

คอลัมน์ “จากท่าพระจันทร์ถึงสนามหลวง”

ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันพฤหัสบดีที่ 31 มกราคม 2545

Yves Saint Laurent กับระบบทุนวัฒนธรรม

รังสรรค์ ทัศนะพรพันธุ์

อีฟส์ แซ็งต์ ลอว์รองต์ (Yves Saint Laurent) ประกาศล้างมือในอ่างทองคำเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2545 อลาธุรกิจการออกแบบและตัดเย็บแฟชั่นเครื่องแต่งกาย หลังจากใช้ชีวิตอยู่ในธุรกิจนี้นานกว่า 40 ปี ผู้คนในวงการแฟชั่นพากันอาดูร ในขณะที่ชาวฝรั่งเศสพากันอาลัยภาวะการจำจากของแซ็งต์ ลอว์รองต์มิได้มีความหมายแต่เพียงการจบภาระธุระของนักออกแบบเครื่องแต่งกายผู้ยิ่งใหญ่คนหนึ่งเท่านั้น หากยังอาจหมายถึงการปิดม่านของ *haute couture* สำนักออกแบบและตัดเย็บเครื่องแต่งกายสำหรับชนชั้นสูงอีกด้วย

อีฟส์ แซ็งต์ ลอว์รองต์เป็นชาวฝรั่งเศส ถือกำเนิด ณ เมือง Oran ประเทศอัลจีเรีย ในปี พ.ศ. 2479 ครอบครัวมีฐานะค่อนข้างดี บิดาเป็นผู้บริหารเครือข่ายโรงภาพยนตร์ แซ็งต์ ลอว์รองต์สนใจการออกแบบเครื่องแต่งกายมาแต่วัยเยาว์ และสามารถชนะการแข่งขันการออกแบบเครื่องแต่งกาย อันเป็นใบเบิกทางเข้าไปทำงานในสำนัก Christian Dior ณ นครปารีส ประเทศฝรั่งเศส ขณะมีอายุเพียง 17 ปี ในปี 2500 คริสเตียน ดิออร์ถึงแก่กรรมโดยกะทันหัน อีฟส์ แซ็งต์ ลอว์รองต์ได้รับเลือกให้เป็นผู้ออกแบบเครื่องแต่งกายสำนัก Christian Dior ขณะมีอายุเพียง 21 ปี หนังสือพิมพ์บางฉบับถึงกับพาดหัวข่าวว่า แซ็งต์ ลอว์รองต์ช่วยกู้ชาติฝรั่งเศส ด้วยการสืบทอดภารกิจของ Christian Dior

ชีวิตการทำงานของแซ็งต์ ลอว์รองต์ในสำนัก Christian Dior มิได้สดใส เพราะแนวความคิดพื้นฐานในการออกแบบเครื่องแต่งกายของแซ็งต์ ลอว์รองต์แตกต่างจากผู้บริหารสำนัก จึงถูกให้ออกจากงานในปี 2503 ภายหลังจากที่ออกแบบเครื่องแต่งกายได้เพียง 6 Collections ในเวลานั้น แซ็งต์ ลอว์รองต์ถูกเกณฑ์ทหาร ชีวิตทหารเกณฑ์สร้างแรงกดดันจนเป็นโรคประสาท และต้องเข้ารับรักษาตัวในโรงพยาบาล

แต่การถูกให้ออกจากสำนัก Christian Dior เปิดโอกาสให้แซ็งต์ ลอว์รองต์จัดตั้งสำนักของตนเอง *Yves Saint Laurent Haute Couture House* ก่อเกิดในปี 2505 ด้วยการจัดการของปีแอร์ แบร์जे (Pierre Berge) ผู้ที่แซ็งต์ ลอว์รองต์พานพบในงานศพคริสเตียน ดิออร์ตั้งแต่ปี

2500 แบริ์จะระดมทุนเพื่อให้แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ประกอบธุรกิจแฟชั่น ทั้งสองกลายเป็นหุ้นส่วนชีวิต โดยที่ในบางช่วงเวลาเป็นคู่รัก

หากโลกแห่งแฟชั่นในช่วงครึ่งแรกของคริสต์ศตวรรษที่ 20 ตกอยู่ใต้อิทธิพลของ โคโค ชาแนล (Coco Chanel, 1883-1971) และทศวรรษ 2490 เป็นทศวรรษของคริสโตบาล บาเลนซิอากา (Cristobal Balenciaga, 1895-1972) และคริสเตียน ดิออร์ (Christian Dior, 1905-1957) ครึ่งหลังของคริสต์ศตวรรษที่ 20 ต้องถือเป็นยุคของแซ็งต์ ลอว์ร็องต์โดยแท้

บทบาทและอิทธิพลของแซ็งต์ ลอว์ร็องต์ที่มีต่อธุรกิจแฟชั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง *haute couture* ในประเทศฝรั่งเศสปรากฏให้เห็นโดยเด่นชัด แต่แซ็งต์ ลอว์ร็องต์มิได้มีอิทธิพลจำกัด เฉพาะประเทศฝรั่งเศสเท่านั้น หากมีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการแต่งกายในขอบเขต ทั่วโลก ทั้งนี้เป็นผลจากการเติบโตใหญ่ทางธุรกิจของแซ็งต์ ลอว์ร็องต์เอง เมื่อ Yves Saint Laurent ถีบตัวขึ้นมาเป็นยักษ์ใหญ่ในธุรกิจแฟชั่น และ YSL กลายเป็นยี่ห้อระดับโลก (Global Brand) ผลงานการออกแบบของแซ็งต์ ลอว์ร็องต์ยอมเข้าสู่กระบวนการสากลานวัตกรรม โดยที่มีการ ปลอมแปลงสินค้ายี่ห้อ YSL ในประเทศต่างๆด้วย หากกระแสสากลานวัตกรรมที่พัดพา YSL เชี่ยวกรากมากเพียงใด อิทธิพลของแซ็งต์ ลอว์ร็องต์ที่มีต่อวัฒนธรรมการแต่งกายของพลโลกย่อมมี มากเพียงนั้น

อีฟส์ แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ เป็นนักออกแบบเครื่องแต่งกายผู้มาก่อนกาล แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ ยึดแนวความคิดเสรีนิยมในการออกแบบเครื่องแต่งกาย ด้วยเหตุที่เขาเป็นลูกชาวบ้าน แซ็งต์ ลอว์ร็องต์จึงพยายามผสมผสานวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวบ้านเข้ากับวัฒนธรรมการแต่งกาย ของชนชั้นสูง แม้ว่า *haute couture* จะออกแบบและตัดเครื่องแต่งกายสำหรับชายผู้มีอันจะกิน แต่แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ก็นำพื้นฐานความคิดในการแต่งกายของชาวบ้านและชาวนามาใช้ในการ ออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับชนชั้นสูง ความคิดแหวกแนวดังกล่าวนี้เป็นเหตุให้แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ ถูกให้ออกจากสำนัก Christian Dior ในปี 2503

ผลงานการออกแบบในยุคแรกๆของแซ็งต์ ลอว์ร็องต์ที่เป็นมรดกในวงการแฟชั่น ในเวลาต่อมา ได้แก่ เสื้อคอเต่า (Turtleneck) เสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่รถจักรยานยนต์ และ Bubble Skirts เมื่อเข้าสู่ยุคการปฏิวัติวัฒนธรรมในทศวรรษ 2500 ซึ่งนำโดยชนรุ่นที่เรียกกันว่า The Beat Generation แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ออกแบบเครื่องแต่งกายที่มีลักษณะ Beat Look

ความงามและความสง่าของสตรีเป็นหัวใจในการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี ในด้านหนึ่ง แซ็งต์ ลอว์ร็องต์เสริมความสง่าให้สตรีด้วยเครื่องแต่งกายบุรุษ ดังเช่นการออกแบบ Tuxedo และกางเกงสำหรับสตรี ภาพสตรีสวมกางเกงไปทำงานด้วยท่าทางอันกระฉับกระเฉง เป็นภาพคุ้นตาในปัจจุบัน ทั้งนี้เป็นผลจากอิทธิพลการออกแบบของแซ็งต์ ลอว์ร็องต์ แต่ภาพเช่นนี้ ยังไม่ปรากฏในทศวรรษ 2500 แม้ในปี 2511 เมื่อแนน เคมป์เนอร์ (Nan Kempner) สาวสังคม

อเมริกันเดินเข้าภัตตาคารเร็ดฮูในนครนิวยอร์กโดยสวมกางเกง YSL ยังถูกห้ามเข้าร้าน แต่เมื่อคุณเธอถอดกางเกงออก กลับเดินเข้าร้านอย่างสบาย นักวิเคราะห์แฟชั่นเสนอทวิเคราะห์พัฒนาการของแฟชั่นว่า โคโค ชานแนลช่วยปลดปล่อยร่างกายสตรีให้เป็นอิสระ ในขณะที่แซ็งต์ ลอว์ร็องต์เสริมอำนาจสตรีด้วยเครื่องแต่งกายบุรุษ ในภาพยนตร์เรื่อง *Bell de Jour* ซึ่งออกฉายในปี 2510 แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ออกแบบเครื่องแต่งกายให้แคทเธอรีน เดอเนอูฟ (Catherine Deneuve) ในรูปแบบที่ใกล้เคียงกับเครื่องแต่งกายทหาร

ในอีกด้านหนึ่ง แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อเสริมความงามของสตรี และเปิดโอกาสให้สตรีสามารถโชว์ความงามของเรือนร่างได้ การปลดปล่อยสตรีจากเสื้อชั้นในด้วยการออกแบบชุด See Through ในปี 2511 นับเป็นจุดเปลี่ยนผ่านสำคัญอีกจุดหนึ่งในประวัติศาสตร์แฟชั่น

แซ็งต์ ลอว์ร็องต์มิได้จำกัดการออกแบบเฉพาะเครื่องแต่งกายสตรีเท่านั้น หากยังออกแบบเครื่องแต่งกายบุรุษด้วย ในการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี แซ็งต์ ลอว์ร็องต์พยายามทำให้สตรีมีความเป็นบุรุษ แต่ในการออกแบบเครื่องแต่งกายบุรุษ แซ็งต์ ลอว์ร็องต์กลับพยายามทำให้บุรุษมีความเป็นสตรี ดังเช่นการใช้ผ้ากำมะหยี่ในการตัดเครื่องแต่งกายบุรุษ การใช้ผ้าไหม หลากสีเป็นผ้าพันคอ การสวมรองเท้าบู๊ตที่สูงเกือบถึงเข่า ฯลฯ กระบวนการทำให้สตรีเป็นบุรุษ และกระบวนการทำให้บุรุษเป็นสตรีนำไปสู่การออกแบบเครื่องแต่งกายที่ไม่จำแนกเพศ (Uni-sex Dress)

พื้นฐานความคิดเสรีนิยมทำให้แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ริเริ่มให้นางแบบผิวดำเดินแฟชั่นโชว์ นับเป็นการทำลายปรากฏการเหยียดผิวในธุรกิจแฟชั่นอย่างสำคัญ

ในด้านธุรกิจ แม้ว่า YSL เริ่มต้นด้วยการจัดตั้ง *Haute Couture House* ซึ่งออกแบบและตัดเย็บเครื่องแต่งกายสำหรับผู้มีอันจะกินเพื่อสวมใส่ในการออกงานสังคม หรือสำหรับดารานักแสดงในละครและภาพยนตร์ แต่ในไม่ช้า แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ก็ประจักษ์แก่ใจว่าการขยายฐานธุรกิจของ *Haute Couture House* ทำได้ด้วยความยากลำบาก เนื่องจากตลาดมีขนาดจำกัด ในปี 2509 YSL จึงจัดตั้ง *Rive Gauche* เพื่อผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Ready-to-wear Boutique) จากนั้นจึงขยายธุรกิจไปผลิตเครื่องสำอางและน้ำหอม โดยที่น้ำหอมยี่ห้อ *Opium* ออกสู่ตลาดในปี 2520 เมื่อ YSL ติดตลาด แซ็งต์ ลอว์ร็องต์จึงใช้ยี่ห้อ YSL ปะไปกับสินค้าหลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นแว่นตา ผ้าไหม และบุหรี แต่ไม่ยอมให้ใช้ยี่ห้ออย่างรถยนต์ด้วยเหตุนี้ YSL จึงทำหน้าที่ผลิตสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products) และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนระบบทุนวัฒนธรรม (Cultural Capitalism)

ในปี 2532 แซ็งต์ ลอว์ร็องต์ร่วมกับแบร์जेเน่า YSL เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ ครั้นในปี 2536 YSL ขายธุรกิจส่วนที่ผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป น้ำหอม และเครื่องสำอางให้แก่ *Elf Aquitaine* ในราคา 614 ล้านดอลลาร์อเมริกัน *Elf Aquitaine* เป็นรัฐวิสาหกิจประกอบธุรกิจน้ำมันและพลังงานของฝรั่งเศส *Elf Aquitaine* ต้องการผนวก YSL เข้ากับ *Elf-Sanofi* บริษัทลูกที่ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางและน้ำหอม ผลิตภัณฑ์ของ *Elf-Sanofi* ได้แก่ *Oscar de la Renta* และ *Van Cleef and Arpels* โดยที่ถือหุ้นใน *Nina Ricci* ด้วย ตามข้อตกลงการซื้อขาย YSL แบร์जेเน่าจะยังคงมีอำนาจจัดการ *YSL Haute Couture House* จนถึงสิ้นปี 2544 ส่วนแซ็งต์ ลอว์ร็องต์ อยู่ถึงปี 2559 เมื่ออายุครบ 80 ปี

การที่ *Elf Aquitaine* ตัดสินใจซื้อ YSL ในปี 2536 ก่อให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์ในฝรั่งเศสเป็นอันมากว่า มิได้เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจของ *Elf Aquitaine* หรือแม้แต่ *Elf-Sanofi* ทั้งๆที่ *Elf Aquitaine* หาได้มีฐานะการเงินอันมั่นคงไม่ ด้วยเหตุที่ *Loik Le Floch-Prigent* กรรมการผู้จัดการใหญ่ *Elf Aquitaine* เป็นเพื่อนสนิทของแบร์जे การซื้อ YSL จึงถูกโจมตีว่า เห็นแก่ประโยชน์ของเพื่อนมากกว่าผลประโยชน์ของสังคมโดยรวม (*The Economist*, January 30, 1993)

ในปี 2542 *Elf Aquitaine* ประกาศขาย *Elf-Sanofi* รวมทั้ง YSL ทั้งนี้ตามนโยบายการถ่ายโอนการผลิตไปสู่ภาคเอกชน (Privatization) ของรัฐบาลฝรั่งเศส YSL ตกเป็นของกลุ่ม *Gucci* ของฟร็องซัวส์ ปิโนต์ (Francois Pinault) ซึ่งซื้อในราคาประมาณ 1,000 ล้านดอลลาร์อเมริกัน และเข้ามาบริหารจัดการนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2543 เป็นต้นมา ยี่ห้อ YSL ถูกแยกออกเป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งคือ *Yves Saint Laurent* ภายใต้การบริหารจัดการของกลุ่ม *Gucci* อีกส่วนหนึ่งคือ *Yves Saint Laurent Haute Couture* ภายใต้การบริหารจัดการของแบร์जेและแซ็งต์ ลอว์ร็องต์ หนังสือพิมพ์บางฉบับรายงานว่า แซ็งต์ ลอว์ร็องต์กลายเป็น *The King Without Kingdom*

การประกาศล้างมือในอ่างทองคำของแซ็งต์ ลอว์ร็องต์ในเดือนมกราคม 2545 ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความไม่พอใจการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าของธุรกิจเครื่องแต่งกายในฝรั่งเศส โดยปราศจากข้อก้ำขาง ยุคของ *haute couture* จบสิ้นลงแล้ว ผู้คนที่ยินดีจ่ายเงินมากกว่า 20,000 ดอลลาร์อเมริกันเพื่อแลกกับเครื่องแต่งกายหนึ่งชุดมีจำนวนอันน้อยนิด YSL Haute Couture ขายทุนปีละประมาณ 1 ล้านดอลลาร์อเมริกัน ด้วยเหตุนี้เอง *Gucci* จึงมิได้สนใจซื้อ ปล่อยให้เขาอาณาจักรส่วนตัวของแซ็งต์ ลอว์ร็องต์และแบร์जे การจบชีวิตของ *haute couture* ถือเป็นการจบชีวิตของวัฒนธรรมการแต่งกายของฝรั่งเศส ต่อแต่นี้ไปเป็นยุคของ *Jeans and Nike*

ในช่วงเวลาสองทศวรรษที่ผ่านมา โฉมหน้าของธุรกิจการออกแบบแฟชั่น เครื่องแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปมาก แซ็งต์ ลอว์ร็องต์มีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้ YSL เป็นยี่ห้อระดับโลก แต่พลวัตของระบบทุนนิยมโลกกลับทำให้แซ็งต์ ลอว์ร็องต์สูญเสียอาณาจักรของตน กลุ่มทุนที่มีพละนาภาพทางการเงินเหนือกว่าพากันตบเท้าเข้าไปยึดกุมยักษ์ใหญ่ในธุรกิจแฟชั่นที่ละบริษัทสองบริษัท นักออกแบบเครื่องแต่งกายมีความเป็นยุโรปน้อยลง ในประการสำคัญ มีความเป็นฝรั่งเศสน้อยลง ทอม ฟอร์ด (Tom Ford) แยกจากเท็กซัสเป็นผู้อำนวยการออกแบบของ Gucci จูเลียน แม็กโดนัลด์ (Julien MacDonald) จากอังกฤษเป็นผู้อำนวยการออกแบบของ Givenchy จอห์น กัลลิยานโน (John Galliano) จากอังกฤษยึดครอง Christian Dior

พลวัตของระบบทุนนิยมโลกยังทำให้ผลผลิตที่มีลักษณะ Ready to Wear เป็นฐานสำคัญของธุรกิจแฟชั่นเครื่องแต่งกาย การผลิตในลักษณะประติประดอยดังเช่น *haute couture* มีอาจดำรงอยู่ได้ ในท้ายที่สุด จุดหมายปลายทางของธุรกิจแฟชั่นเครื่องแต่งกายย่อมไม่พ้น Mass Production นั่นหมายความว่า ตลาดมีบทบาทสำคัญในการขึ้นขึ้นตายธุรกิจนี้

งานแฟชั่นโชว์ครั้งสุดท้ายของ YSL Haute Couture จบลงอย่างอลังการ ณ Centre Georges Pompidou Art Gallery นครปารีส เมื่อวันที่ 22 มกราคม 2545 นับเป็นการจบภาระธุระของนักออกแบบเครื่องแต่งกายผู้ยิ่งใหญ่คนหนึ่งของโลก

สำหรับประชาชนคนไทย ท่านควรคิดถึงอีฟส์ แซ็งต์ ลอว์ร็องต์เมื่อท่านสวมชุด Safari หรือชุดแจ็กเก็ตหนังสีดำ