



潜望镜文丛

透视文化 批评现实

欲望号街车

流行文化符号批判

张 闳 著

图像政治和文化符号的独到解析



潜望镜文丛
透视文化 批评现实

欲望号街车

流行文化符号批判

张 闾◎著



中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

欲望号街车：流行文化符号批判/张闳著. —北京：中国人民大学出版社，2011.12

(明德书系·潜望镜文丛)

ISBN 978-7-300-14772-7

I. ①欲… II. ①张… III. ①文化学：符号学—研究—中国—现代 IV. ①G12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 234241 号

明德书系·潜望镜文丛

欲望号街车

流行文化符号批判

张 闳 著

Yuwanghao Jieche

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

规 格 160 mm×230 mm 16 开本

版 次 2012 年 2 月第 1 版

印 张 15.75 插页 1

印 次 2012 年 2 月第 1 次印刷

字 数 252 000

定 价 39.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

CONTENTS 目录



第一辑 欲望地图

- 一、时尚密码 /003
- 二、上海元素 /015

第二辑 国家代码

- 一、现代国家的声音生产和消费 /047
- 二、社会主义的身体技术与身体主权 /061
- 三、中国结：新世纪的国家图腾 /080
- 四、作为国家意志和权力表征的标语 /089
- 五、“造反文艺”与暴力美学 /095
- 六、无用功，或劳动的神话及其终结 /109

第三辑 世俗神话

- 一、陈逸飞，一个“文化理发师”的葬礼 /119
- 二、欲望号街车：三十年的文化变迁 /127
- 三、我就要走在老路上，或《在路上》的精神史 /135
- 四、“愤青”的变迁 /141
- 五、作为世俗神话的电视文化 /150
- 六、“娱乐至死”的文化 /158
- 七、看图说话：图像符号批判 /168

第四辑 文化征候

- 一、血吸虫病与政治卫生学 /195
- 二、忧郁的精神分析 /205
- 三、淡蓝色的药片，或生与死 /217
- 四、文化意识形态批判书 /224

【代跋】访谈：文化精神的解剖学 /238

第一辑

欲望地图

Y U W A N G D I T U



时尚密码



上海元素

一、时尚密码

旗袍：殖民地东方的性感道具

旗袍是东方的神话。

旗袍是殖民化时代的、东方的、女性的、摩登的和性感的服饰神话。

旗袍将东方传统和摩登风格混为一体，其似是而非的文化语义，代表了 20 世纪中国文化本质上的暧昧性。必须将旗袍放置在殖民文化的特殊语境下来考察，才能够真正理解旗袍特有的文化语义。而如果没有西洋的女性服饰系统作为参照系，旗袍的语义将变得模糊不清，甚至会导致严重的误读。

西洋女子长裙通过凸显身体各部位之间的反差，来强化性感部位，其语法是陈述性的，而且带有明显的浪漫主义风格。西洋女子长裙庞大而又结构繁复，最大限度地延伸了身体的面积，而且往往是人尚未至，即远远发出挑逗性的窸窣声。从抒情的胸部（极度隆起并敞露）出发，经过腰部的惊险情节（突然被抽紧的细小蜂腰），一路上跌宕起伏，达到一个神圣的高潮（高高翘起的臀部），最终指向一个开放性的结尾（孔雀屏一般铺张敞开的裙摆）。这一极度夸张的 S 形叙事结构，仿佛一部哥特风格的小说。

旗袍则不然。旗袍的语法是想象性的，带有东方式的象征风格。它悄然无语地紧贴在身体的表面，丝毫不张扬，如同东方女子温顺文雅的品质。旗袍的丝质质地，暗示着东方女人光洁细腻的皮肤，甚至仿佛有体温。旗袍的叙事是平缓的，同时又是紧凑的，仿佛白描笔记，简约而

又凝练。紧身的裁剪，则将东方女人柔顺曲美的身体线条凸显无遗。西洋女子夸张的体形并不适合穿着旗袍，她们的大幅度起伏的线条，使旗袍变得崎岖坎坷，高低不平，因而显得相当滑稽。然而，这种外观上的差异性，正是殖民语境下所谓“东方情调”的真正来源。旗袍是东方的，穿旗袍的女子也是东方的，但旗袍的神话则是建立在西方视角中的想象的性感东方，是殖民化半殖民化东方的性感道具。



电影《花样年华》里穿旗袍的张曼玉

另一方面，旗袍又是一个自相矛盾的服装。如果说繁复的服饰必须在“脱”的时候才是色情的，那么，旗袍在丝质面料上留下一条窄长的缝隙，则省略了“脱”的侵略性行为。这使得旗袍首先成为“看”的对象，但它又不是过于直接的裸露，而是乍有还无的“泄露”。它无须“脱”就能够满足观淫癖的欲求。通过一道缝隙——这道缝隙看上去是那么的自然而然，好像是因无意中面料破裂而形成的——“泄露”出其包裹之下的若隐若现欲说还休的身体消息。而极端的高开衩，则是一个含义鲜明的提示符，它提供了为被目击的身体部分的想象性的暗示，仿佛是诱惑天使向着远方的某处绽开的暧昧微笑。旗袍这种介于掩饰和暴露之间闪烁不明的状态，将服饰色情学推到了艺术的高度，它巧妙地利用了服装的矛盾修辞，使之成为一种极度“色情”的服装。或者说，这一修辞的矛盾性正是旗袍的色情学基础。事实上，产生在殖民地时代的

上海的现代旗袍，首先是一种色情的服饰。如果没有现代西方文化的高速渗透，现代旗袍要从妓女身上转移到良家女子身上，恐怕需要一个更漫长的过程。

毫无疑问，旗袍的革命性意义在于，它向东方女性发出了身体解放的号召。透过一条若隐若现的缝隙，女性的肉体呼之欲出，突然闪烁着白金般耀眼的光芒，照亮了东方女性身体空间的漫长黑夜。小说《子夜》中的吴老太爷的遭遇，揭示了这一事变的严重后果。当这位冬烘老朽首次目击旗袍的时候，带给他的是触目惊心的视觉打击。女性身体的光芒不仅灼伤了吴老太爷的眼睛，也灼伤了他古老的心脏，并给其衰老脆弱的身体以致命的一击。

鉴于旗袍包含的色情性语义特征，其在一场神圣革命中的毁灭性命运就不可避免。到了20世纪中期，一场以农民为主体的革命无情地扫荡这一充满情欲诱惑的服装。其后几十年的岁月里，女性身体重新被回收到处外坚硬沉闷的服装中，甚至被收回到完全男性化的军服当中。直至2000年，经过张曼玉在电影《花样年华》中的倾情演绎，人们再一次感受到了旗袍神话的春光乍泄的魅惑力。

列宁装：政治乌托邦身体实践

一场圣洁的革命将性感旗袍连同它所附带的“小资情调”，从女性的身体上驱逐出境。从此，旗袍开始了漫长的流亡生涯，旗袍的领地迅速被革命的“列宁装”所占领。无产阶级革命在女性身体上的实践，其重要途径之一即是对女性服装的改造。

列宁装，这种双排扣的西式上衣因属于革命领袖列宁所钟爱的服装，而成为布尔什维克的身份标志。然而，这种本为男装的上衣，在1949年后的中国却阴差阳错地变成了女装。在一段时间里，女性的列宁装与男性的中山装（军服的变种）相呼应，构成了革命的“时装”。这一男性政治领袖的着装，携带着革命的政治意识，悄悄接近并包裹了女性的身体，象征着女性身体的“地表”从此归属为革命的领地。

这一服饰变化，除了表明中国女性对革命的明确诉求之外，或许还因为列宁装或多或少带有一点点装饰性的元素：双排纽扣和大翻领。在当时中国革命者简陋的服装中，列宁装上的这些多余的纽扣略显奢侈，不失为一种有趣的甚至可爱的小装饰。而可以合上或翻开的大翻领，则有别于男性中山装严格的对称性和规约性，给压抑和刻板的革命服装，



身着列宁装的女性

带来了一点小小的变化，聊以满足女性在衣着上对装饰和变化的本能欲求。除此之外，列宁装有时还会附加上一条腰带，腰带的紧束功能则有助于女性身体线条的凸显。于是，女性身体在厚实而坚硬的卡其布面料的严密包裹下，身体线条含糊潦草地一笔带过。这是革命的服装史上残存的一点点可怜的、聊胜于无的性感标志。

列宁装的“时装”风潮直至中国与苏联的交恶，方逐渐退潮。而随着社会政治思潮的进一步“无产阶级”革命化，对服装的禁锢也就越严重，女装上的最后一点装饰终于被彻底剥夺。20世纪60年代的主流女装代之以更简陋和更禁锢的军装。对此，连革命领袖也赋诗曰：“中华儿女多奇志，不爱红装爱武装。”女装的军队制服化倾向，在“文革”期间达到了极端状态。

在男性权力占主导地位的神圣革命中，革命者真正要战胜的并不只是政治敌人的邪恶，而更重要的是要战胜自身欲念的“邪恶”。出于对情欲冲动的恐惧，“禁欲”几乎是任何一场神圣革命的常规。将“性感”判定为罪孽的象征，以压抑自身的情欲冲动。这样，女性身体往往首先成为革命的对象。如果说，“无产阶级”革命试图通过消灭阶级，来抹平社会阶层的差异，那么，在性别政治领域内，革命同样试图通过抹杀性别差异的方式，来实现男女平等。革命首先使女性的身体“无产阶级化”，以达到对女性精神“革命化”的目标。对于女性而言，革命不仅是政治上的“无阶级化”，同时也是一场“无性别化”的革命。

从革命的禁欲理念来看，制服是一种乌托邦服装：严谨、刻板和整齐，保证了乌托邦的纯洁性。革命化的制服帮助实现了对身体的禁锢，它以掩耳盗铃的方式，试图让性别特征和性感归于视而不见，甚至消

失。但在密封的制服包裹的下面，始终埋伏着女性的危险的身体，她是对男性革命道德的严重挑战，也是对男性想象力的考验。

出人意料的是，在革命样板戏《红色娘子军》中，突然出现了短裤和军装相结合的女装。这部表现女性革命精神的戏剧，将军装的禁锢与短裤的裸露奇怪地混合在一起，令禁欲时代的男性观众浮想联翩。这或许是革命样板戏的制造者们所始料未及的。但这并非女装革命的信号。它只是革命舞台上的一个意外，与现实生活中的女装无关。

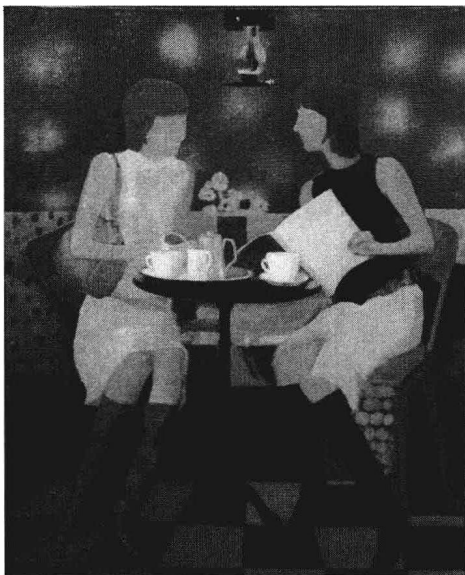
“文革”期间仅有的一次“女装革命”，是由“文革旗手”江青亲自发动的。“文革”后期，出于种种复杂的原因，“旗手”江青亲自担当服装设计师，设计了一款风格奇特的连衣裙。从其设计理念上看，江式连衣裙依然带有明显的制服痕迹，但由于是连衣裙，面料又一般选用有一定下垂性和柔软性的仿绸、棉绸等，这在一定程度上保持了女性身体线条的完整和流畅。

拥有政治特权的江青对女装所进行的有限的“柔性革命”，透露出革命时代的女性的性别意识的微弱萌动。但这并未从根本上改变那个时代对女性身体禁锢局面。人民依旧只能通过革命电影中的女特务的打扮，来缅想遥远的花枝招展的女装。直至“文革”结束，服装的性别意识才逐步苏醒。而流亡的旗袍卷土重来，则要走过更修远的道路。

卡布季诺：小资精神幻象

“卡布季诺”——在小资麋集的咖啡馆里，常常可以听到这个悦耳的词。这一著名的咖啡品牌，不远万里从地中海边的意大利来到中国，帮助中国的都市小资阶层营造休闲文化品位。卡布季诺（Cappuccino），单是音节上就有一种特别的味道。且不说这个外文单词本身的异域情调，即使从汉语的发音去听，它也不同一般——Ka bu ji nuo，短短四个音节，却包含着丰富的口型变化和多个发音层次。但它又保持着总体上的和谐婉转，一种热烈而不失优雅的旋律。这一点，与小资所向往的生活方式和精神特质恰相吻合：变化而不失平和。因此，卡布季诺咖啡受到当下中国都市小资（尤其是小资女性）的青睐，那是理所当然的。

然而，卡布季诺真正不同凡响之处，在于其表面上漂浮着的一层白色泡沫。这是一层神奇的泡沫，是卡布季诺的神圣光环。如果缺少了这白色的一层，卡布季诺的清誉将一落千丈，堕落为一杯普通的咖啡。



卡布季诺：小资精神幻象（网络图片）

卡布季诺不满足于只是一杯普普通通的咖啡，因此，它需要额外地加上一层白色的装饰物。因为酷似卡布季诺教团修士的服饰（深褐色的道袍上覆上一层白色的头巾），故而得名。而卡布季诺咖啡也正是都市小资的神话。它从形式上巧妙地符合了都市小资的趣味。由于这一层掩体的存在，使得咖啡这一平常的事物带有一定程度的神秘感。卡布季诺是这样一种自相矛盾的液体：人们不是直接享用咖啡，而是要经过一段不算太短的、表面上不相干的过渡，方可品味深层的醇香。这也就意味着，咖啡的醇香是内在的、不外露的和便于较长久地保持的。从享用的角度来说，这个过渡是必要的，它使简单的饮用行为变得复杂，而且有可能滋生额外的情调。它不是直接进入事物的内部，改变了直接啜饮的平淡无奇和粗鲁，从而使之能够更充分地享受啜饮的快感。一个缓慢的前奏性的诱导，延缓了快感的进度，使咖啡的刺激与兴奋功能变得更平和，也更持久。柔和的白沫亲切地轻抚着饮者的唇吻，饮用的欲望像潮水一般缓慢地上涨，变得越来越强烈——“高潮正在远远地到来”。

卡布季诺是自相矛盾的，但它绝不是冲突的。它是分离的，但不分裂。白色牛奶泡沫之上，撒有褐色的肉桂粉或巧克力粉，乃是对深层咖啡的色彩和味道的提示。因而，它的味道的过渡是平缓的，而不是突变的。

饮用卡布季诺咖啡，不同于饮用一般咖啡。一般而言，饮用卡布季诺咖啡并不是为了提神，不是追求咖啡因的刺激，而更重要的是为了品位。发泡的牛奶形成的纯白色泡沫，使刺激性的咖啡变得更柔和了。这样，增加的就不仅是味觉的层次，它也是对生活感受层次的丰富性的暗示：在普通的苦涩上，添上了一份温柔的甜腻。因此，它也更适宜于小资女性饮用。试想一位时髦女郎坐在咖啡馆里，端起一杯卡布季诺咖啡的情形。她也许正感到寂寥，她的寂寥是绵长的，但她有时间品味自己的寂寞。将一层白色的泡沫轻轻吹拂开来，就仿佛是在轻轻拂去心头的某些阴影，耐心使她赢得了更多的乐趣，而且，像云开雾散似的更接近与所谓的“生活的本质意义”。这样，卡布季诺就与饮用者之间产生了更为复杂和更为密切的联系。它包含了饮用者对生活的内在品质的要求。这也是在暗示这样一种生活观念：生活的乐趣是内在的，隐藏在事物深处，拥有必不可少的隐秘性，因而，其内涵是有深度的和持久的。反之，则不免是肤浅的和平淡无奇的。这就是所谓“情调”的本质，也正是小资生活的本质。其他饮料，比如茶饮料，就不具备这种功能。茶自有其不可替代和回味无穷的味道，但茶总是直截了当地显示其本味，而且，连同它的本源——茶叶——也都一览无遗。自然淳朴的质地和坦诚相见风格，使得茶难免有小农饮料之嫌。

另一方面，卡布季诺还是幻想性的事物。其表面有着轻盈的、梦幻般的外观。在延时饮用的过程中，面对咖啡上乳白色的泡沫，饮用者（尤其是女性饮用者）很容易陷于沉思和幻想。这层泡沫具有装饰性的功能，但它还不是一般的装饰性，而同时还是幻想的对象。轻盈的、纯粹的洁白，宛如浮云一般，是适合于幻想的事物。对于小资女性而言，它似乎下意识地指向关于婚纱的幻想。婚纱永远是年轻女性的甜蜜的梦。它梦幻般地飘荡于枯燥无聊的婚姻生活的表面，永远暗暗承诺着纯洁、坚贞，承诺着幸福美满的家庭生活，使婚姻显得不像是一个爱的谎言，以勉强支撑着年轻女性对婚姻生活的信念。

另一种幻想则是关于泡沫的。漂浮在液体表面的泡沫，使杯水之上有着与大海表面相似的外观。一个著名的与海水泡沫相关的故事，是小美人鱼的传说。小美人鱼的传说，从来就是小资女性的自我幻想的源泉。美丽和青春时光，就像小美人鱼一样，化作海上的泡沫。这一结局给小资女性带来一丝顾影自怜的忧伤。她们容易将自己也幻想为小美人鱼，以满足自恋的快感。而泡沫表面之下的不可度量的深邃，增加了这一忧伤的内在深度。肤浅的一杯液体，可能就会带来深不可测的幻觉。

小资的自恋特质就建立在类似的幻觉之上。

至此，浅浅一杯卡布季诺咖啡终于喝完了，见底了。勺子放下时不经意间碰到杯沿，发出清脆、空洞的声音，提醒饮用者从幻想中回过神来，面对现实的空虚。而在杯底，什么也没有。

哈根达斯：一个冬天的神话

与卡布季诺咖啡一样，哈根达斯（Haagen-Dazs）冰激凌是“小资”的饮食神话。

借助人工制冷设备，冰激凌将液体的神话凝结为固体的神话。冰激凌的神奇之处在于，它能够在人体的局部（口腔）制造一个“人造冬天”，它实现了人类童年时代的梦想：希望将冰凉的、看上去像白糖的雪球，保存到炎热的夏天，而且想象它能像真正的白糖一样有甜蜜的味道。人类就是一种总要将幻想变成现实的奇怪动物。

然而，哈根达斯显然不是一般意义上的神话。它并不满足于一般意义上的降温作用，因为最时髦的吃法却是在隆冬季节大啖哈根达斯。冬天吃冰激凌，这一举动已然超越了冰激凌降温的实用性，而成为纯粹的时尚品位的标志。在冬季之上再增加一点儿冰凉，这一有限度的刺激性效果，与其说是刻意的标新立异，不如将其看作是“小资”所特别追求的情欲化的表达。哈根达斯漂洋过海来到中国，迅速进入了都市“小资”的生活。那些色彩缤纷的雪球，将神州大地装扮成“童话世界”。或者说，它正在试图使整个生活“童话化”。

但哈根达斯并不放弃在品种繁多的冰激凌中，特别地标榜其独特品格。一切从一开始就经过了精心的筹划，看上去就像是一场阴谋：特定的原材料产地，百分之百的天然原料，特定的制造工艺流程（无人工添加剂，在美国当地制造，恒定控温摄氏零下26度运送至销售地），严格的质量检测程序。甚至还会严格规定乳牛的饲养方式。为确保产品在食用前保持良好的品质和外观，对冷冻柜在分销店中的摆放位置，产品的陈列方式等均有严格的标准，等等等等。

由此可见，哈根达斯神话的含义是多重的。它几乎聚合了全球化时代的大众文化全部的神话要素。

首先是“纯天然”的神话。在人类的大工业生产将生态严重破坏之后，生态主义开始崛起，并迅速成为商业利润的新来源。大工业生产给乡村带来了塑料袋，换走了“纯天然”的产品去营造他们的“生态神

话”，并得到了“小资”阶层的热烈响应。人类在向大自然榨取他们可能榨取的最后的利润，而消费者则从中赢得了“品位”。

哈根达斯营造着一种生活方式。对于都市“小资”而言，吃哈根达斯并非一般意义上的一饱口福，它意味着一种生活品位。各分销点的店铺都精心设置，让顾客在其中同时享受到一种“高贵优雅”的氛围。其昂贵的价格与高雅的环境，表达了同一种生活理念：高消费和高品位。人们将哈根达斯称作“冰激凌中的劳斯莱斯”，并乐意为此而付出高昂的代价。



国际化的哈根达斯（网络图片）

哈根达斯最具诱惑力的部分，是有关“国际化”生活的想象。对于第三世界国家的消费者而言，这意味着他（她）正在品尝的是一种“国际化”的滋味：波兰人的发明，斯堪的纳维亚的名字，美国的工艺，马达加斯加的香草，美国俄勒冈州及华盛顿州的草莓，比利时的巧克力，巴西或哥伦比亚的咖啡以及夏威夷的果仁——真正的“全球制造”。时空距离不再成为障碍。恒温冰箱和空运保证了这些口味的新鲜度，也保证了“味觉殖民”的直接性。通过哈根达斯的快捷方式，人们在上海徐家汇跟在香港中环或纽约曼哈顿有着完全一致的感受。从这个意义上看，哈根达斯更像是一种“致幻剂”。

哈根达斯神话还是关于“爱欲”的神话。哈根达斯的吃法是性感的：挖一小匙送入口中，凉丝丝的、甜腻腻的味道擦过双唇，抵达舌尖。雪球停留在舌尖上，一点一点地、缓慢地融化。快感从舌尖开始，

像轻盈的气流缓缓升起，弥漫，将人带入快乐世界。爱一盒哈根达斯，就像是爱一位情人。哈根达斯正在逐步替代玫瑰和小夜曲，成为男性向女性示爱的信物。人们相信，如果一位女子从来没有男子向她贡献哈根达斯，那就像从来没收过花或很久没人送花一样可悲。哈根达斯带来的轻微快感尽管短暂，却是实在的。在古典爱情早已幻灭之后，哈根达斯暂时地挽救了都市“小资”于爱欲匮乏和情感虚空。

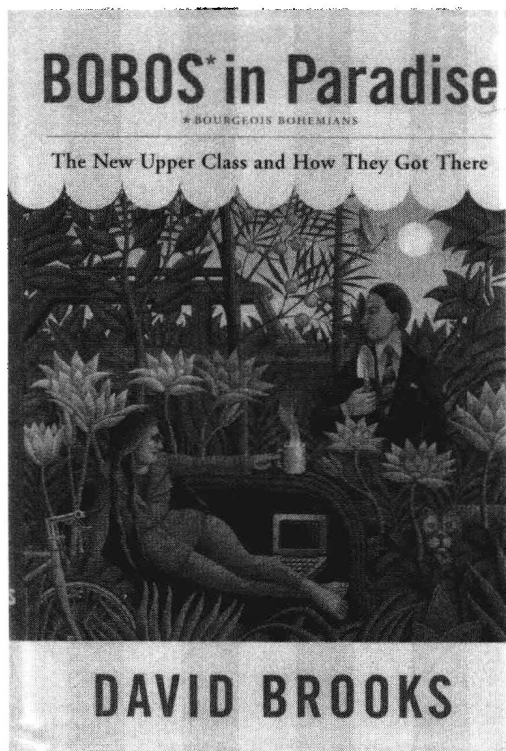
哈根达斯制造了这样一个悖论：它的一切都是“天然”的，但它本身却是最“人工”的。它是一个全球化时代刻意制造出来的饮食文化的神话。

BOBOS：天堂里的蝙蝠

……在他们的前面打开

一个通往黑暗的亲切世界

（波德莱尔：《流浪的波希米亚人》）



《天堂里的布波族》封面

刚刚通过《品位》和《格调》学会了“小资”生活的白领人士，如今又有了新课本——大卫·布鲁克斯《天堂里的布波族》(*Bobos in Paradise*)。中国新兴的小布尔乔亚活着可真不容易。他们的时尚生活如同Intel(英特尔)公司的产品，隔一段时间就要升级一次，否则就将面临被淘汰的命运。这种被时尚牵着鼻子不停奔走的姿态，看上去倒真像是终年疲于奔命的波希米亚人。

“布波族”的鼻祖、19世纪的诗人波德莱尔用好奇的目光打量过波希米亚人，赞赏他们的流浪天性，并由此联想到诗人在世俗世界的境遇。“流浪感”和“颓废”气质，是“布波族”必不可少的精神属性。古代的中国诗人也爱好云游四方，但中国没有波希米亚族。在中国，相似的部族是客家人。不过，绝不会有“布客族”。

对于“布波族”而言，流浪感并非其天性使然，它只是一种时尚而已。“布波族”甚至就是一个没有任何“天性”的族群，因为他们本身就是一个假定的部族，一个虚拟的群落，一个不存在的阶层。说他们“不存在”，并非说没有“布波族”这么一群人，而是说作为一种社会文化现象的“布波族”本身是不真实的，是被流行文化所刻意“虚构”出来的，是一种外部感染的文化。它随时可能消失，正如它的突如其来。

昔日彼此冲突的布尔乔亚精神与波希米亚精神，在“布波族”那里得到了看上去恰如其分的调和，这使得“布波族”显示出特殊的蝙蝠品质：既是布尔乔亚，又是波希米亚。在波希米亚群体中要展示出布尔乔亚的优雅，在布尔乔亚族中则标榜波希米亚式的浪漫气质。

然而“布波族”很清楚，这种矫饰过的波希米亚精神是个好东西。通过融入大自然或对田园时代的生活的模仿，可以缓解激烈商业竞争的精神压力，使精神暂时变得轻松些，这样有利于身心健康。另一方面，波希米亚精神还是“小资”和中产阶级重要的赎罪手段。对于金钱的无限制的占有欲，在无意识深处难免会带有负罪感。利用田园山野清新的空气，可以一洗灵魂深处的铜臭。

一旦透过色彩斑斓的波希米亚外衣，“布波族”的真实面目则昭然若揭。“布波族”，至少是中国的“布波族”，究其本质仍然是“小布尔乔亚”，一种用波希米亚精神所粉饰过的“小资”情调。他们是能够进行更充分的“文化”消费的高一级的“小资”，或者说是文化的中产阶级。流浪感也是他们消费的对象之一。

如同“小资”一样，“布波族”在文化上的属性依然是一种消费性的文化。在高度工业化和信息化的新时代，要消费波希米亚情调并非一