

刘登阁 著

# 为什么是俗人？

WEISHENME SHI SUREN



中国水利水电出版社  
www.waterpub.com.cn

# 为什么是俗人

WEISHENME SHI SUREN

刘登阁 著



中国水利水电出版社  
www.waterpub.com.cn

### 图书在版编目 (CIP) 数据

为什么是俗人 / 刘登阁著. —北京: 中国水利水电出版社, 2006

ISBN 7-5084-3476-5

I. 为... II. 刘... III. 个人—修养—通俗读物  
IV. B825-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 159550 号

书 名	为什么是俗人
作 者	刘登阁 著
出版 发行	中国水利水电出版社 (北京市三里河路 6 号 100044) 网址: <a href="http://www.waterpub.com.cn">www.waterpub.com.cn</a> E-mail: <a href="mailto:sales@waterpub.com.cn">sales@waterpub.com.cn</a> 电话: (010) 63202266 (总机)、68331835 (营销中心)
经 售	全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	中国水利水电出版社微机排版中心
印 刷	汇鑫印务有限公司
规 格	787mm×960mm 16 开本 13.5 印张 235 千字
版 次	2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷
印 数	0001—5000 册
定 价	22.80 元

凡购买我社图书, 如有缺页、倒页、脱页的, 本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

# 前 言

**“俗”**是一个知名度很高，同时使用频率很高、流传很广的词。俗有语言上的俗、行为举止上的俗、穿着打扮上的俗、观念上的俗、人格上的俗、待人接物上的俗，凡此种种，不一而足。而俗人并无特别，在众人中，你不能一眼认出他，不然，他就不是俗人，或者说，把俗人放到人堆儿就像是草原上的一棵小草，大海里的一滴水，从来不会引人注目的。

“俗”意味着品行上的低劣、道德上的缺陷，从这个意义上说，俗人与小人、伪君子、伪道学等几乎同义，指的是那些不讲诚信、反复无常、出尔反尔、表里不一、势利刁钻、投机取巧、阳奉阴违之类的人，与君子、圣人、贤人截然相反；“俗”意味着没教养，从这个意义上说，俗人具有粗俗、低俗、野蛮、粗野的特点；“俗”意味着没修养，从这个意义上说，俗人亦即言谈举止不文明的人，没有礼貌的人，是雅人、高士的对立面；“俗”意味着人格上的不完善，心理上的不成熟，从这个意义上说，俗人指的是那些心胸狭隘、自私、虚荣、目光短浅、虚情假意、矫揉造作的人，与伟人相对。“俗”还意味着平庸无能、没有出息，从这个意义上说，俗人指的是那些胸无大志、没有本事、没有能力、浑浑噩噩地混日子的人，与成功者相对。

俗人有着悠久的历史，从古到今，瓜瓞绵绵，络绎不绝，几乎从来没有断档过、缺货过，更别提绝迹、绝户了。同时，

“俗”的含义、标准、版本也在不断更新着、升级着。

当然，“俗”也代表着吃喝拉撒、柴米油盐之类、不登大雅之堂、难以入正法眼之事，但这是人，作为人，或者说，人要活着必须做的第一件事，既然它是人的第一生存需要、生活的第一要义，所以也就不属于俗了，或者更确切地说，不属于我们这里要谈论的，带有贬义、否定、批判意义的“俗”的范畴。

# 目 录

## 前言

### 第一章 谁是俗人 / 1

- 一、俗与知识无关 / 1
- 二、俗与穷富无关 / 5
- 三、俗与名气无关 / 8
- 四、俗与性别无关 / 14
- 五、俗与职业无关 / 17
- 六、俗人的档次 / 20
- 七、俗人的境界 / 25



### 第二章 俗人的爱情婚姻 / 32

- 一、俗人爱情的紧箍咒 / 32
- 二、俗人的爱情经济学 / 37
- 三、俗人的婚姻是爱情的坟墓 / 42
- 四、俗人的爱情不得不向生活妥协 / 48
- 五、“傍大款”与“傍富婆” / 52
- 六、俗人婚姻的烟火气 / 55
- 七、俗人的婚姻让浪漫走开 / 61

### 第三章 俗人的心态 / 68

- 一、俗人虚荣 / 68
- 二、俗人爱名利 / 73
- 三、俗人爱出风头 / 76
- 四、俗人爱攀比 / 79
- 五、俗人爱嫉妒 / 83
- 六、俗人小肚鸡肠 / 86
- 七、俗人贪婪 / 90



### 第四章 俗人的行为 / 94

- 一、俗人懦弱 / 94
- 二、俗人爱嚼舌头 / 100
- 三、俗人爱吹牛 / 104
- 四、俗人爱占小便宜 / 107
- 五、俗人爱拍马屁 / 110
- 六、俗人爱扎堆 / 112
- 七、俗人爱随大溜 / 116
- 八、俗人爱偶像崇拜 / 120
- 九、俗人爱附庸风雅 / 124



### 第五章 俗人的生活 / 127

- 一、俗人混日子 / 127
- 二、俗人的生活一地鸡毛 / 129
- 三、俗人的生活很无奈 / 134
- 四、俗人的生活很无趣 / 136
- 五、俗人势利 / 139
- 六、俗人有利益没友谊 / 144
- 七、俗人无大志 / 150





## 第六章 俗人的观念 / 154

- 一、俗人眼界窄 / 154
- 二、俗人目光短 / 156
- 三、俗人出尔反尔 / 159
- 四、俗人平庸 / 163
- 五、俗人患得患失 / 167
- 六、俗人总是抱怨自己没机会 / 171
- 七、俗人人云亦云 / 175

## 第七章 俗人之道 / 179

- 一、俗人的烦恼 / 179
- 二、俗人的无奈 / 183
- 三、俗人是怎样炼成的 / 188
- 四、我俗我快乐 / 192
- 五、我俗我幸福 / 196
- 六、平平淡淡才是真 / 202





# 第一章 谁是俗人

1

## 一、俗与知识无关

俗指的是一种为人处世的态度和人格、品味上的状态，它与知识、文化并不在同一个范畴里，因此，俗不俗也就与一个人有没有知识、有没有文化风马牛不相及了。俗人中有不少是有知识、有文化的人，或者说，许多有知识、有文化的人也与俗脱不了干系。比如，俗人也喜欢看书，古今中外、高雅的、通俗的、古典的、现代的，都读过几本，却都是一知半解；俗人也买书，却不读，只摆在那里装装门面。

反之，没有多少知识、文化的村夫愚妇、引车卖浆之流也不乏雅人、高人、韵士。因此，不要以为自己上过几天学、读过几本书，甚至出过几天国、留过几天洋、喝过几天洋墨水，就自视甚高，认为自己脱离了低级趣味、超凡入圣、高雅无比、纯洁无比、高尚无比了。

当然，读书人，或者曰文化人、知识分子，多有自己的那份矜持和尊严，因为他们不像政客那样会玩弄权术，不像市侩那样会投机钻营，也不像市井泼皮那样会刁钻耍赖，能够耐得住寂寞，守得住清贫，所谓“君子固穷”而“不堕青云之志”。但这并不是说，只要是读书人的事，不管怎么乌七八糟，也都情有可原，以至圣洁无比，连历来为人所不齿的“偷”与“盗”也无可挑剔。

另一方面，翻翻中国历史，那些最会看风使舵、投机钻营的人，那些整读书人最狠毒、最下流、最卑鄙的人，例如古代的秦桧，以及与孔乙己老先生同时代的那些“窃国”的家伙，恐怕也正是读书人。

当然，爬上去了的读书人，完成了自己的角色转换，不再是原来意义上的读书人，但他们的下流卑鄙和狠毒，很难说不能从还是读书人时的他们身上找到影子与踪迹。

什么是知识分子？知识分子是以创造和传递知识为业的特殊人群，是具有学识、修养与思想能力的人，真正的知识分子创造的是新知识，传递的是真知识，因而在知识分子身上，有以下三个特点非常显著：

一是好奇。知识的创造起点在于好奇心，有好奇心的教师永远不知满



足，从而焕发出不同于一般人的对生命的热爱与对真理的探索精神。

二是怀疑。知识分子的怀疑有利于将真知识而不是伪知识传递给大众，他决不会人云亦云或简单模仿照抄，他有时还会怀疑自己，而不相信世界上有什么绝对真理，因此，他传授知识时，绝不是一个传声筒的角色。

三是勇气。坚持真理是要有勇气的，真正的知识分子是自由而独立的，他的工作主要不是某种“真理”的解释者，而是道出真相，只要他认为真相，他就有责任大声说出来，而不顾及会给他个人带来任何生存上的困境。为真理，知识分子的硬骨头使他不会向媚俗妥协。

因此，真正的知识分子应该拥有自己的独立人格，应该是“不惟书、不惟上、只惟实”。真正的知识分子不应该为利益所诱惑，为风气所左右，应该以自己的专业眼光去观察、判断、思考、发言。不是以权势为导向，而应以自己的思考为依据。知识分子所讲的意见可能对，也可能错，但无论对错都应该是自己真实的思想，不能看风使舵，见人说人话，见鬼说鬼话。独立人格不在于对与错，而在于真与假。说真话，错了也是有独立人格；说假话，对了也是媚俗。

知识分子当然也有个人利益，有自己的立场，但当他在以知识分子的身份讲话时，应该站在公正的立场上，有社会责任感。一个知识分子可能是富人，但他不该当富人的代言人，以维护富人利益为己任。一个知识分子可能是穷人，但也不能以仇富为己任。他们的出发点不应该是某个利益集团的利益，只能是整个社会的进步与和谐。也许要做到这一点不容易，但作为学者应该向这个方向努力。

可惜有些知识分子不能把做人、做事、做学问统一起来，学术商业化、庸俗化，为追逐名利弃德求术，降低了学术的品位，贬低了研究的价值。即使在大学校园里敢于特立独行、坚持己见的知识分子也越来越少了，而投机、胆怯、虚伪与不负责任成为一般知识分子的共同特征。校园不再是莺歌燕舞的象牙塔，对世俗荣誉的渴望与追逐早已使现代知识分子降低了对自己、对知识的要求与追求，敬业精神与自由思想日益屈服于商品拜物教的石榴裙下；课堂、实验室成了知识分子走穴的地方，他们转向具有现代社会的象征权力意义的大众媒体，其地位的高下由他们与媒体接近程度以及利用媒体所获得的文化资本的多寡来划分，于是他们成为电视、报纸、杂志、广告等行业中的常客，通过媒体来获取名声和利益——在公众面前做无所不通的“权威”，这样的“作秀”和“煽情”成了他们最大的享受，也最大实现了他们的价值，“功夫在诗外”——用非学术的

力量成就大名是此辈中人的捷径，“为学问而学问”早已经被对名利的崇拜所代替，知识分子“清高”的形象变成了神话——市场力量对文化的并吞，已经到了无法挽回的地步，所有这些就直接导致了当下中国文化领域里的贫乏与无聊，导致了人类学术史上空前也可能绝后的学术腐败，导致大家越来越喜欢玩弄玄虚，越来越爱哗众取宠和媚俗，在最流行的知识样式与风气之后潜藏着知识分子创造力的匮乏与思想的懒惰——在最多的文章里显示着最少的思考：一方面是作伪与庸俗的模仿、专业论文的“生产过剩”；另一方面是天才式作品的缺失和精英文化的失落，所见的只是庸俗的模仿与疯狂的发泄，只是浮躁、平庸、无聊与贫乏。

教授、博导在人们心目中的地位，虽非不食人间烟火的超凡脱俗的异类，但也绝不是可以随意“降格以求”的俗类。如前几年披露的一位北大教授、博士生导师剽窃一事，无疑让人对这类令人目眩的人群大跌眼镜。当然，正如“××也是人”一样，教授们也是人，也有七情六欲。但北大教授剽窃事件所展示于人的，却是当代学人根子上的堕落。

不管是教授，还是博导，在一般人的眼里，几乎就是知识的化身。事实也是如此，学问是教授与博导们的立身之本。无此打底，纵然职称再高也不过是枉得虚名罢了。这位教授自然不可不知晓这一点。

不管怎么说，饱受高等教育的这位教授，不可不知学问对学人的重要，也不可不知教授特殊的社会性，但他以知识剽窃知识、沽名钓誉、趋名逐利的丑行，正是知识被恶俗为经济的产物。在凡事“喻于利”的行为原则下，高校可以沦为有钱者的知识证明机构，术业也可以成为权势者陈词滥调的学识论证。一切以“经济”为中心，卑鄙者自然不会放过以高尚招牌大行卑鄙勾当，院墙外的红尘俗世如此，院墙内的清静学堂也不免俗。北大教授剽窃事件，不过只是一例个人化的表端而已。

大学教授本来拥有崇高的社会地位，物质生活高于社会平均水平，并没有后顾之忧。他们不需要以产业利润来体现自己的价值，超越具体的、当下的、狭隘的物质利益，他们的兴趣、热情、爱好、志向在一般公众不可企及的创造性事业上，专心致力于学术研究和思想创作过程，并且以这种高层次追求为快乐和自豪，而不是混迹于市侩生活之中寻找低层次的趣味。

大学生活与市井生活之间的距离，不是由习俗或道德维持，而是由学者和大学生内心的追求做支撑。独立的知识探索、相互的学术切磋、独到的思想发现、大胆的创作革新、自由的个性创作是人们成功与快乐的源泉，是荣誉和价值的最高体现。



顾炎武说“士大夫之耻，谓之国耻”，那么，当知识被恶俗为经济，这又是一种什么样的耻辱呢？

中国当下的知识分子可以分成三类：第一类叫拍案而起；第二类叫洁身自好；第三类叫随波逐流。从历史的角度看，最需要的是拍案而起的知识分子。现在中国的知识分子，能做到洁身自好就相当不错了。哪一次商业炒作，哪一次对消费者、读者、公众的欺骗，后头没有学者、科学家甚至院士帮忙？哪一次没有？这是中国知识分子的悲哀。

而那些所谓的文人、艺人也好不到哪里去。不是昧俗，就是媚俗。昧俗是指文人、艺人本身就在文化水平和文化素养上不达标，近于半文盲或亚文盲，未脱尽愚昧属性，单凭各式胡折腾、恶作剧在那里抢风头，如写些文理不通、近于疯言醉话的“诗文”之类，或在舞台上演些唱些蠢相怪腔之类。而媚俗则不同，作者、演员本身可能有一定文化基础，甚至较高的文化水平，但为了取媚于市场，取媚于庸官愚民，取媚于名利，就一味迎合俗风民俗趣。这种人在实际上也很俗，即心俗、气俗。一些作家们常常以制造时尚为乐趣，他们用很大的精力描绘着一种看似很有“文化”、很有“品味”的时尚，而实际上，却是一种浮浅的庸俗化写作倾向。

如一段时间以来，不少出版社纷纷推出的各种号称反映新人类生活的文学作品就是如此。在宣传中，“美女作家”、“鲜明的叛逆性和前沿性”等字眼让人眼花缭乱，吊起了不少读者的胃口。作品中的人物或是整天奔走在各种三角式的情感纠葛中不能自拔，或是永远带着一种淡淡的伤感作无病呻吟状。作品的主线永远是情人、做爱、吵嘴；生活的场景永远是酒吧、豪宅、饭店；人物的内心世界永远是怀疑、空虚、无聊。

在这种看似生活非常“丰富多彩”的故事情境中，却透着人物内心世界的低俗和浅薄。一位文艺评论家曾归纳了这类作品的特点：总会“有一点爱情，有一点别离，有一点意外，有一点抑郁，有一点做爱，有一点音乐，以及咖啡、香水、棉布、抽签、孩子和流产。语句十分流畅，有些词很好。……也有点像梦游”。

还有一种貌似与“俗文化”截然相反甚而针锋相对的“伪雅文化”，首推“学术类”文化。此种文化往往“为文化而文化”，仅仅为了表演得很“像”高级知识分子模样，故意或刻意舞弄玄奥概念或艰深术语，属于“作秀”的极端化。其实，“伪雅”也是一种俗，是“名利驱动”的一种，是对俗世的另一种取媚。

在西安，一位外表令人尊敬的学者全家出动，打着“理想信念”的幌子开学术会议，煞有介事地讨论什么“人生观”、“价值观”。人们从外地

赶来也是公费旅游，没人内心里当真，只是表演。他慢慢就原形毕露了，向与会者收取远高于市场价格的各种费用，高额发票涨到许多单位实在报销不了的程度。为了要钱，频频撒谎、改口，最后到了那张老脸都撕破的地步。

可以理解，一生的“学术”都是空话、假话，如今就剩下这张老脸，再不捞点实在的东西，死了不值啊！

## 二、俗与穷富无关

既然俗与不俗的衡量标准在于一个人有没有品位，有没有修养，懂不懂情调，而不在于有没有金钱，有没有地位，那么穷人与富人就在俗的面前人人平等了。这也就是说，尽管富人与穷人在金钱面前，在经济地位面前，是极端不平等的，但在是不是俗人这个问题上，则是站在了同一条起跑线上。穷且益坚，不坠青云之志，不受嗟来之食，不饮盗泉之水的人，比比皆是。有钱尽管可使鬼推磨，但花钱却不一定就能买来品位，买来修养，即使买来，也可能是伪情调、伪品位，依然不脱“俗”的本色。而没有钱，也并不代表没有品位，没有修养。

教养是一种举手投足的优雅合宜，教养使我们不至于做错事、说错话，夸张了自己的低级趣味。有教养的人即使没有名利双收，也能使人如沐春风，想要亲近，感觉文雅。一个人若没有教养，就算是非常有钱，非常有地位，也只是像个暴发户。有一句成语“沐猴而冠”，说的就是这个意思。

不久前江西一女企业家在国家森林公园中出巨资建豪华的墓冢，不惜在通体葱绿的大山中搞出一块“癞疤”，与之类似的情况，在温州、重庆等地已屡见不鲜；中国的一些暴发户，有了钱，在国内玩现已觉得不过瘾，就跑到国外去飙车、豪赌，将脸丢到国外；营口一洗澡中心的老板，还是区人大代表，公然藐视公安人员执行公务，放走卖淫女，并打伤公安人员；早些时候，沈阳一企业家也是人大代表，下飞机时，觉得自己受的礼遇不够，有损面子，其儿子狗仗人势，砸碎玻璃，强行冲进停机坪，大闹沈阳机场。

相信许多人看了这些消息后，都会在心里感到很不是滋味。在开放改革的大潮中，一些人确实取得了成功，做大了企业，取得了效益，同时自己的腰包也大大地鼓了，做到了先富起来。但这些人却只富了腰包，而没有富出文化，富出品位，富出修养。上面例子中，前二者可称之为粗俗，



第三者可称之为下流，最后者则可称之为无耻了。

在千千万万成功企业家中，绝大多数是靠胆识、靠智慧、靠魄力、靠吃苦而取得成功的，但也有一些靠偶然机遇、靠钻营、靠投机、靠后台、靠非法手段而发迹的。那些有知识、懂管理、富理性的企业家们，永远会在成功之路上走下去，永远会得到社会的肯定和人们的尊敬。而那些少知识、无头脑、靠误打误撞、靠非自身力量而起家的暴发户们，到一定时候即会被钱烧得忘乎所以，就会不知天高地厚，就会胡作非为，就会走向反面，自然会暴露出其社会渣滓的本性和没有文化的实质。

也就是说，有些富人虽然学会了赚钱的手段，却没有学会做人的规矩，于是导致了一个畸形现象：口袋越来越鼓，脑袋越来越空——自我膨胀到连什么可以做、什么不能做也弄不清楚了。或者说，有些人虽然经济上忝居或跻身富人的行列，但心态、素质并没有跨入富人行列，没有丰富的知识，没有高质量的精神生活，没有高雅的情趣与业余爱好，还保留着许多穷人的陋习（当然这里并没有鄙视穷人的意思），动辄露出一副穷酸相或粗俗相。民间流传着多种版本的有关暴发户进行夸富、比富、斗富、摆富、显富等挥金如土行径的“传奇”，并因之有了“穷得只有钱”的流行讽刺。这正说明他们虽然经济上成了富人，但生活方式和品味上、修养素质上、格调趣味上并没有“脱俗脱贫”，而仍然是一介俗人。

这些人共同的特点是夸富，他们原本就没有什么社会责任感，就只有自私。因此一旦富到了一定程度，就会炫耀自己，向别人大肆卖弄自己的富有，让别人去羡慕，以满足其狭隘的虚荣心与自私欲。“赚钱并引以为荣，赚更多的钱并更加引以为荣。”美国《时代》周刊创始人亨利·鲁斯这句名言，成了许多梦想发财的中国人的座右铭。有了钱，就要让别人知道自己有钱，正像一家广告公司的总裁说的那样：“在中国，你的富裕要让别人看得见，否则没人会相信你真的有钱。”譬如说那位建豪华墓冢的企业家，即是如此。她认为自己富了，是祖宗的阴德所致，因此就需光宗耀祖一把以示敬仰，并为自己树碑以荣身后。其实这只能吸引一些粗俗之人的目光，真正有水平、有头脑、有层次的人，只会藐之一笑、嗤之以鼻。而到国外飙车、豪赌，将中国人的脸丢到国外之人，可以断言他在国内平素也不会是什么好东西。至于那两位富了又混上了人大代表头衔的人，说明其原来即是投机者、钻营家，发迹即是目的，暴露也只是迟早的事。

或许正因为很多中国富豪是在如此短的时间内迅速发家致富的，他们的财富给他们带来的仅仅是盲从和眩晕。很多时候他们所做的已经不仅仅

是无度的挥霍，更是愚蠢地攀比。因为他们之中多是从没款一蹴暴发或从小款苦熬而成的，好似阿 Q 头上的疮疤，最忌讳别人说他没钱，哪怕是说他不够吨位、不够级别、不够档次，他都觉得丢脸，因而就有了敢于烧钞票、砸人头马、吃十万豪宴斗富比阔的俗的富人。

这种攀比的风气已不仅仅存在于这一阶层之中，它已经影响到整个中国社会。人们不仅艳羡富人的购买能力，更在乎他们拥有商品时的气度和豪爽。富人们消费购物时，不再仅仅满足于商品实用价值所带来的舒适和方便，而是越过它们，直指商品背后的符号意义和象征价值。与其说他们是在消费商品，毋宁说是在消费商品的符号意义，消费他们的欲望，欲望成为一个真正的富人。

因此，富人摆阔是个老话题，但摆阔的形式却日新月异，摆阔的花样日益翻新。以前有钱人摆阔的方式之一，是请一个跟班专责拿着砖头似的大哥大，电话铃声一响，老板就会在众目睽睽下不慌不忙地接过电话，然后用高八度的声音应答：“喂！”如今，这种摆阔方式早已落伍。如今手机一响，他会条件反射似地立即离座，找个没人的角落，十分夸张地压低声音：“HI，我现在在机场。”把声音故意抬高的“大哥大作风”早已成为令人不齿的一大恶俗。不过，故意把声音压低的伪平民意识，其实格调也高不到哪里去，也是一种作秀而已。

曾有两则流行的丑化和嘲笑暴发户的故事，一个是外国的，一个是中国的，但意思则大同小异。

外国的故事说：德国小说家、作曲家霍夫曼到柏林的一个新贵家做客。餐毕，主人领他参观自己豪华的住宅。谈到仆人，这位暴发户漫不经心地说他一个人需要 3 个仆人服侍。谁料到，霍夫曼竟说他单洗澡就需 4 个人来服侍。一个给他放好浴巾，另一个试水温，还有一个检查水龙头。“那么第四个呢？”暴发户迷惑不解地问。“噢，他是最关键的——他代我洗澡。”霍夫曼说。

中国版本的故事则说：一个暴发户邀集了许多朋友去参观他的三个游泳池。大家都大愕不解，问他为什么需要三个。他说：“第一个和一般游泳池一样，装的是冷水，用途也和一般的游泳池一样。第二个则是装热水，天气冷时使用。第三个则不装水。”“那不装水叫什么游泳池？”“我有一些朋友是旱鸭子，他们不宜用冷、热水游泳池，所以特地为他们建造了这个。”

一位和富人打交道颇多的摄影师说，很多有钱人表面上很风光，可骨子里依旧是粗俗本性。这位摄影师发现多半成功的人或者说是富人都来自



小城镇，他们懂得吃苦，懂得往上爬，但他们精神苍白得很，做事时想尽各种手段少花钱多挣脸面。这在很多富裕起来的“海龟”身上体现得更淋漓尽致，他们对待钱的态度简直到了张狂的地步。他们的钱袋鼓了，墨镜也戴了，西装也穿了，好车也开上了，都是世界名牌，脸上总是挂着谦和的笑，谈话间不时冒出一串洋文，倒也不乏温文尔雅，但时间一久，他们的为人处事总让人觉得别扭。

以上所举的都是富有的俗人的种种劣迹，这并不是说，俗气的穷人劣迹就少，在这方面，穷人是“不惶多让”的。古代曾有一则经典的笑话，是这样说的：

从前，有个穷光蛋家贫如洗，却爱好吹牛。他每天吃完早饭后用一块肉皮往嘴巴上蹭几下，蹭得油光锃亮，便到闹市上喝茶闲聊，吹自己今天又吃了什么荤腥，使得周围人羡慕不已。有一天他正在吹牛兴头上，其子慌慌张张地跑来说：“爸，不好了，你用来蹭嘴的那块肉皮被猫叼走了。”此人惊问：“你妈咋不去撵呢？”其子回答说：“我妈没有裤子穿，怎么能出门呢？”这说明，不仅富人喜欢摆阔，穷人也一样，而且并不比富人高雅多少。

因此，有人讽刺这些俗人是：没钱的时候，养猪，有钱的时候，养狗；没钱的时候，在家里吃泡饭，有钱的时候，在酒家吃泡饭；没钱的时候，墙角下蹲着打玻璃弹子，有钱的时候，草原上立着打高尔夫球；没钱的时候，在马路上骑自行车，有钱的时候，在客厅里骑自行车；没钱的时候，钟点工叫阿姨，有钱的时候，保姆叫菲佣；没钱的时候，老婆兼小秘，有钱的时候，小秘兼老婆；没钱的时候，一群朋友，有钱的时候，一群保镖；没钱的时候，一声“老板”，受宠若惊，滚落床下，兴奋得直搔胸口。有钱的时候，一声“老板”，怒发冲冠，床架且做凭栏处，气愤无比，“老板”只配做摊大饼的摊主兼 CEO。

噢！总算明白了：没钱的时候，老板是褒义词，是诗人桂冠；有钱的时候，老板是贬义词，是姜不是将。应该敬称“董事长”，连总经理都是低人一等的称呼。因为经理不是所有者，而是打工仔。经理经理，修理别人，也被别人修理，惟有董事长才贵为王者至尊。

### 三、俗与名气无关

何谓俗人？就是与“谷”为伍的人。因为与“谷”为伍、所处的地势较低，所以往往看不到远方的事物；而且一旦洪水来袭，极可能被水冲



走，甚至惨遭灭顶。换言之，没有远见、随波逐流者，就是俗人。如此说来，俗就与一个人的名气大小、知名度高低无关了。为什么这样说呢？因为名人也是人，而且还是时尚潮流中的人。固然有些名人可以“弄潮儿向涛头立，手把红旗旗不湿”，在时尚中保持自己的独立个性，但大部分名人恐怕只能是常在河边走，哪能不湿鞋了，会身不由己地被时尚大潮裹挟着前行，随波逐流，从而丧失掉自己的个性和独立性。因此，就有了这样的说法：台前是名人，台后是俗人。许多有名的人，仍然是俗人。他们并没有因为有名就脱俗入圣了。名人也不等于有教养，甚至有些名人反而是根基浅薄的代名词。就像一个笑话中所说，别看你穿了个明星的小马甲，人模狗样，吆五喝六，你的俗人的狐狸尾巴还依然在后面高高地翘着呢！

因此，有人主张可以按照名人的品行，将他们细分成名士、名流、名俗三大类。所谓名士，是指有深厚学问、有突出成就、有社会责任感，并且有骨气、道德高尚、品行堪称社会楷模的知名人士；显然，这是相当高的标准（与古代所说的名士并不完全一样），在我们今天的社会中有资格获此尊称的人士恐怕并不很多。

所谓名流，是指有较多文化、有较大成绩，并且有着自己的道德标准和行为水准的社会知名人士；他们可能会有一些风流逸事，或者干一些与众不同的事，但是却从来不做低俗卑劣的事。也就是说，名流乃是有那样那样缺点缺陷和不足的知名人士，他们也是人，也有七情六欲，也难免犯错误或上当受骗，尽管如此他们仍然有着向上向善的自我道德约束。

所谓名俗，简单地说就是指那些有名的俗人。产生名俗的社会原因与新兴的大众传播媒介密不可分，广播、报纸、电影，特别是电视，以及正在兴起的网络，可以在很短的时间内就把一个能够引起公众兴趣的人变成有名的人。在这种情况下，难免不形成一大批名气甚嚣尘上的俗人。他们是一个非常庞杂的群体，既有讲道德的人，也有不择手段或多多少少干些鸡零狗碎勾当的人。

不可否认，我们如今生活在一个星光璀璨的时代。举目四顾，满“天”都是闪烁耀眼的“星”光——歌星、影星、明星、巨星……好响亮、好光鲜、好荣耀的称谓啊！单单只是听来，都会令人肃然起敬，尤其是这些明星、艺人、艺术家们俨然摆出一副超然的态度，在无数的镁光灯下指点江山、用艺术作品针砭时弊地表现普通人生活中的方方面面的时候。

对于这些名人来说，出名带给他们的不仅有鲜花、掌声和笑脸，还有毒刺、冷箭。这一点对于演艺圈里的明星们来说，可能体会更深。演艺界明星是追求虚名、浮华的代表和极致，是一群生活在“梦境”中的人。他