

>场景文化丛书<<
孟繁华 主编



宋一苇◎著

午夜沉醉

午夜沉醉午夜沉醉午夜沉醉
午夜沉醉午夜沉醉午夜沉醉午夜沉醉午
午夜沉醉午夜沉醉

中国文联出版社

场景文化丛书<<
孟繁华 主编



宋一苇◎著

午夜沉醉

中国文联出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

午夜沉醉 / 宋一苇著 .-2 版 - 北京 : 中国文联出版社, 2011.2

(场景文化丛书 / 孟繁华主编)

ISBN 978-7-5059-7001-4

I . ①午… II . ①宋… III . ①餐厅—文化—通俗读物

IV . ① F719.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 252400 号

书 名	午夜沉醉——场景文化丛书
作 者	宋一苇
主 编	孟繁华
出 版	中国文联出版社
发 行	中国文联出版社 发行部 (010-65389150)
地 址	北京农展馆南里 10 号 (100125)
经 销	全国新华书店
责任编辑	薛燕平
印 刷	北京隆昌伟业印刷有限公司
开 本	710×1000 1/16
印 张	8.25
版 次	2011 年 2 月第 2 版第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5059-7001-4
定 价	18.00 元

您若想详细了解我社的出版物

请登陆我们出版社的网站 <http://www.cflacp.com>

总序

都市场景文化与文化政治

孟繁华

在革命时期的文化历史叙述中，身体或身体的欲望是一种潜隐或被遮蔽的缺席的历史。这个时期的身体是一个不明之物，或者说对身体及其欲望是羞于言说的。如果不得已涉及与身体相关的叙事，那也一定是敌对阶级的腐朽、丑陋和糜烂。而在革命的历史叙事中身体的叙事被置换为精神领域的事件。20 世纪激进的历史叙事在国家主义的框架内展开，它叙述的主要内容只能限于思想 / 精神领域。即便是同一阶级内异性之间的身体和欲望关系，也被认为是琐屑无聊或无关宏旨的个人事件。身体和欲望的故事始终受到压抑而难以走进历史，与我们遵循的历史叙事原则是有关的。

80 年代以后，“软性文化”开始在“地下”涌动，有趣的是，这个彰显个人欲望的“启蒙者”，是由港台

文化扮演的。邓丽君的歌曲和港台电视剧，“反哺”了大陆大众文化生产并提供了最初的制作模型。随后而来的是商业主义大潮的排天巨浪，都市场景文化如雨后春笋，一夜之间遍地花开。这些场景大多和身体及其欲望相关：影楼、美容院、选美大赛、酒吧、T型舞台、卡拉OK、人体彩绘等，喷薄而出。而这些都市场景文化的主体消费者，也大多和女性群体相关。正是在这个时期，女性主义和文化研究理论进入国门。女性在张扬自我解放，因不慎而成为男性眼中又一道奇异的风景，独白变成展览，平等、自由的争取演变为隐秘的奇观。商业主义的叙事策略和西方新潮理论来到中国，因新奇而急于诉诸实践，结出的却是意想不到的商业主义果实。

都市场景文化，是又一场在全球范围内全面展开的身体的战斗。这也是没有战线、持续不断和花样翻新的战斗，永无休止的身体消费带来了身体永无休止的紧张。与过去对女性身体占有的男性单边战斗有所不同的是，以女性为主体的身体单边战斗开始打响：美容院、健身房、桑拿浴、按摩室等是身体的战场，然后是瘦身、瘦腿、文身、文眉、文眼线、人造乳房、整容直至变性，然后是一条直线的“猫步”、三千宠爱的“选美”、旋转木马般的偶像、源源不断的绯闻、街头摇滚、街头舞蹈、夸张的床上运动，直至“下半身”写作、木子美和网上女教师的裸体照片。都市场景文化渗入到我们生活的所有角落，女性用身体独白，男性用下半身狂欢。身体叙事是现代都市文化生活最核心的剧情，青年女性则是剧情无可替代的主角。

女性的身体制造着时代的时尚，时尚推动着女性的身体故事。但这种叙事和时尚的背后一直潜隐着控制、支配、认同的文化政治，或者说，身体的消费水平和塑造程度已经成为这个时代未被言说的女性“身份”的表征。从全球范围来说，这个时尚不是第三世界和欠发达国家制造的，而是发达国家和强势文化制造的；就某个国家和地区来说，不是边缘群体和底层民众制造的，而是中产阶级引领、制造的结果。^[1]选美大赛1921年肇始于美国，它迅速成为未婚青年女性身体叙事的舞台，也成为男性“合法”地集体观赏女性身体的节日。资料表明，美国针对不同女性举办的选美大赛每年超过了70万场次。专业公司、小城镇商家、大都市实业集团都可



以成为组织者。组织者可以从中获利，^[2]默默无闻的小姐们则可因获奖一夜之间暴得大名，然后走向杂志封面或进军广告、影视娱乐业，从而成为家喻户晓的“英雄”或偶像。选美大赛注重美貌也注重才华，但只有才华没有美貌，可以肯定的是与“美国小姐”绝对无缘。

美貌对女性的重要，在选美大赛中被极端化地叙述出来。于是，女性对自己容貌和身体的关注成为生活中最重要的事情。据调查表明，不同比例的女性开始“经常留意”自己的容貌，想改变自己的体重，想减肥，对腰围感到不安、想改变体形，掩饰年龄，改变大腿、小腿，改变胸部，改变身高，改变肤色、头发、手或鼻子……时尚战胜了造物主。这些“改变自己”的想法并非是女性与生俱来的，她们不得已而为之的原因是文化政治支配的结果。除了选美大赛之外，时装展示是另一种意识形态。在时装设计师那里，他们选择模特的标准几乎无一不是苗条的女子。选美要苗条、时装要苗条、战无不胜的美国女明星也是苗条；女性杂志、电视节目、健康讲座、街谈巷议、节食手册等，所有的声音和图像都在呼唤女性的苗条。^[3]体形的意识形态的制造者不仅征服或支配了民间，同时也支配着学校入学和社会就业。过于肥胖的女生和身材苗条的女生，以同样成绩申请著名高校的比例是1:3。社会就业的比例状况可能还要严重许多。因此，体形的意识形态为社会规定了隐形的测量尺度和评价标准，它是上流社会和底层社会、聪明和愚蠢、健康和病态、勤俭和懒惰、性感和性冷漠的尺度的标准。体形关乎成功、金钱、生活质量以及“出镜率”，被追逐、被赞美、被议论的程度。于是，和体形、身体相关的产业和故事不断被制造出来，减肥药品、健身场所、保健方式、瘦身秘诀、整容整形医院、吸脂术、染发药水、指甲药水、文身、服装业等商业行业开始兴起并兴盛起来。

但是，在美国身体战斗的过程中，在“美国小姐”、影视明星、成功人士走向上流社会然后陷入被制造绯闻，被“狗仔队”盯梢、拍照，被出卖、被暗算、被绑架等烦恼和恐惧的过程中，我们也发现了性别、商业、阶层、身份等文化政治的宰制和支配。这似乎是一个悖论的世界，一方面女权运动和女性主义理论在崛起，解构中心或霸权的声浪此起彼伏，女性的声音由于“政治正确”似乎无往不胜，但消费女性的事业一刻也没有停



止。在世界范围内，对女性的“整体消费”是不合法、起码是不道德的。但对女性“局部”的消费几乎愈演愈烈：女性的面部、颈部、胸部、腰部、腿部、脚、手、眼睛、鼻子、头发等能够展示的部位，每天都大量裸露地出现在电视屏幕、音像或其他媒介上。她们被用于商业目的或其他与女性无关的动机。这种“性别歧视”和男性欲望被隐藏于对“美”的夸张的宣扬中。一方面是性别和商业权力的控制，女性被“自愿”或“合法”地利用；一方面，这些被利用的女性身体为少数女性带来了巨大利益和名声，同时她们又变成了另外一种控制、被效仿的力量和对象，构成对弱势文化群体的宰割。中、下阶层在盲目地羡慕和追逐中失去了独立或自我塑造、把握生活的可能。

在中国，身体的叙事是由中产阶级引发和推动的。中国的中产阶级目前虽然还是一个暧昧的不明之物，但中产阶级的趣味却在全球化语境中提前与国际接轨。大量关于身体叙事的广告、书籍、手册、药品、场所等几乎应有尽有。在《时尚》、《体线》、《瑞丽》、《世界服装之苑》、《精品》、《今日名流》等中产阶级杂志中，打造身体、容貌等是他们推出的核心内容。“中产阶级话语空间的扩张”，是当下中国最引人注目的文化政治现象。它们虽然价格昂贵，甚至超出了大量低收入者的购买能力，但这些杂志不仅存活下来，而且成为文化消费市场抢手的商品。中产阶级杂志的成功是中产阶级话语扩张和“允诺”的结果，或者说，在这一话语中，负载着中、下阶层对未来生活的期待，尽管它并不负责“允诺”的兑现。在获得了“奔小康”的主流意识形态的合法依据后，中产阶级话语在窃喜中实现了它的话语功能。就身体叙事而言，中产阶级女性的“优雅”、“体面”、“匀称”、“靓丽”等，加剧了中、下阶层的焦虑和羞愧。急于投入身体的叙事变成了时代的号角和宣言。

表面上是都市女性自己投入了身体的单边战斗，事实上，任何一种时尚或女性的“自我”要求，都是社会文化政治合力支配的结果。仅就服装时尚而言，“它纯粹是依据男人看女人的方式来解释时尚的，完全忽视了女人作为性别人而进行的主动的自我建构。”^[4]比如“性感区的转换”，“时尚一会儿强调女性身体的这一部分，一会儿强调另一部分，都是为了防止



男人变成性厌烦者。”^[5]另一方面，媒体以合谋的角色参与了时尚的制造。在米兰，每个时装季可能有超过 850 名的记者在报道时装秀。紧随其后的巴黎时装秀上可能有 2000 名记者。争夺新闻界注意力的竞争是惨烈的。仅在巴黎，为期 8 天的时装周就要举行 100 场时装秀。^[6]媒体帝国主义对现代生活的控制已经被揭示，但它播撒时尚的影响力却没有任何力量可以控制。文化研究者已经阐明：“衣服本身色彩鲜亮，线条清晰，显示出一种富于幻想的未来派风格，同时仍然很简洁。但是没有活生生的身体，就不能说这些服装充分地存在。没有运动，这些服装就变得古怪抽象朦胧怪诞。任何东西都不能比这一事实更直接地证明身体在时尚中的重要性。”^[7]这一如专家指出的那样：女性“因为她不能处于自己的地位。她试图用衣服、化妆和首饰把自己遮盖起来。她不能使用自己本身的外壳，所以她必须创造人工的外壳。”^[8]一方面是文化研究学者对女性身体塑造的文化政治的揭示，一方面是包括商业文化在内的文化政治肆意横行的支配。战斗是为了征服，但女性的身体战斗是在妥协的前提下去征服男性和世界的，或者说，她们在文化政治的支配下，在丧失独立塑造和把握个人生活的前提下，去战斗、去征服的。即便如此，女性单边紧张的身体战斗在媒体帝国主义和商业霸权主义的统治下是难以停止的。抑或说，女性身体被文化政治支配的命运几乎就是宿命的。



这套“都市场景文化书系”，在呈现都市最时尚的场景文化的同时，重要的还是怀着警惕、怀疑和批判的视角，揭示这些都市场景文化背后隐含的文化政治的掌控和支配，揭示其“日常生活审美化”背后的商业主义的利益诉求和种种意想不到的“美丽陷阱”。这是现代性的矛盾，也是当代人难以超越的困惑。需要说明的是，书系的作者都是在校的硕士、博士研究生。他们有的是我的学生，有的是我学生辈的朋友。他们在都市生活学习，不仅有文化研究良好的学术训练，更有对都市场景文化感同身受的切实体会。因此，这不是纯粹的学院学术著作，而应该看做是这些年轻人对都市场景文化有切实体会的表达或言说。

2005 年 3 月 8 日于沈阳师范大学中国文化与文学研究所

注 释

[1] 齐奥尔格·齐美尔在《时尚的哲学》中认为：“个性本身与普遍方式相适应，而这种方式本身就社会的立场而言拥有一种个性化色彩，这就以迂回的社会方式弥补了在纯粹的个人方式中被否定了的个性。由于妓女的生活方式属于要被消灭之列，她们反而常常成为新的时尚的先驱。低贱的社会地位使她们对每一件合法的事情、每一种长久的制度有着公开的或潜在的仇恨。她们对外表无休止的求新求变其实天真率直地表达了这种仇恨。在这种对新奇的、前所未有的时尚的追求中，在对异类的不宽容中，存在着一种破坏冲动的美学形式，这种美学形式对那些过着低贱生活的人而言是一种特别的因素，只要她们的内心还没有完全被奴役的话。”（见罗钢、王中忱主编《消费文化读本》，中国社会科学出版社 2003 年版，254 ~ 255 页。）但在中国，由于妓女身份的不合法性，妓女制造时尚的机会和可能性是极小的。

[2] 2004 年 2 月，一个新的网站在北京注册成功。这个网站的域名是 www.misschina.com.cn（中国选美网）。打开网页一组数字，令人无比震惊：广州：通过“美在花城”的选美活动，仅主办此次活动的电视台 2003 年总收入大约 2500 万元，总体支出大约 1100 万元，毛利 1400 万元，毛利率为 127%；三亚：三亚市长陈辞在“世界小姐”总决赛的记者招待会上表示：“希望通过这次活动令三亚更为世界所认识，并期望活动可为该市带来 1 亿美元的收入。”湖南：2002 年度星姐选举中，湖南娱乐频道收视率从平时的 4.1% 左右飙升至 15.2%，平时的市场份额 9.7%，星姐选举期间升至 24.3%。2003 年度星姐选举总冠名费 240 万元，单项冠名 70 万元；在海南第 53 届世界小姐总决赛上，一套最佳位置的看票竟拍出了 2.8 万美元的天价，创下中国商业演出及各类赛事的历史最高记录。（见《北京纪事》2004 年 2 期。）

[3] 蔡骥、孙有中：《现代美国大众文化》，中国经济出版社 2000 年版，230 ~ 231 页。

[4][5][7] 伊丽莎白·威尔逊：《时尚和后现代身体》，罗钢、王中忱主编：《消费文化读本》，中国社会科学出版社 2003 年版，297 页，300 页。

[6] 纳塔莉·卡恩：《猫步的政治》，同上，306 页。

[8] 加亚特里·斯皮瓦克：《重温法国女权主义：伦理与政治》，王逢振主编：《性别政治》，天津社会科学院出版社 2001 年版，137 页。

目 录

总 序

导 言 /1

主角的退去:

一

“吧”的出位秀 /3

醉入另类空间:

二

异托邦里的黑色游戏 /26

酒神醉了:

三

与狄奥尼索斯干杯 /50

四

杯中晃动着倒影：

自我身份的多副面孔 /68

五

欲望狂欢节：

消费的欲望与欲望的消费 /77

六

时尚的双重面孔：

当酷成为一种流行 /94

七

放浪的美学：

艺术的实验工场 /114

导言

酒吧大众文化场景解读

不知从何时起，泡吧已成为都市的流行时尚，泡吧已成为时尚生活的关键词。泡吧意味着前卫，意味着时尚，意味着青春，意味着生活在都市。应时尚而生，不仅各式各样的酒吧遍布着都市的大街小巷，以酒吧为主页，以吧为词根，还生出许许多多的相关链接：迪吧、网吧、书吧、影吧、茶吧、聊吧、氧吧、陶吧、泥吧等等。“吧”就像都市中一块块色彩斑斓的积木，堆积在人们的生活周围，构筑起一个个空间和场景。

不管你去没去过酒吧，喜欢也好不喜欢也罢，酒吧已成为都市生活中一个时尚的空间场景，酒吧已成为繁华都市的流行风景。这道风景，光怪陆离、移形换影，迷离而神秘，别致而时尚，异样而另类，狂放而沉醉。

泡吧已成为都市夜生活的一种方式。在孤独寂寞的夜晚，找一间熟悉或陌生的酒吧，喝上几杯，听一听或

清或浊的音乐，摇一摇或轻或狂的舞姿。在杯光盏影的迷离中，眼前闪烁着灯红酒绿，四处晃动着红男绿女，经意与不经意之间，去体验一种醉意的朦胧。醉了，因为寂寞。寂寞，就去泡吧。多亏有了酒吧，寂寞也变得如此迷醉而又时尚。

来吧朋友，相约酒吧。该忘的忘了吧，该放的放下吧。想畅饮你就干杯，想疯癫你就疯癫，一种释放的感觉，一种兴奋的汁液，一种另类的空间，带给你异样的体验。有了快感或痛感你就喊、就叫，这才叫爽而且酷，潇而且洒，顽而且皮，狂而且放。在都市，在酒吧，就这样体验前卫，就这样体验时尚，就这样体验生活。经常有人说生活在别处，别处在哪里？别处在酒吧。

也许，还没来得及去想；

也许，还没来得及去问；

也许，根本就用不着想也用不着问。

酒吧在何时变成了一种时尚？

谁的酒吧？出入酒吧的都是些什么人？为什么他们泡得如此沉醉？

酒吧是我们生活的必需，还是生活的奢侈？

酒吧是一种文化吗？如果是，它是文化的妥协，还是文化的叛逆？

酒吧是我们生活的残缺不全，还是这残缺不全的生活补偿？或许，就是这残缺不全的本身。



主角的退去： 「吧」的出位秀

经常出入酒吧的人也许很少会有心情去了解酒吧的来龙去脉。

在我们斑斓模糊的记忆里，酒吧是西方都市影集中一幅幅频繁出现的历史老照片。伴随工业革命的高歌猛进，从十八世纪到十九世纪，一座座繁华的都市从西方的地平线上拔地而起。酒吧也仿佛在一夜之间成了这繁华都市炫耀展览的橱窗。

然而，酒吧有着怎样的历史？它在何时出现？为何出现？又如何繁荣发展起来的？对此，我们却所知甚少。

说起酒吧的历史，还得从“吧”这个词说起。也许通过对这个词的知识考古，可以捕捉到一些酒吧浮出的历史面影。“吧”英文为“bar”，它的本义是指一个由木材、金属或其他材料制成的长度超过宽度的台子。中文里“吧台”一词是一个独特的中英文组词，因为，吧即是台，台即是吧。顾名思义，酒吧也就是卖酒的柜台。

那么，卖酒的长柜台是如何进入酒馆并喧宾夺主一跃成为酒馆里的主角？在这一喧宾夺主取而代之的过程中，“吧”在酒馆的舞台上，成功地表演了一个出位秀。它使“吧”的含义逐渐超出了柜台的狭窄范围，而延展为一个空间、一个场所或一种结构与功能。今天，当我们提到“吧”时，几乎已没有了原初台子的含义，而主要是指一幢房子、一个空间、一个场所。“吧”因此也就开始招摇在都市的大街小巷。随着“吧”的词义扩展与延伸，出现了迪吧、网吧、聊吧、陶吧、茶吧等新的造句组词。出位秀不仅让“吧”成了酒馆的僭越者，还让“吧”从酒馆延展到更广阔的城市舞台空间。

我们知道，酒吧的主人——酒馆无论在西方还是在东方，都已有相当长的历史。酒馆作为大众平民的公共消费场所，桌椅板凳是必备的，但吧





台或柜台却是可有可无。在今天，我们也经常会光顾没有吧台或柜台的小酒馆。让我们感兴趣的是吧台以怎样的方式进入酒馆，并成了主角。虽然吧台逐渐在酒馆里占据了显要的位置，但与馆或店相比，“吧”毕竟只是一个小小的长台，它为什么能取酒馆而代之，成功出位并占尽风光。这不能不说是一个令人费解又饶有趣味的问题。

一种称呼的改变，一个词语的流行，仅从语言的功能所指上来分析是不够的。语言的变化与流行经常反映着时尚生活的流变，表明当下的生活态度、价值取向、行为方式发生了改变。革命年代人们互称“同志”，开始只限于同一团体、组织、政党或有共同理想追求的人，后来这一称呼泛而广之，人们之间都以“同志”相称，它表明革命已成为时代的风尚。告别革命，进入商品经济时代，人们逐渐丢弃掉了那些老旧的称谓，开始以“先生”、“老板”相互称呼。这种词语称呼的变化可以说是监测时代变化最好的晴雨表。

酒吧取代酒馆的过程同样反映着都市生活发生了某些微妙的变化。为了更好地把握住这些微妙变化的来龙去脉，以及其中隐含的时尚趣味，下面的考察，或许能让我们捕捉到“吧”出位的一些内在历史缘由。

酒馆的吧化与社会的商业化同步进行，它迎合了商业时代的消费时尚，酒吧变成了商业时代的时尚消费空间。

19世纪以前，商品的生产与流通处于不发达的低级阶段。小生产维系着自给自足的生活，人们从集市或小铺店购买一些有限的生活必需品。集市交易构成商品交换的一般形式。随着大工业生产的蓬勃发展，随着大都市的崛起，乡村式的集市贸易已难以满足都市的消费需求，于是，崭新的商业模式在大都市建立起来，百货大楼鳞次栉比，环境舒适的商店、商场让人流连忘返，更有发展到今天的大型超市、购物乐园、连锁店等等。商店、商场在都市的繁荣发展，使商业化成为进入人们日常生活的流行时尚，它成为都市化生活的时髦标签。

当一种时尚普遍流行于社会，成为人们憧憬、向往、仿效、追求的目标时，这种时尚就会施展一种魔力，释放出一种诱惑，使整个社会生活进入时尚着魔的状态。社会的时尚着魔会潜移默化地影响和改变人们的生活

