

THE BANLIEUE GIRL GANG

郊区少女帮派

撰文 _ Silvia Bombardini 供图 _ Ashish 设计 _ Cassie

自从数字时代到来后，全世界可能都在期待聆听因商业利用的无情速度而受挫的青年亚文化的绝唱。社交内容据说已被搬到网上，比起遵循现实生活中的着装要求，网络时代的孩子更愿意花心思制作和扮演其虚拟角色。但事实真的如此，抑或我们再一次成为某种特权观点的牺牲品？通过电影的展示，我们不是从局外人而是从最中心的角度，在新千年一代的独特性和固执己见所界定的斗争中，近距离观察归属于某个紧密结合群体的理想与形象如何保留年轻人不可思议的力量。尤其自然的是，这还是一种姐妹情谊。不久前推出的电影《Girlhood》，让导演Céline Sciamma很快从评论家Leigh Singer那得到了“法国青春焦虑电影诗人”的绰号，而这部电影阐明了一个非常及时、真实而粗糙、越来越有影响力但又幸运地未被开发的现实：以学校为单位的郊区少女帮派。

Sciamma的全黑人演员阵容的少女帮派造型有方向性，但不是无限制的。她们对待陌生的时尚品味时会低声窃笑，会在酒店

房间里伴着Rihanna《Diamonds》的歌声，穿着偷来的裙子对口型唱歌跳舞，甚至连防盗标签都没有拿下来。故事情节伴随新人Marieme接受当地亚文化而展开：将头发做成大波浪而非扎成多条辫子，涂口红，穿皮夹克，戴上金色项链，上面有她们的首领Lady为她起的新街头绰号——Vic，也就是Victoire的简称。尽管如此，她们在打架时会换上运动裤和运动文胸。使用小折刀，挥舞着它来纪念Vic无可争议的胜利。

时尚也一直在追寻。虽然许多品牌在试图挽回，但忠诚度看起来毕竟是一种过时的价值。现在的女装迫切需要的是韧性。新类型亚文化情感当下而非怀旧激发，找到了通向国际男女时装舞台之路，例如Nasir Mazhar或Ashish、Gosha Rubchinskiy或Hood By Air的作品。诚然，服装在搭配趋势时会失去一些影响力，最佳着装还是属于世界各地的时装周人士，但在时装表演末尾，模特集体登场，以无畏团体的整体造型出现，她们的原型是毫无疑问的。尽管在年轻顾客心目中，剪裁和工艺正变得越来越重要，但让21世纪青少年忠实地购买的仍是服装的内在意义。正如Christopher Shannon接受Steve Salter采访时所说：“如果没有自己的话语或观点，运动服就只是运动服而已。”

然而，却是《Girlhood》的少女使人理解了这个论点：比起谈话，她们更喜欢做给你看。她们证明的是，所谓小资、充满个性及迷人妙处的法国魅力已变得陈腐不堪。就连在流行文



Ashish 2015秋冬系列发布



电影《Girlhood》剧照

化中首倡将之拟人化的Caroline de Maigret，也在她撰写的指南《无论身在何处，都可以当巴黎人》(How To Be Parisian Wherever You Are)中嘲笑了这种刻板印象。Sciamma并非将这种坚韧、后个人主义的巴黎青春期思想变化带向大银幕的第一人。尽管去年没有给电影节影迷留下多少印象，Larry Clark关于不羁滑板青年小圈子的故事的《The Smell of Us》，也是这位开创性导演的第一部外国电影，仍吸引了其多年粉丝Jonathan Anderson的目光。今年3月在Colette开始发售的合作摄影集，特写了Clark电影中放荡不羁的年轻演员阵容（肤色仍是白的，当中也只有一个女孩，虽然她其实相当狂野），他们身穿自己搭配的全套服装，服装来自J.W. Anderson现在及以往的早秋时装系列。

也许是Clark的直觉引领他来到法国——毕竟1990年代的邪典电影《Kids》，也是Chloë Sevigny的第一部电影，正是他的作品，而滑板服装出身的主流时装品牌Supreme为庆祝该电影诞生20周年纪念，正在发售一个微型系列——却使《Girlhood》真正打开了一个新方向：不是瞄准城市中心，而是环绕巴

黎的环城大道。与此同时，Vetements等新兴品牌团体在巴黎各处崛起，它们希望反映的正是如Demna Gvasalia接受《i-D》采访时所说，“我们身边的巴黎及其郊区，现在到底是怎么回事”。2015年春季巴黎时装周的官方日程上，还出现了街头服装老将Andrea Crews，他们恰好也是一个设计团体，可以肯定这并非偶然，他们甚至还以一位女设计师为首。态度不仅仅是衣橱，它被亲属关系，有时则是地位等级所界定，我们很难列出帮派女孩造型的关键单品，它从属于不同街区的法则：比如在马赛，她会放弃智能手机，转用小巧翻盖手机——来自夜生活摄影师Ewen Spencer的记录，他在第二期个人志《Guapamente》中捕捉了马赛青年的影像。不过，Andrea Crews的Paris Museum Tour系列里的升级回收裹胸、棒球帽和平脚短裤，呼应了《Girlhood》里的郊区造型。其他流行的必备款包括或带或不带褶边的纯白色短袜，精巧舒适的卫衣，带条纹螺纹饰边的柔滑运动夹克，或饰以背标或锁缝着女性主义复兴标语的卡车司机夹克。标语T恤或运动衫的艺术还未枯竭，而年轻伦敦品牌Être Cécile对此掌握得尤为娴熟，它让任何外地人对巴黎的向往变形并适应这种新态度——借“Girl Gang”、“The Saint-Honoré Girls”及适合大多数巴黎人的法语短句“Presque Parisienne”表达个性。郊区也许还算不上新的左岸，却是法国女性用来表现自我的最新概念，更真实粗暴，更容易接触，也更易引起共鸣。(翻译 _ Shirley Tang 编辑 _ Aroma) ☞



Silvia Bombardini

生活在伦敦的专栏作家Silvia Bombardini关注于时尚、青年文化和电影。她常为《ZOO Magazine》、《DUST Magazine》、博客A Shaded View On Fashion、网站Büro 24/7和设计师推广平台Not Just A Label撰文。她如今成为了我们“Coming of Age”专栏的第二位作者。