

东方文化
Oriental
Culture

总策划：黄杉果

Yuppie 雅痞

成功者的精神标签

☆ 聂茂 著

● 东方出版社

Yuppie 雅痞

成功者的精神标签

聂 茂 著
任晓时 插图

東方出版社

图书在版编目(CIP)数据

雅痞 / 聂茂著. — 北京: 东方出版社, 2004.12

ISBN 7-5060-1908-6

I. 雅… II. 聂… III. 社会生活—中国—通俗读物
IV. D669-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 039803 号

雅痞——成功者的精神标签

作 者: 聂 茂

选题策划: 泰瑞华星文化

责任编辑: 林 敏

装帧设计: 红美人工作室·范晓莉

东方出版社 出版发行

地址: 北京朝阳门内大街 166 号

邮政编码: 100706

印刷装订: 北京平谷大华山印刷厂

出版日期: 2004 年 12 月第 1 版 2004 年 12 月北京第 1 次印刷

开本: 880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印张: 6.5 插图: 20 幅彩色画

字数: 160 千字

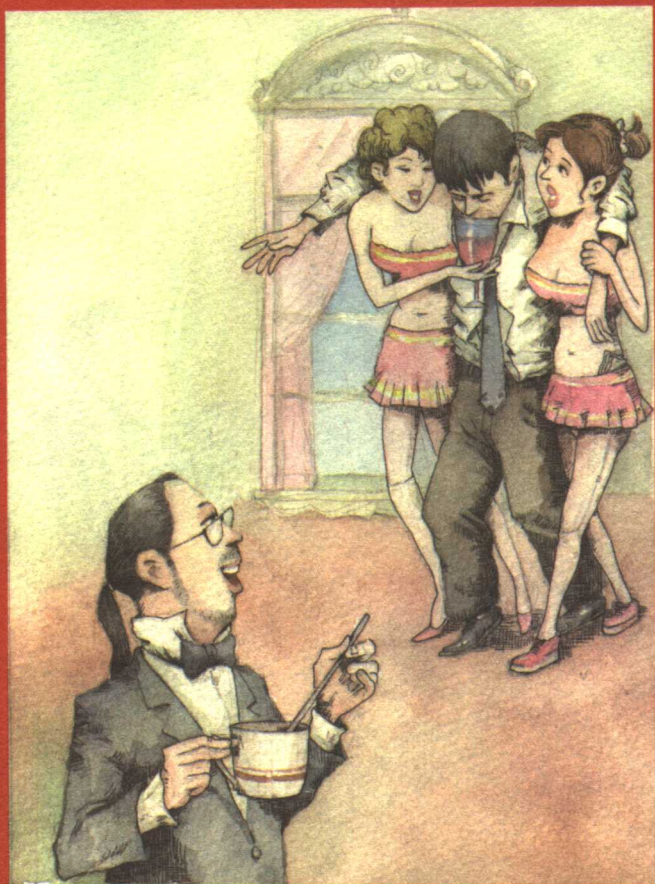
印数: 00,001-10,000 册

书号: ISBN 7-5060-1908-6

定价: 22.00 元

版权所有, 盗版必究。有奖举报电话: (010)65251359

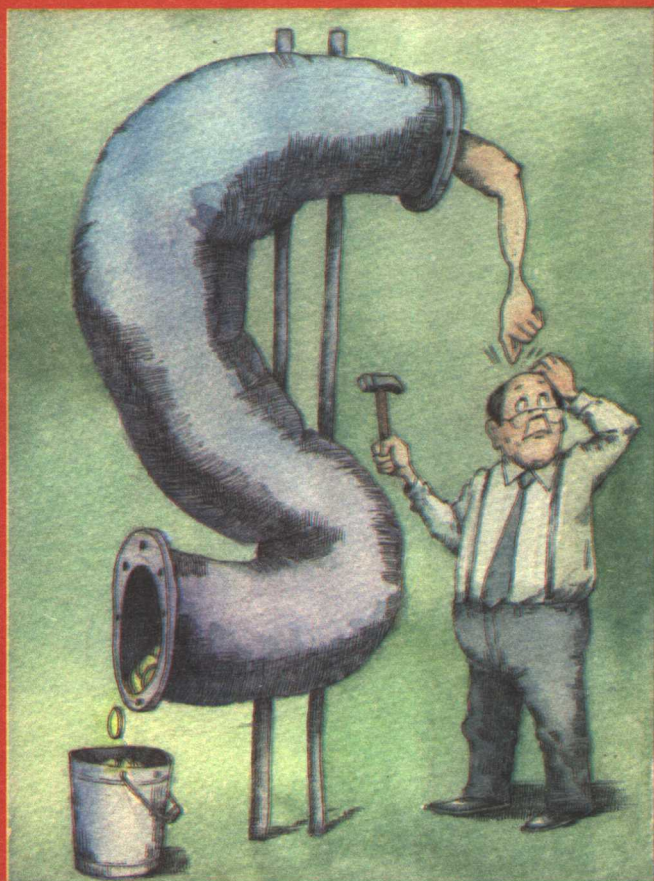
人民东方图书销售中心电话: (010)65250042 65289539



不喜欢自己放任，但容忍别人放纵。



英国女作家伍尔夫说：“我就是喜欢带着上流社会的口音说下流话。”



困惑：不知道是我在赚钱还是钱在赚我？



二十一世纪，人们不仅热衷于赚钱，同时也学会了享受资本所带来的自由。

序言 雅痞：一个通往黑暗的亲切世界

最初听朋友说到雅痞，我以为指的是“雅癖”，就像有人有“洁癖”一样，以“雅”成“癖”，这并不奇怪。

朋友说不对，雅痞不是指“雅癖”，我便以为指的是“亚痞”，意思是这伙人还没有“痞”到家，“痞”到丧失人性、“痞”到跟流氓地痞混到一起的地步，我知道这样的人也有很多，他们有点良心，有点同情心，也有点慈善心，他们的行为有点“油”，但他们不是“痞”子，至多算个“亚痞”。

我自以为这个解释很到位，可朋友一听又笑了：“你说的是哪门子的事呀？”

我一愣，怎么又错了？

朋友说，雅痞是从国外进口的，是 BOBO 族的中国本土化，哪里是什么“雅癖”或“亚痞”啊，真是俗！

可是，当我弄清事情的原由时，我觉得时下流行的 BOBO 族跟“雅癖”和“亚痞”又有多少差别呢？把这两者合到一起，不就恰恰成了“雅痞”了吗？

“你这么一解释，倒也有道理。”朋友最终笑了，却没忘记补上一

句：“看来，你也是个雅痞！”

说得我十分惭愧。

为了证明自己是有人文化的，我就立即“恶补”知识，哲学的、社会学的和人类学的莫不涉及，同时把小资、BOBO 族等的相关资料也都看了。

其实，所谓 BOBO 族，不过是一个矛盾的组合同。前“BO”是指布尔乔亚(Bourgeois 雅皮)，后“BO”是指波西米亚(Bohemia 嬉皮)。

BOBO 族一般泛指具有双重个性的成功人士。

这一新生词由《纽约时报》资深记者戴维·布鲁克斯在其大作《天堂里的 BOBO 族——新社会精英的崛起》中首度提出的，是即赞成资本主义的布尔乔亚、又崇尚自由与解放的波西米亚的自然融合，亦即拥有高学历、收入丰厚又讲究生活品位、注重心灵成长的一族。

曾一度壁垒分明的布尔乔亚与波西米亚在 21 世纪亲切地却走到了一起，这是耐人寻味的。

20 世纪 60 年代，我们有过赋予波西米亚精神的嬉皮士一族，他们蔑视权贵、率真任性，他们的职业不是艺术家就是知识分子。

20 世纪 80 年代，我们则看到了捍卫制度、积极进取，在各大公司上班的财富新贵，他们是布尔乔亚传统的反扑。

终于，在信息普及、科技发达的 21 世纪初期，知识已晋升为有价资产，创意也走向商品化，这两个个性鲜明的族群，产生了交集，竟融合成一股社会新生势力。

这就是 BOBO 族，是知识经济下的新族群。

一方面，他们是布尔乔亚，代表追求更好的生活品质，他们力求做到：节俭、诚实、秩序、准时、节制、谨慎、勤勉、毅力、自制、贞洁、镇静和谦虚。

另一方面，他们又是波西米亚，注重享受和生活品质，却非物质主义者，他们不招摇，也不盲目消费，他们鄙视过去旧的商品价值标准如：体面、奢华、华丽、尊荣、雄伟等，而崇尚简朴、手工、机能、自然特质等。

看看他们的衣着打扮：BOBO 族时下正被时尚界炒得热翻天，不论是纽约、巴黎，还是东京、伦敦，满目皆是 BOBO 族的最爱：

首先，曾被视为没有品味的人造纤维再度回归到衣的主流 T 型台。因为 BOBO 族更是热爱强调机能性的新时代人造纤维，当然，他们在千百种字尾有 tex 的纤维中选择 Gore-Tex 或 Able-tex 之前，也必先搞清楚其功能、特性，甚至制造加工过程以满足其对专业知识的渴求。

其次，延续其嬉皮士前辈们的衣着装扮，伴着波西米亚狂想曲，以纤瘦的身躯罩着宽大的古摩洛哥或土耳其式外套；绿松石、珍珠贝、蓝色黄玉、帕米尔或中国青藏高原色彩炽烈的首饰燃烧着流浪者的欲望；松垮垮的薄棉外套，绣上花朵、蝴蝶，散发出草根般的清香。

在这些既古典原始又时尚新潮的强力纤维之装饰下，BOBO 族们的身体又有了全新的味道，他们偏爱自然清新而略又带神秘元素的香气，新鲜草药的味道、潮湿苔藓的味道，都能触动体内最纤弱的细胞，譬如 Kenzo（高田贤三）的 Flower 系列香水就恰到好处地触摸

着他们的神经。

在吃的方面,他们也有自己的风格:饮食方面,BOBO族喜欢手工面包,古朴自然。选择有机食品,对粗糙、原始质感食物的热爱远胜过精致的加工食品。

而他们的住处别有情趣,藤蔓、蕨叶和晶莹剔透的卵石以及随处可见的拙朴的手工艺品、仿古家具,等等,都反映出房屋主人重视传统价值的精神指归。

他们的“行”主要表现在喜欢户外活动。跑步、锻炼身体取代了吸烟,Espresso咖啡代替烈酒,多用途的运动旅行车种取代“最新流行款式”轿车。热衷看起来充满苦难的假期旅游,例如穿越冰河、沙漠徒步或到蚊虫肆虐的热带雨林去倾听风暴、寻觅大自然遗留下来的秘密,他们相信可以藉此提升心灵,获取知识。闲暇时,他们还要阅读亚里士多德的哲学著作、莎士比亚文集或讨论有关环境恶化、厄尔尼诺的现象。

他生平最憎恨的一件事是:谁往河里扔了一支烟头?!旅行中,如果他们喝了一听罐头而沿途没有找到垃圾筒,他们就会把这个罐头盒带回家里,扔进它应该去的地方。

总之,BOBO族的品味包含着流行时尚的多样面貌,从最时髦、最热门的品牌、商品到最热门的各类话题、活动,以至最新的科技、商业趋势都是他们的兴趣。

就像《天堂里的BOBO族》一书中所描绘的那样:即使在最原始的森林腹地呆着,他们仍能生活得舒适、讲究品味、专业老道、高科技地尽情享受和消费着丛林假日的悲欢凄苦——随身携带的小

型卫星定位系统、旅行时也离不开的手提电脑在放逐自我的同时却又坚持连通着文明的世界；用来流浪的豪华四轮驱动旅行车里装着应有尽有的一切：时髦的衣饰、精致的咖啡研磨机、各种旅行的工具、名牌帐篷、电子眼镜和计时器……

这些人具有双重个性。他们一方面是社会精英，享受富裕和成功，另一方面又渴望心灵自由，追求不羁与流浪；一方面深入蚊虫肆虐的热带密林做艰难的旅行，一方面又享受卫星定位系统、名牌帐篷、Espresso 咖啡等现代文明的产物。一些怀念，一些感伤，一些反叛，一些迷恋，一些清晰的主张，一些茫然的向往。

在中国，我们没有完全对应的布鲁克斯在书中所描写的布波族或者波波族，但我们拥有具有中国特色的布波族或者波波族，他们就是雅痞一族。

中国雅痞一族一般都不张扬，行事低调，但是由于五千多年的文明历史中，这类人物在中国太多太多了，也经常做出各种动作或发出各种声音，只是囿于种种原因，他们没有集中到一起，形成自己的组织、没有提出自己的主张和宣言。而且，在传统文化的叙述中，不少英雄或枭雄都以“成者王、败者寇”的个人狭隘观粉饰历史，好像成功者都是道德和知识的楷模，雅得不能再雅，如果说“痞”就会有损他们的光辉形象，因此，这些成功者的“痞”性被过分地遮掩、乃至完全删除了。

然而，历史毕竟翻开了新的一页，今天的人们不再回避自己的“痞”性，他们将“痞”的境界拓开了，注入了新的内容，因此，他们不仅不回避“痞”，有时还故意展示其“痞”性，以“痞”显“雅”，以“痞”为

能、为荣，甚至以“痞”成名，这样的雅痞在中国不胜枚举。

中国人一向喜欢赶潮流，这不，在上述思潮的冲击下，沉睡的华夏大地忽如“一夜梨花开”，“SOHO族”、“IT族”、“BOBO族”层出不穷，雅痞们打着洋人的招牌，做的却是中国人的事。学者张闳称这些人为“天堂里的蝙蝠”，可谓别出心裁，富有创意。

张闳在一篇文章中，用波德莱尔《流浪的波希米亚人》的诗：“在他们的面前打开 / 一个通往黑暗的亲切世界”作为自己的开场白。

这位学贯中西的学者也挺能调侃，她说：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)。

看来，中国新兴的小布尔乔亚活着可真不容易。

“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，只有皇族、贵族和野蛮部族。在中国，相似的部族是客家人，但这些人显然不属于“布波族”。

对“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,是一种由外部感染和涂抹的文化。

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”显示出其特殊的蝙蝠品质: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。

这种情形迁移到中国,就形成了时下最流行的雅痞一族:“痞”中有“雅”,“雅”中藏“痞”。雅痞也可以看成是“雅癖”与“亚痞”的暗化,就是说,这些人对“雅”有瘾,到了成“癖”的程度了;但是他们同时又“痞”得可以,不过这种“痞”不是街头流氓地痞,他们不无事生非、任意打闹,他们懂文明,遵纪守法,热爱大自然,因而他们的“痞”至多算是“亚痞”。

这些雅痞有意无意地向国外的“布波族”看齐。他们在“痞”中保持了“雅”的高贵和时尚,在“雅”中又保持“痞”的粗鄙和任性,他们具备了“雅”的文化基础,又保留着“痞”的内心积淀。

当然,“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,可以舒解激烈商业竞争的精神压力,使精神暂时地变得轻松些,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”,或者雅痞,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。

他们是一群能够进行更加充分的“文化”消费的高一级的“小资”,或者说是有中产阶级的文化。

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时尚文化。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件轻而易举的事情。为了能够消费自由意志和生态文化,“布波族”必须拥有更多的金钱。

而所谓“流浪”,无非是特殊形式的、规格更高的郊游。这样才实现了“布波族”的物质享乐主义的价值观。

据此,我们可以考量当下的中产阶级在文化上的消费能力。

“布波族”喜欢混迹于底层民众当中,与他们打成一片,从中摘取或吸取他们认为有利于自身发展的“痞”性。

同时对波希米亚式的生活进行精致化的改造,使之变成一种可以消费的,有品位、有格调和有情趣的生活。

用布尔乔亚的钱,去消费波希米亚的情调,或者用“痞”的方式营造“雅”的氛围,用“雅”的知识提升“痞”的精神,这是布尔乔亚的胜利,是波希米亚的失败。

换句话说,他们把波希米亚式的生活情调化了,真正的波希米

亚一族反而没有了自己的生活。

底层波希米亚式的生活被虚拟化了，成了一种亚文化、一种可以用金钱度量的消费品。在“布波族”耀眼的“情调”光环照耀下，真正的波希米亚的生活反而显得不真实。

“布波族”的出现，再一次和更加强烈地显示出金钱的威力：只有布尔乔亚，才能真正享有波希米亚式的生活。而波希米亚并没有融入到布尔乔亚的生活，要说有，那也是“布波族”刻意做出的某种姿态。

“布波族”是布尔乔亚阶层“三级跳”中最重要的一跳。从矫情的“小资”到从容不迫的“布波族”，仿佛毛毛虫蜕变成飞蛾。

布尔乔亚成熟了。再一跳就可以直通“天堂”。

至此，我们看到的是这样一幅奇异的景观：一群形象暧昧的成功人士，揣着布尔乔亚的钞票，搭乘波希米亚的大篷车，在通往“布波——天堂”的大路上唱着“沙啦啦啦”，一路狂奔。

与真正的波希米亚不同的是，“布波族”的“流浪”之路通往的不是“黑暗的亲切世界”，而是明丽的享乐主义的“天堂”，是小说、电影和诗人们虚构出来的人类灵魂的栖息地。

这种境状与中国的雅痞颇为类似。

一般来说，中国的雅痞不会在农村诞生，因为那里的条件不成熟，即便是通过个人的奋斗、最终来到城里来的农村骄子也并不容易成为雅痞一族。

真正的雅痞们只有来自城市、甚至是大城市，来自钢筋水泥和高楼林立的老虎的城市。

正因为此,雅痞们返朴归真的愿望十分强烈。但是,雅痞们的返朴归真并不认同农村的生活,而是将农村生活美好化了,如果真让他们与农民们到一起生活,他们打死也不会去的。也可以说,这族人的返朴归真与古代志人的“归隐”或“遁迹山林”有着相同的精神趣味,这是对激烈竞争社会的逃避,在左右逢源的表演中,他们感觉太累太累了,需要安歇和喘气。那么,远离大都市,回归自然便是他们精神的深切呼唤。

雅痞族把自己吃粗粮杂饭和去野外旅游说成是文化寻根。

寻根,并不是有人所想像的那样,他们不知道自己的根在哪里,所以他们才要去寻找;实际上,反过来了,他们并不是没有根,但是他们不知道那是不是他们真正的根。

如果他们找到了自己的真正的根,比方说,一百年前也许自己的祖先就是当时最穷最苦最落魄最下贱的山民,他们还会前去相认吗?

所以,雅痞族要过的就是一种半是真实半是虚拟的生活,他们的世界就是一个既是黑暗又是光明,或者说既是陌生又是亲切的复杂的世界,他们追求享受、追求成功,但他们享受和成功的也只是嚼着口香糖的享受和带着消费主义烙印的世俗化的成功。