



成都酒吧：城市符号文化

龚莉萍

2500年，没有改过名字；2500年，没有迁移过城址，在中国的大中城市中有两个，一个是扬州，还有一个就是成都。成都自古就被誉为天府之国，是一个拥有1300万人口，具有两千多年文明史的古城，被新锐杂志《新周刊》评为“中国第四城”。著名导演张艺谋为成都拍摄城市宣传片时就盛赞它是“一座来了就不想离开的城市”。

偏处西南一隅的成都究竟有什么样的符号魅力吸引着各方的来客呢？除了“三美”——美女、美食、美景外，还有那散落在巷陌中的上千家酒吧。它们是一座城市最敏感时尚末梢，代表着一座城市的气质。因为它，成都才有了突兀的个性。成都，堪称中国魅力酒吧的一张名片。

成都酒吧的发展大概始于20世纪80年代末，从清吧、迪吧到慢摇吧的历时性转变，折射出了成都人悠闲自在的共时文化心态。成都人偏爱这些可以彻底放松自我和张扬个性的乐园，有的如原始洞穴，有的宛若英国皇室的客厅，有的似美国西部牛仔的宿营地，有的像一艘巨大的航船，有的像一个收藏馆，老照片、油画、手枪或陶器在各地陈列……几乎人人都能在不同的酒吧里找到自己的梦想，于是一场符号文化消费的饕餮之战激情上演。

一、“酒吧”的外延

清吧是相对的纯酒吧，格调优雅、音乐舒缓、客人间以交谈为主。客源主要是年纪稍大、有丰富生活阅历的人。他们或许有生活的苦恼，或许憧憬美好的明天。他们泡吧的目的不是为了找刺激，而是找一个富有人情味儿、可以把酒谈心、交朋结友或从容沉思、优雅怀旧的场所。

迪吧是一部分酒吧向夜总会的蜕变，客源多是30岁以下的年轻人。他们的热情需要释放，精力需要平衡，有事没事跑到迪吧去狂歌劲舞一番，痛快而惬意。迪吧节奏十分强劲，酒精染红了年轻人的亢奋情绪，灯光如闪电般刺激而鬼魅，踩着震得心跳加速甚至呼吸紊乱的巨声乐点，在偌大的舞池里扭得波浪翻涌，在靡靡的幻彩灯下产生要冲上云霄的幻觉。

也许是清吧太过沉静，迪吧又太过劲爆，“慢摇吧”这个新符号的出现暗示了玩家们口味的回归。“慢摇吧”客源多是25岁以上、有一定文化修养和思想的人。那么“慢摇”是个什么符号呢？一开始我以为，“慢摇”是用温柔摇动的音乐缓和大家内心的不安与焦躁。可是我去了以后在吧台跟几位客人交谈才发现，他们几乎都把慢摇吧理解为“慢慢地摇吧，不要太激烈”。是啊，美酒在手，交流不停，在高吧桌前轻啜几口芝士，随着音乐晃动身体，可以与身边的陌生人窃窃私语，也可以跟亲近的人放声大笑，扯几句无关痛痒却让人放松的闲话，确实让人身心愉悦。

慢摇吧是眼下最时兴的一种酒吧形式，它有三大标志：精致装修与暧昧环境、时尚音乐与适度放纵、品牌酒水与漂亮吧女——在环境氛围上，精心营造空间布局和内部装饰，以LED、光纤等为背景基础光，换色灯、电脑效果灯为主光，配合慢摇音乐风格的节奏同步设定；现场DJ是其灵魂，注重现场气氛的释放，以电子舞曲为主，节拍的韵律与心跳频率相似，常用HOUSE、R&B及HIP-POP，也有串烧DISCO；酒水是慢摇吧的主角，你不仅可以品尝到老板从世界各地采购回来的啤酒和洋酒，专业培训的调酒师也可以为你配出任何一

种你想要的味道，加上各色美女穿梭其中，味觉、视觉、触觉都得到极大满足。“慢摇吧”是成都酒吧的新血液，它将潮流音乐、酒吧文化与现代人的生存心理有效地融为一体，属高档次的休闲享受。

2006年新开的十余家慢摇吧，让成都的酒吧风景渐成气候。

二、“酒吧”的内涵

先说说成都非常有特色的几个清吧：

空瓶子：很多人空有千言万语，却不知如何表白，这里有一种装载心情、传递浓情的最好表达方式。客人可在瓶差处购买空瓶子，将此刻的心情写在字条上放入瓶中，把瓶子存放在小吧台处，确定开瓶日期和开瓶人后，吧方会替客人通知特定的人来开瓶，阅读客人的心声。

音乐房子：集结了蓉城的主流乐队，能听到最有实力的原创音乐（张靓颖成名前就在这里驻唱）。周三、周六有花式调酒，每两周有一个主题音乐活动，是国内外的主流音乐和成都地下音乐交流的平台。

阿伦故事：以古朴、粗犷的西藏民族风格为依托，融汇中原文化与现代艺术思潮。每张吧桌的上方都有一个本桌的电话短号，客人先用吧桌上的电话拨给周围的吧友进行电话交流，有感觉的才坐在一起喝酒谈天，避免了当面交谈话不投机的尴尬。每逢周三有英语角，周六有单身派对，节假日都有各种活动。

小酒馆：不收门票，不设最低消费，是地下摇滚乐队的集中营，老板唐蕾被誉为“摇滚教母”。一拨热爱摇滚的年轻人把这地下摇滚之穴比作情人。老板的先生是一位颇有名气的画家，酒馆里挂满大大小小风格各异的画，仿佛是艺术家的天堂。

再说慢摇吧，慢摇吧是定位于有相当消费能力的白领小资的主题酒吧，是文化人的新据点。它为喜爱音乐、崇尚自我、渴望交流的白领一族提供了一种新的解压方式。被禁锢在钢筋水泥里的白领小资们时常感到内心孤独。下班后邀上三五好友，听着美妙的音乐，品着可口的洋酒，述说昨日情怀；或者暂时做个失忆的人，认识一些比较“谈得来”或者“有感觉”的朋友。其间不管冬夏，美女们都身着薄

如蝉翼的轻纱，嫣红妖蓝穿梭其中，气氛油然而生，成为慢摇吧的亮点。人们很容易产生跟随音乐轻轻舞动的强烈欲望。这是一个曲高但并不和寡的文化圈子。

慢摇吧的功能是宽幅的，首先它兼具卡拉 OK 厅的功能：除了有传统的酒吧乐队驻唱，还为喜欢自我展现的客人设了 KTV 包间；其次还兼具舞厅的功能：座位上、吧桌旁、走道上，到处都是玩家们展现舞姿的舞台，想跳就跳；然后还具备餐厅的功能：成都人好吃，个个都是美食客，西洋情调的慢摇吧里不仅有正宗川菜，还有各种风味小吃；最后还兼具冷饮店和咖啡馆的功能：不喝酒的人也可以来。功能如此宽幅的娱乐圣地，仿佛就是为玩家们量身定做的，什么人都能在这里找到轻松快乐的情绪因子，让人流连忘返。

第一次来到慢摇吧的时候，很多指示符号对我来说都是无解符号。朋友叮嘱我要记住几位特殊职业者的所指，以免发生误会——鸭子（所指的是“男三陪”）：多在右手的小指带戒指，火机压在红色烟盒下，常点柠檬果汁；出台（所指的是“女三陪”）：食指带戒指，不戴项链，短裙长靴，常点烈酒；药贩（所指的是“卖 K 粉的人”，K 粉是一种药性低于摇头丸的兴奋剂）：中指带戒指，松垮服饰运动跑鞋，常点啤酒。

另外还有一些暗语，这些姿势语的编码原则不算复杂，但是玩家们务必要按照慢摇吧的解码原则去解码，否则会闹笑话：

男士：把一盒香烟置于桌面：将其中两根抽出并露出烟嘴，然后把一个打火机放在烟盒上面。

隐喻：今夜是否有 MM 为我点火？

如有 MM 过来，男士感兴趣的话就抽出其中一根，MM 自会抽出另一根，然后为男士点火；男士如不感兴趣就把香烟推回烟盒中，MM 自会离去。

女士：点一杯热咖啡，然后把糖包放在咖啡旁边，用咖啡勺不停来回搅拌。

隐喻：今夜是否有 GG 为我加糖？

如有 GG 过来，女士感兴趣的话就撕开糖包，把糖倒进去，开始喝咖啡；MM 如不感兴趣，则继续搅拌咖啡。

慢摇吧这些特殊职业者、暗语等符号编码的手法，颠覆了形式与意义之间的社会惯例，它任意地组合出能指与所指的对应关系，强调用新的可替换的形式去表达意义。每一次编码就是一次新的尝试，其解码一旦被大众所接受，就会成为一种新的转义，成为一种“锚定”的酒吧文化符号。

三、“酒吧”的神话

鲍德里亚提出的“符号价值理论”认为：“为了某种社会地位、名望、荣誉而进行的消费是符号消费。”^①一件商品，无论是一辆汽车、一款大衣还是一款红酒，这些指示符号都具有彰显社会等级的功能，隐藏着符号价值。为了吸引来回穿梭的漂亮MM的注意，吧桌上必须先摆上一瓶够档次的酒。“窖藏十五年”的苏格兰威士忌，一口价“388元”，要够档次就必须先接受“388元”这个暴力符号的强奸，也只有这样，才能增加玩家们的象征资本（symbolic capital）。在某种意义上说，这瓶窖藏威士忌属于奢侈品，玩家的心理暗藏着“凡勃伦效应”：东西只有越贵才能越好，信奉“不买对的，只选贵的”。

罗兰·巴尔特也把符号学引入文化研究，提出了“神话”（myth）^②概念，即神话是一种渗透了意识形态的符号文本。比如我们在吧桌上看见红玫瑰就会想到爱情，这就构建了一个“神话”。神话好似隐喻，限定符号的多元释义。我在酒吧考察的时候发现，“酒”能诠释玩家心境，凸显酒吧气质，酒吧总想在酒水组合与玩家的心绪、感情、气质等之间建立一种天然的“神话”联系，让某类酒水组合成为某种心情或某类玩家的象征符号，把酒水与玩家的关系“神话化”。我们这里研究单位符号的横组合与纵聚合关系，逐步解构意识形态在“神话”中的运作方式，以解码其深层意义。

^① [法] 让·鲍德里亚著，刘成富、全志钢译：《消费社会》，南京大学出版社2001年版，第26页。

^② [法] 罗兰·巴特著，许蔷薇等译：《神话——大众文化诠释》，上海人民出版社1999年版，第3页。

在酒吧里娱乐，横组合里除了跳舞、飙歌、玩筛子、看美女以外，还有一个决不能缺席的符号就是“酒”。下面我试着从酒吧里目前最流行的调酒搭配来解码“酒”的符号文化——

1. 芝华士+冰绿茶+苏打：适合心情愉快的客人，表达快乐的情绪

在一股仙风道骨的茶香中，清凉爽滑的液体滋润了干燥的喉咙。威士忌本身是一款很烈的酒，净饮的话几乎就是烧着喉咙下肚，所以调酒师一般会给客人勾兑一倍的苏打水。此外还要勾兑冰的绿茶，这个聚合是窄幅的，以“康师傅”这牌子的为好，且一定不能用冰红茶。

2. 伏特加+橙汁：适合有失落感的客人，表达孤寂的心情

伏特加总让人联想起一片苍凉的西伯利亚，《苏州河》里男女主人公也一直在喝一种有一根野牛草泡在里面的伏特加。它与橙汁的混合能让人有一种孤独的苍茫感，适合在工作中遇到坎坷，感情上遭遇冷战的客人。

3. 纯白轩尼诗+苏打：适合优雅有情调的客人，表达浪漫的情绪

轩尼诗是法国白兰地的四大品牌之一，法国人一向以此为骄傲，它被自尊的苏打水一中和，性情似乎也变得柔和了些。品这样的酒，能散发出一种优雅的韵味。

4. 兰姆酒+毡酒+汤力水：适合爱喝酒、酒量好的客人，表现豪迈的性格

兰姆酒和毡酒都很烈，混在一起更是火焰熊熊；两款酒都很清澈，合在一起也还是平静如水。所以，喝这种酒的客人不怕火也不怕水，敢打敢拼、好恶分明、性情豪迈。当然，敢于点这款酒的客人也需有好的酒量做支撑，否则两杯下肚后就原形毕露。

5. 百利甜酒+牛奶/苏打水：适合追求生活品质的女士，表达或甜蜜或忧郁的情绪

女人喝酒的韵味不同于男人：老女人饮酒总给人潦倒失意的感觉，中年女人饮酒的豪迈常让人顿叹生存的艰辛，唯有年轻女人轻啜浅尝后脸上一抹醉红令人心神摇荡。这款调酒的聚合是故意迎合女

士：甜酒细腻芬芳的醇香暗示母性的柔美，牛奶温润洁白的质地暗示女性的娇媚，苏打水不甘平庸的性格暗示了女性追求生活品质的执著，或甜蜜，或忧郁。

6. 百加得朗姆酒+可乐：适合有一定修养的知识分子，表达厚重的感情

这仿佛是一款有革命激情的聚合，古巴桀骜不驯的百加得朗姆酒碰上了崇尚自由的美国可乐，才发现这世界的冲突漩涡中也有些可爱的和谐，就好比卡斯特罗和克林顿都喜欢雪茄，何况这还是一杯“自由的古巴”。从事“革命工作”的客人，能在这款组合里找到自己。

7. 龙舌兰酒+柠檬+盐：适合把酒谈心的好朋友，表达真诚的感情

这是龙舌兰最正统的喝法，喝起来感觉很江湖，很受年轻人的追捧。记得我看《生于七月四日》时，墨西哥还有一款龙舌兰酒，每个酒杯都泡了一条虫子，人们一口把酒吞下，再狠狠地将虫子吐出来，很酷。

意识形态一旦介入，这些所指就将“酒”的符号释义神话化了，其内涵意义冻结了所指意义的多样性。巴尔特认为，“神话就是让偶然释义披上自然合理的外衣，并让偶然事件以永恒的面目出现。”并且认为“这个过程就是资产阶级意识形态的过程。”^①也就是说，“神话”自然化了它所建构的符号关系，将符号文本锁定在某些特定的意义上，这种“锚定”删除了其他的意义，解除了不确定的疑惧。但为什么锚定这些意义，就必须从意识形态的角度来解释：成都是休闲之都，处处洋溢的都是休闲的生活姿态，酒的上述“天然感”中隐藏着意识形态的运作。

四、结语

综上所述，在消费社会里，酒吧符号存在于一个特定的文化系统

^① [法] 罗兰·巴特著，许蔷薇等译：《神话——大众文化诠释》，上海人民出版社1999年版，第12页。

之中，它暴露出现代人被压抑被封锁的某些阴暗面，折射出社会制度的某些潜规则。酒吧符号将娱乐文化演绎到所谓“符咒化”的水平，便具有一定的神秘性，也就具有了特殊的传播活力。在成都，酒吧已经符号化为城市名片的一部分，这个符号与成都“休闲之都”的口号建立起了对应关系，它升华了“酒”与“乐”的品位，是一种增加了城市文化价值的符号，它不仅是展示成都城市风貌的标本，而且是积极创造“城市文化价值”的活资本。