกลายเป็นว่าการยั่วล้อกับความตายที่ถูกนำพาเข้ามาเบียดใกล้กับผู้บริโภค พร้อม ๆ กับผลิตสร้างความปรารถนาที่จะได้ครอบครองผ่านกระบวนการโฆษณา นั้น แทบไม่ต่างกับแนวคิดที่ว่าด้วย มรณานุสติ หรือ Memento Mori ในทางศิลปะ ที่นอกจากจะทำหน้าที่เตือนเราว่าจุดสุดท้ายของชีวิตนั้นสามารถเกิดขึ้นกับเราได้ตลอดเวลาแล้วยังขยายพื้นที่ไปสู่การกระตุ้นเร้าแบบทุนนิยม ซึ่งรีบเร่งให้เราจับจ่ายเพื่อจะได้ครอบครองสินค้าให้ทันก่อนที่เวลาชีวิตของเราจะหมดลงด้วยอีกทางหนึ่ง



ภาพ 5 ความตายในภาพถ่ายแฟชั่นของ Superette
(Ads of the World, 2009)

3. ความตายได้บังการ

ภายใต้การปฏิวัติอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 วิวัฒนาการใหม่ทางวิทยาศาสตร์และการแพทย์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วนำมาซึ่งผลกระทบที่มีชีวิตที่ยืนยาวขึ้น การค้นพบยาปฏิชีวนะและยาสลบช่วยยับยั้งการติดเชื้อ ทุกเลาความเจ็บปวด และยืดชีวิตผู้ป่วยจากการผ่าตัดเสี่ยงตาย แต่ในขณะเดียวกันคำถามอีกมากมายที่วิทยาศาสตร์ยังไม่สามารถจะหาคำตอบได้ ก็ยังคงสร้างความหวาดหวั่นจากความไม่รู้ให้กับมนุษย์ ภาวะแห่งความย้อนแย้งเช่นนี้เอง ที่ก่อให้เกิดเป็นความเคลื่อนไหวทางวรรณกรรมเรียกว่า นิยายโกธิค (Gothic Novel) ที่บรรยายกาศลึกลับหม่นเศร้าของความตายอันโรแมนติก ถูกนำมาผสมผสาน

เข้ากับความหวาดกลัวต่อวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ โดยผลงานที่โดดเด่น อาทิ แดร์ริกคูล่า (Dracula) ของ บราม สโตกเกอร์ (Bram Stoker) ที่แสดงสภาวะอันชัดเจนของความหวาดกลัวความตายด้วยโรคติดต่อทางเลือดและเชื้อซิฟิลิสจากการมีเพศสัมพันธ์ หรือ แฟรงเกนสไตน์ (Frankenstein) ของนักเขียนหญิง แมรี เชลลีย์ (Mary Shelly) ที่ความพยายามฟื้นความตายด้วยวิทยาศาสตร์นำมาซึ่งกำเนิดของอสุรกาย เป็นต้น ความสัมพันธ์ประหลาดระหว่างการยื้อชีวิตให้ไม่ต้อตตาย เพื่อที่จะได้กลายเป็นนิรันดร์อันผูกโยงเข้ากับเส้นแห่งความตายอันน่าพิศวงเช่นนี้ ส่งอิทธิพลกับกลุ่มวัยรุ่นหัวขบถในช่วงทศวรรษที่ 1980s พวกเขาเรียกตนเองว่า โกธ (Goth) และแสดงออกถึงการไม่เห็นด้วยกับแนวคิดและสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมทุนนิยมเวลานั้น ด้วยการแสวงหาความโรแมนติกอันเกิดขึ้นจากการครุ่นคิดและวนเวียนหมกมุ่นอยู่กับความตาย ผ่านการตกแต่งร่างกายแบบย้อนเวลาในโครงสร้างของเสื้อผ้าสมัยคริสต์ศตวรรษที่ 19 ที่ถูกแปรเปลี่ยนให้ปรากฏในโทนสีดำทั้งหมดตั้งแต่หัวจรดเท้า พวกเขาชอบสวมผมสีดำ ทาเล็บ และทาขอบตาด้วยสีดำ รวมทั้งยังใช้เครื่องประดับรูปหัวกะโหลกและโครงกระดูก เพื่อเชื่อมนัยความหมายของการต่อต้านและเปลี่ยนแปลง สิ่งที่อยู่บนเห็นว่าแปลกประหลาดจนถึงขั้นน่ารังเกียจนั้น ให้กลายกลับมาเป็นความน่าพิสมัยอันเต็มไปดด้วยเสน่ห์



ภาพ 6 ซอมบี้บอย ผู้กลายเป็นนายแบบและสัญลักษณ์แห่งแฟชัน (Theeverydayman, 2011)

การเปลี่ยนร่างกายทั้งหมดของตนเองให้กลายเป็นตัวแทนแห่งความตายด้วยแฟชันและเครื่องแต่งกาย เพื่อให้แตกต่างจากผู้คนส่วนใหญ่เช่นนี้จึงเชื่อมโยงเข้ากับแนวคิด “ศพสวย” (Corpse Chic) ที่ปรากฏขึ้นในพื้นที่ของแฟชัน ผ่านกระบวนการหยิบเอาความตายมาสร้างใหม่ให้สวยงามจนสามารถกลายเป็นวัตถุปรารถนา ที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคต้องการที่จะได้ครอบครองสินค้านั้น ๆ เช่น ในกรณีศิลปินหนุ่ม ชาวแคนาดาผู้ล่วงลับ ซอมบี้บอย (Zombie Boy หรือ Rick Genest, 1985-2018) ที่สักรวดลายทุกอณูบนพื้นที่ของร่างกายด้วยภาพหัวกะโหลก โครงกระดูก และอวัยวะภายในของร่างกายมนุษย์อย่างสวยงาม

จนดูราวกับว่าแผ่นหนังชั้นนอกได้ถูกดึงลากออกไปจากตัว ที่เขาถูกค้นพบและโด่งดังจากการแสดงในมิวสิกวิดีโอเพลง “Born This way” ของเลดี้ก้า (Lady Gaga) จนได้เข้าร่วมเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์เสื้อผ้าผู้ชายราคาแพงอย่าง มูเกลร์ (Mugler) ในปี ค.ศ. 2011 จึงไม่ต่างจากการตั้งคำถามย้อนกลับถึงแนวคิดของเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ที่นอกจากหน้าที่พื้นฐานในการเป็นเครื่องนุ่งห่มแล้ว ยังต้องมีส่วนในการแต่งเสริมเติมแต่งให้บุคคลมีภาพลักษณ์ที่สอดคล้องตามอุดมคติของมาตรฐานสังคมด้วย ทว่าแฟชั่นกลับเคลื่อนที่ไปสู่การนำเสนอตนเองผ่านความตายที่น่าหวาดกลัว และภาพลักษณ์อื่นไม่พึงประสงค์ จนถึงขั้นกระตุ้นให้ผู้บริโภคได้ครอบครองสิ่งของต้องปรารถนา (Object of Desire) ที่ถูกผลิตขึ้นอย่างจงใจเพื่อใช้สวมใส่บนร่างกายของตน จึงมีส่วนทำให้เสนาหาเกิดขึ้นกับผู้บริโภคขณะจับจ้องภavnายแบบหรือนางแบบที่ถูกจัดแต่งราวกับศพ เพื่อใช้เป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์แฟชั่นเครื่องแต่งกายไปจนถึงตัวแทนภาพลักษณ์ที่แบรนด์นำเสนอ ไม่ต่างจากการผลิตสร้างรสนิยมทางเพศที่มีต่อซากศพของคนตาย (Necrophilia) เส้นแบ่งบาง ๆ ที่กั้นระหว่างวัฏจักรที่หมุนวนระหว่างความงามและความอัปยศณ์ ระหว่างการมีชีวิตและความตาย ไปจนถึงแฟชั่นอันสวยงามและความน่าเกลียด จึงอาจสะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนในภาพถ่ายแฟชั่นชุด In Memory of the Late Mr. and Mrs. Comfort ของช่างภาพแฟชั่นชาวอเมริกัน ริชาร์ด อาเวดอน (Richard Avedon) ที่แสดงภavnางแบบโพสท่าทำในเครื่องแต่งกายแฟชั่นของแบรนด์ต่าง ๆ ประกอบเข้ากับโครงกระดูกมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาพที่เธอประคองตุ๊กตาเซรามิกตัวใหญ่เอาไว้แนบอกขณะที่โครงกระดูกก็สวมกอดเธอเอาไว้จนดูไม่ต่างจากภาพครอบครัว น่าจะเป็นภาพของบทสรุปที่ดีที่สุดของคำตอบที่ว่าท้ายที่สุดแฟชั่นก็กำลังทำหน้าที่ไม่ต่างจากงานศิลปะ ในฐานะของการเป็นสัญลักษณ์แห่งมรณานุสติ (Memento Mori) เพื่อกระตุ้นเตือนมนุษย์ให้ระลึกอยู่เสมอว่า ถึงเราจะผลึกหรือรังความตายให้ห่างออกไปไกลจากตัวด้วยวิธีการใดก็ตาม สุดท้ายแล้วมรณะหรือความตายก็จะมาถึงเราในสักวันซึ่งเป็นสัจธรรมของชีวิต



ภาพ 7 In Memory of the Late Mr. and Mrs. Comfort โดย ริชาร์ด อาเวดอน
(Death Café, 2013)

เอกสารอ้างอิง

ชเนศ วงศ์ยานนาวา. (2553). *ความรัก ความรู้ ความตาย*. ศยาม.

Ads of the World. (2009). *Superette: Stairs* [image]. Retrieved from https://www.adsoftheworld.com/media/print/superette_stairs

Alpay, B. (2011). *The Manuscript that must be saved: A Review on Susan Buck Morss' "The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project"*. Retrieved from <http://www.themontrealreview.com/2009/The-dialectics-of-seeing-Walter-Benjamin-and-the-Arcades-Project.php>

CODEX99. (2017). *Evelyn McHale: Photojournalism as Iconography* [image]. Retrieved from <http://www.codex99.com/photography/43.html>

Death Café. (2013). *Richard Avedon for The New Yorker* [image]. Retrieved from [https://deathcafe.com/317/Fashion à la Victime](https://deathcafe.com/317/Fashion%20-%C3%A0%20la%20Victime). (2013).

Fashion Encyclopedia. Retrieved from http://www.fashionencyclopedia.com/fashion_costume_culture/European-Culture-18th-Century/Fashion-la-Victime.html#ixzz2ir0qdLGn

Genova, A. (2016). *The Story Behind Colorization of a Controversial Benetton AIDS Ad* [image]. Retrieved from <https://time.com/4592061/colorization-benetton-aids-ad/>

Hell, K. (2010). *Victorian Mourning Garb*. Retrieved from http://www.morbidoutlook.com/fashion/historical/2001_03_victorianmourn.html

Pollock, A. (2020). *Alexander McQueen: A Tragedy at the Hands of Fashion*. Retrieved from <https://www.mindlessmag.com/post/alexander-mcqueen-a-tragedy-at-the-hands-of-fashion>

The Edgar Allen Poe Society of Baltimore. (2021). *The Philosophy of Composition*. Retrieved from <https://www.eapoe.org/works/essays/philcomp.htm>

Theeverydayman. (2011). *Nicola Formachetti's New Muse Zombie Boy* [image]. Retrieved from <https://theeverydayman.livejournal.com/13848.html>

The Metropolitan Museum of Art. (2011). *Alexander McQueen: Savage Beauty* [image]. Retrieved from <https://blog.metmuseum.org/alexandermcqueen/coat-jack-the-ripper/>

Verthime, S. (2019). *Guy Bourdin: Image within an image* [image]. Retrieved from <https://www.rencontres-arles.com/en/expositions/view/848/guy-bourdin>