

Bobos in Paradise

The New Upper Class and How They Got There

By David Brooks



新视线
New Vision

[美] 大卫·布鲁克斯 著 徐子超 译 中国对外翻译出版公司

BOBOS

布波族：一个社会新阶层的崛起



★ 《哈佛商业评论》十大好书 《纽约时报书评》畅销书

Bobos in Paradise

The New Upper Class and How They Got There

By David Brooks

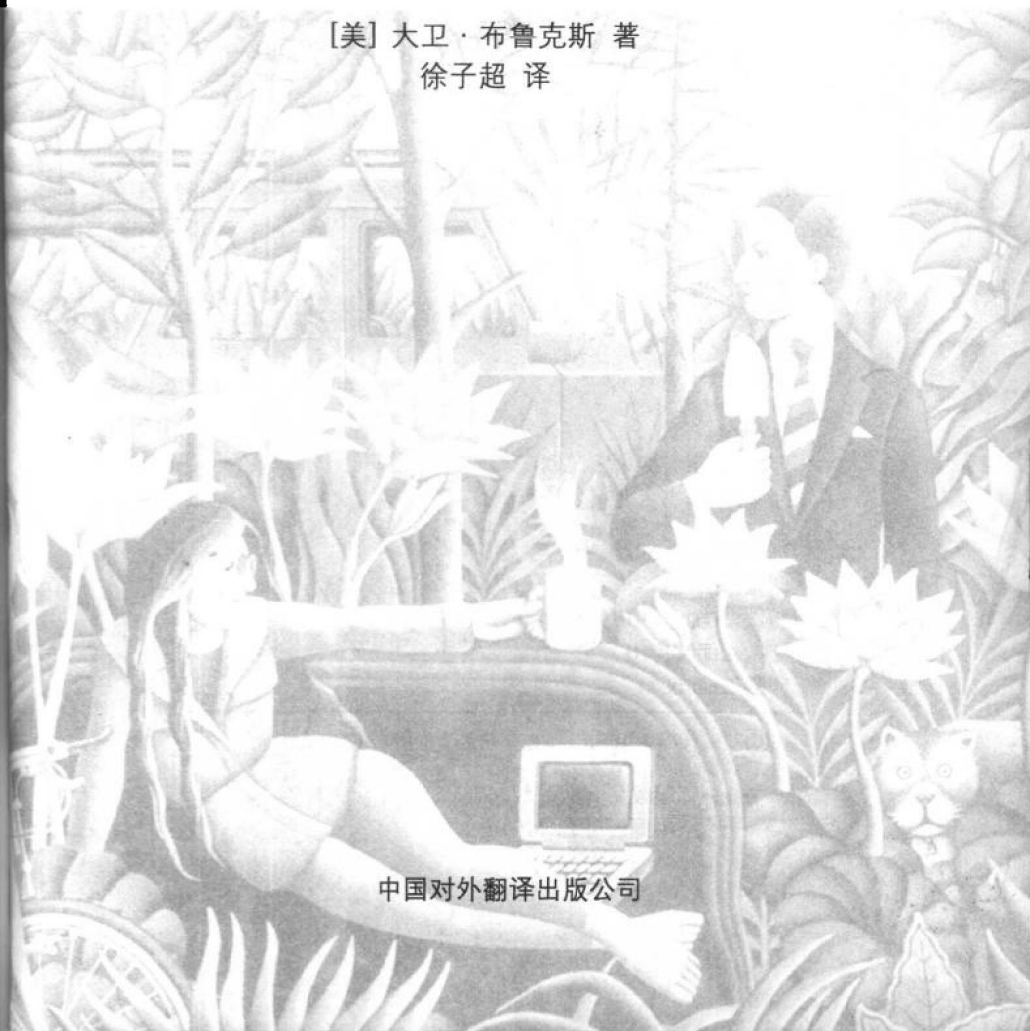


BOBOS

布波族：一个社会新阶层的崛起

[美] 大卫·布鲁克斯 著

徐子超 译



中国对外翻译出版公司

图书在版编目(CIP)数据

布波族:一个社会新阶层的崛起/(美)布鲁克斯著;徐子超译.

北京:中国对外翻译出版公司,2002.10

书名原文:The New Upper Class and How They Got There

ISBN 7-5001-1051-0

I.新… II.①布…②徐… III.阶层 研究 美国 IV.D771.261

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 078115 号

(著作权合同登记:图字 01-2002-5066 号)

Bobos in Paradise—The New Upper Class and How They Got There

Copyright(c)2000 by David Broods

出版发行/中国对外翻译出版公司

地 址/北京市西城区车公庄大街甲 4 号物华大厦六层

电 话/(010)68002481 68002482

邮 编/100044

传 真/(010)68002480

E-mail:ctpc@public.bta.net.cn

http://www.ctpc.com.cn

策划编辑/铁钧

责任编辑/李长山

责任校对/王强

封面设计/点石堂

排版/点石堂

印刷/北京海淀求实印刷厂

经销/新华书店北京发行所

规格/880×1230 毫米 1/32

印张/10.125

版次/2002 年 10 月第一版

印次/2002 年 10 月第一次

印数/1-10000

ISBN 7-5001-1051-0/G·349 定价:21.80 元



版权所有 侵权必究

中国对外翻译出版公司

**布尔乔亚 (bourgeois) + 波希米亚 (bohemian)
= 布波族 (BOBOS)**

在这个年代里,创意及知识和自然资源与金钱资本对经济上的成功是同等重要的。信息的无形世界和金钱的有形世界产生了融合,两者结合起来产生的新名词如“智慧资本”和“文化资本”都成了当红流行的语汇。所以,在这个时代能够崛起的人就是那些可以把创意和情感转化成产品的人。这群高学历的人一脚踏在创意的波希米亚世界,另一脚则踩在雄心勃勃和追求世俗成功的布尔乔亚王国中。我们称这群精英为布波族(BOBOS)族。

《纽约时报》

本书对布波族这个新兴统治阶层与其利己的作风，做了辛辣而有趣的正确描述。

《纽约时报书评》

使得本书颇具说服力的原因，除了所透露出来的信息和几近完美的幽默感之外，还来自于作者本身承认自己也是布波族的一员……饶富趣味和机智。

《华盛顿邮报书的世界》

布鲁克斯指出这个新社会精英族群的显著特色，他的描述准确而且机敏。

《波士顿周日环球报》

布鲁克斯论述布波族消费行为的那一章，观察敏锐而又趣味盎然，凡曾经光临过星巴克咖啡店的人，应该会对这篇文章心有戚戚。

你是布波族吗？

你相信花 150,000 美元在媒体中心上是浪费，但是同样花 150,000 美元在石板搭成的淋浴间上是融入大自然禅意旋律的表现吗？

你最近重新装潢的厨房看起来像是个有管的停机坪吗？

你买冰箱时，取決的条件是只有冷冻还不够酷吗？

你在那种每个人都穿戴着登山鞋和滑雪眼镜，好像刚从积雪 400 米的停车场走进办公室的时髦网络公司上班吗？

你认为你的学历和那些刊登在《纽约时报》婚庆栏上的光鲜亮丽的情侣们的资历可以平起平坐吗？

如果你对上面任何一个问题回答“是”的话，那么你可能就是今日最新阶层的一分子。

即使你不是，你也最好把眼睛放亮一点儿，因为这些布波族定义了我们所处的这个时代。

引言

布尔乔亚 + 波希米亚 = 布波族

这本书是以一连串的观察开始的。在四年半的海外生涯之后,我带着全新的眼光回到了美国,并且遭遇到了一连串的奇特对比。盎格鲁撒克逊裔白人新教徒(简称“沃士波”)住的高级住宅郊区忽然点缀着附庸风雅的咖啡店,里头的人们啜饮着小杯的欧式咖啡,听着另类音乐。同时,波希米亚风味的市中心社区则充满了百万价位的挑高楼层和高档的园艺商店,里头卖的小铲子可能要花上你三百多元。忽然之间微软或盖普(Gap)服饰等大公司都冒了出来,在它们的广告上则引用了甘地和凯鲁亚克(Jack Kerouac)的话语。等级的规则似乎完全颠倒了。时髦的律师开始戴起了细小的金属框眼镜,因为显然现在看起来像卡夫卡比像保罗·纽曼感觉起来威严得多。

最让我无法置信的事情是,过去的分类方式已经没有

意义了。整个 20 世纪以来,要区分小资情调的布尔乔亚世界和波希米亚反叛文化是轻而易举的事情。布尔乔亚资产阶级是那些一丝不苟、脚踏实地的人。他们捍卫传统和中产阶级的道德观。他们在大公司上班,住在郊区,礼拜天会上教堂。另一方面,波希米亚性格的人则是那些藐视传统的率性任情者。他们不是艺术家就是知识分子,反正就是嬉皮士一族和垮掉的一代。波希米亚人崇尚 20 世纪 60 年代的激进价值观;布尔乔亚人则是 20 世纪 80 年代积极进取的雅皮。

但是,在我回到美国之后,却发现布尔乔亚人和波希米亚人已经完全混在一起了。现在,要把啜饮浓缩咖啡的艺术家和猛灌卡布其诺咖啡的银行家区分开来,几乎是不可能的。而这不只是流行配件的问题。我发现如果你深入去调查他们对性、道德、休闲生活和工作的态度,你会发现要区分反现有社会体制的叛逆分子和拥护现有社会体制的公司人越来越不容易。大部分人,至少大学毕业的那些人既叛逆不羁又夤缘上爬。抛开期望和逻辑不谈,现在的人似乎已经把反叛文化的 20 世纪 60 年代和积极进取的 80 年代融合成单一的社会风气了。

在经过一番采访和研究之后,我才恍然明白自己看到的事情,事实上是信息时代所造成的一种文化影响。在这个年代里,创意和知识至少和自然资源与金钱资本对经济上的成功是同等重要的。信息的无形世界和金钱的有形世界彼此融合,这两者结合起来产生的新名词如“智慧资本”和“文化产业”都成了当红流行的语录。所以,在这个时代能够崛起的人就是那些可以把创意和情感转化成产品的

人。这些高学历的人一脚踏在创意的波希米亚世界，另一脚踏在野心勃勃和追求世俗成功的布尔乔亚领域当中。这些新信息时代的精英分子是布尔乔亚的波希米亚人，取两者的第一个字，我们姑且称他们为“布波族”(Bobos)。

布波族造就了我们的时代。他们是新的权势集团。他们的杂交文化是我们呼吸的空气。他们的社会地位准则掌控了社交生活，而他们的道德规范也主宰着我们的个人生活。当我用“权势集团”这个名词的时候，听起来有点邪恶和精英主义的意味。不过先让我解释一下，我也属于这个阶层，我相信作为读者的你也应该和我一样。我们没那么坏。每一个社会都有精英阶层，而我们这一代靠教育养成的精英阶层比过去靠血统或财富武力划分的精英阶层要文明得多。不论我们这些有教养的精英阶层到哪里，我们都试着让生活变得更有趣、更多样、更具启发性。

这本书就是描述这个精英阶层的意识形态、生活方式和道德观。我先从表面事情开始谈起，之后再慢慢由浅入深。在用一个章节对这个富裕又有教养的阶级追本溯源之后，我会描述他的购物习惯、企业文化，他的智力生活、社交生活和精神生活，最后，我会试图找出布波族精英分子未来的方向。我们接下来会将注意力转到何处呢？在整本书当中，我常常试着回顾 20 世纪 50 年代中期的世界和想法。那是因为 50 年代是工业时代的最后 10 年，而对照当时和现今的上层文化是非常明显而具启发性的。除此之外，我发现许多帮助我了解当今这个阶层的参考书都是在 1955 年到 1965 年之间出版的，这段时间大学入学风潮才刚开始，对许多思潮和趋势都有很重大的影响。像《组织人》(The

Organization Man)、《美国大城市之生与死》(The Death and the Life of Great American Cities)、《富裕社会》(The Affluent Society)、《攀权附贵者》(The Status Seekers)和《新教徒权势集团》(The Protestant Establishment)等都是最早开始描写这个新阶层特质的文献,而当20世纪60年代的狂热和泡沫消失殆尽时,20世纪50年代的思潮仍不断在我们耳边回响。

最后要说说这本书的基调。这本书里并没有太多统计数字。韦伯(Max Weber)不用担心我在变什么把戏,我只是试着用所谓“幽默社会学”的语调描写人们的生活方式而已。重点是把握文化模式的精髓,捕捉时代的气息而不作过分精确具体的阐述。我常常开我这个阶级社会礼节的玩笑(有时候我觉得我可以把自嘲当作一种事业),但是平心而论我是支持所谓布波族文化的。不论怎样这个新的权势集团都将主导世界未来好一段时间的基调,所以我们只有了解它,才能好好面对它。

作者简介

大卫·布鲁克斯

《标准周刊》(*The Weekly Standard*) 的资深编辑；《新闻周刊》(*Newsweek*) 的投稿编辑；NPR以及莱雷尔新闻节目的评论员，曾担任《华尔街日报》的记者与编辑。其文章常见于《纽约时报》、《华盛顿邮报》以及《纽约客》、《最佳投资》、《新共和》(*New Republic*)、《评论》(*Commentary*) 等杂志与其他出版品。

译者简介

徐子超

台湾大学工商管理学系学士，辅仁大学翻译学研究所硕士，现任专业翻译，《商业新闻周刊》特约编辑，译作有《一千零一网》(与张介英先生合译)。

你是布波族吗？

过去区分小资情调的布尔乔亚和反叛文化的波希米亚是轻而易举的事情，布尔乔亚阶层在大企业工作，穿着灰色的西装，礼拜天会上教堂。而波希米亚人多半是艺术家和知识分子。波希米亚崇尚60年代嬉皮士的自由价值观，而布尔乔亚则是80年代积极进取的雅皮士。

但是今天，布尔乔亚和波希米亚人已经混合在一起了，就像大卫·布鲁克斯在这本描写美国高层文化的趣味著作里提到的一样。现在要把饮浓缩咖啡的教授和猛灌卡布其诺的银行家分门别类已经没有那么简单了。

让你随着阅读信息时代经济的新主导阶级而微笑或哭泣吧；你会讶异于这些人对道德、性爱、工作和生活方式的态度，以及这个新精英阶层身上的特质是如何结合不同的价值观的。

他们是为你和这个社会建立典范的人，他们是布尔乔亚阶层的波希米亚人，我们称呼他们为布波族(Bobos)。

目 录

引 言 布尔乔亚 + 波希米亚 = 布波族 /1

在这个时代能够崛起的人就是那些可以把创意和情感转化成产品的人。他们这些高学历的人一脚踏在创意的波希米亚世界，另一脚踩在野心勃勃和追求成功的布尔乔亚王国当中。这些新信息时代的精英分子是布尔乔亚 (bourgeois) 的波希米亚人 (bohemian)，取两者的第一个字，我们姑且称他们为布波族 (Bobos)。

第一章 高学历阶层的兴起 /1

旧社会已经让位给依成就论胜负的社会了。那些只有亮丽外表和有钱父母的白痴，已经被聪明、充满雄心壮志、反统治阶级的高学历分子所取代了。

第二章 消费 /51

我们会和其他人一样买鸡腿，只不过我们买的是那些过得比伊丽莎白·泰勒在健身矿泉疗养地里还舒服的放山鸡。我们会买马铃薯，不过我们不会买爱达荷州的马铃薯，而会选择那些只在法国北部某些特定土壤中才长得出来的迷你马铃薯。当我们需要莴苣时，我们只会选择那些夹在三明治里难吃得要命的所谓行家级莴苣。这种策略的高明之处是，它能让我们在身为平等主义者的同时，又能适度地炫耀自己的品味。

第三章 商业生活 /107

微软的主管头上戴着有玩具螺旋桨的帽子登上《财富》杂志的封面。其他人拍照时穿得像平易近人的摇滚明星，身上穿着昂贵的无领亚麻衬衫或彩色毛衣，脚上穿着粗棉袜再配上样子古怪但价格昂贵的凉鞋。通常他们会穿着牛仔裤，骄傲地站在坐落于落基山上的原木豪宅的走廊上。

第四章 学术生活 /151

在 20 世纪 50 年代，所谓的最高荣耀是跻身文学批评界。但是，今天的学者却坐拥欧美航线的头等舱，成为空中飞人，奔波在一个又一个学术会议之间，累积飞行常客优惠里程，比较全球各地免税商品的价钱。20 世纪 50 年代的知识分子讨论的是萨特的《没有出口》；现代的知识分子讨论的则

是无负担的共同基金。

第五章 享乐 /209

布波族喜欢比较松散的自制方法。他们避免不健康或不安全的事情，他们尝试可以丰富心灵或能燃烧卡路里的东西。换句话说，我们用健康的法则而非道德的法则来规范我们的世俗欲望。

第六章 心灵生活 /245

布波族从火焰和硫磺中退出。他们不与那些试图强迫推销自己观点或生活方式者为伍。反之，他们偏好容忍及谦恭。他们节制有度，相信没有一个人可以知道完整的真理，所以最好与所有持不同意见者沟通，进而找出一些共同的观点。因为你可能没有完整的答案，所以最好谦虚看待自己的信仰，而且不要将自己的信仰强加在别人的身上。

第七章 政治与其他 /287

布波族花在修复古迹、整理旧建筑，或者维护旧房子上的时间，比花在创立崭新实验性的组织上还多。每三辆布波族的汽车保险杠上就有一辆会贴着“拯救……”的贴纸。布波族拯救旧戏院、旧社区、旧工厂和仓库，甚至包括有重要历史意义的餐厅。

谢词 /308

第一章

高学历阶层的兴起



原书空白页