

破鋼琴難賣

我媽和我姐要來美國，丈夫菲里普特地買了台新冰箱。冰箱進門後沒地方放，我們倆看來看去，看到那架破鋼琴。鋼琴的位置很好，正好可以擺一台新冰箱。

新冰箱安營紮寨了，破鋼琴怎麼辦？菲里普說：“賣，500 塊錢賣掉。”

這架鋼琴雖然不中用，卻是家里最像古董的古董。於是，我們跑去古董店兜售我們的鋼琴。沒想到，跑一家失敗一家。

跑到最後一家古董店，店主一聽我們要賣鋼琴，就擺出一張苦瓜臉，領我們到一架鋼琴前，鬱悶地說：“這架鋼琴賣 50 塊，賣了 4 年沒人要。”

菲里普一咬牙：“這樣吧，我們的鋼琴不要錢，送給你吧，你幫我運走就行。”

那店主瞪大眼睛：“運費就要 80 塊呢，要不，這台我免費送給你，你運走。”

他這話一出口，菲里普拉上我就跑。

我真是沒想到，美麗高雅的鋼琴白送都沒人要。怎麼辦呢，鋼琴還堵在家里，賣不掉也送不掉。我媽和我姐快要到了，菲里普只好把鋼琴挂到網上，講清楚是白送的。“送”了好幾天，無人問津。我靈機一動，說賣 100 塊錢吧，白送沒有人要，賣 100 塊錢，说不定有人要呢。

在美國賣古董

這個辦法果然很靈，不到 3 天，有人打電話來了，這個人名叫杰西。

杰西說，他想要這架鋼琴，不過他沒錢，不能用相當于 100 塊錢的古董換。他的古董是一只舊電鋸。

菲里普當即答應。他很高興，鋼琴有人要了還多了一件古董。

那天，杰西來拿鋼琴，他一到就開始拆鋼琴。菲里普很奇怪，問他為什麼把鋼琴拆了，杰西說，整個鋼琴對他來說是沒有用的，他要的是鋼琴的零件，零件越舊越好。比如，這架 1900 年的鋼琴，木頭很考究，拆下來加工成砧板，賣 100 塊錢一塊，這架鋼琴的木板至少能做 10 塊砧板。琴鍵也是好東西，鑲在表面的是象牙，取下來可以做首飾，比如項鏈、手鏈、耳環。

杰西樂滋滋地說：“現在呀，這樣的真象牙首飾去哪兒都找不到。”

我問他：“杰西，你怎么知道這是真象牙呢？”

他神氣活現地說：“1900 年以前的鋼琴用

的全是真象牙，之後的就難說了。我只收 1900 年以前的鋼琴。”

菲里普也問了句：“杰西，你怎么知道這是 1900 年的鋼琴？”

杰西說：“琴的擋板後面烙着‘1900 字樣，看不見，得用手摸。這是老鋼琴的特性，也是懂行人的秘密。”菲里普不信，打開手電，果然看到杰西說的那個地方清清楚楚地烙着“1900”。

杰西開心地說：“這樣的鋼琴，10 來年沒遇到過了，謝謝你們。”

杰西繼續拆，拆得神采飛颺。我的腸子都悔青了，但後悔已來不及。

不過杰西還算爽快，臨走時給我們留下一條帶象牙的琴鍵，對菲里普說：“給你老婆做個項鏈吧。”當然，他沒忘記他的承諾，把一只破電鋸送給菲里普，然後開車載着一車珍貴的碎片走了。菲里普抱着電鋸，待了很長時間，咬牙切齒地說：“林，我們去古董店把那架放了 4 年的鋼琴買回來。”

我們最終還是沒去古董店，因為我們想通

了，要那么多砧板和象牙首飾幹嗎？它們又不能吃。賣掉？我們要那么多錢幹嗎？死了又帶不走，省省力吧。（文：盛林）



音樂促銷



英國一家賣場對背景音樂和紅酒種類、銷量的關係進行了一項調查。商家在紅酒酒櫃上放了一台錄音機，然後在櫃檯里放上同等價格的法國紅酒和德國紅酒。然後，一天播放法國樂曲，一天播放德國樂曲。

結果發現，在播放法國樂曲的日子，當天銷售的法國紅酒達到 40 瓶，而德國紅酒只能賣出 12 瓶。播放德國樂曲的日子，當天銷售的德國紅酒達到 22 瓶，賣出的法國紅酒只有 8 瓶。後來通過回訪顧客發現，他們根本沒有意識到背景音樂的差異。

音樂在營造氛圍方面，具有非常有力的效果。打個比方，你去北海道旅行，就會想吃北海道的美食；去了沖繩，自然想吃沖繩的美食。背景音樂有同樣的效果，讓人有種身臨其境的感覺。

當商家想推銷某種特定商品的時候，就可以利用人們的這種傾向，播放相關的樂曲。比如在超市中某個賣食材的櫃檯，不僅僅要讓店員向顧客推銷商品，

還要播放相關的背景音樂，對顧客進行潛在的引導。

當你想為顧客營造一個“舒心環境”的時候，不但要注意店內裝修的色調搭配，還要在背景音樂上下功夫。即使是同一首曲子，通過改變其節奏，也會製造出不同的氣氛。

特別是節奏舒緩的曲子，更能讓人感覺舒服。這樣的曲子，非常適合以舒適、輕鬆為主題的咖啡館。有些咖啡館只播放收音機里的音樂，那樣的話，播放什麼曲子，自己不能做主，雖然不用費腦子思考，但無法營造統一的店內氛圍。因為收音機播放的音樂，往往沒有統一的主題。所以，咖啡館的經營者還是要花一番心思，自己選擇音樂。另外，背景音樂還有一種效果，就是隔斷周圍的雜音，這叫作遮蔽效應。當有某種頻率的音樂存在時，同一頻率上的其他聲音，就很難進入人的耳朵，比如，適當的背景音樂，可以遮蔽其他人說話的聲音、空調的聲音，以及腳步聲等。

我有位在北京工作的朋友，小時候在山西農村生活。她讀小學時，有一年從縣城來了一位漂亮的女老師。她是課代表，要把同學們的作業收齊，送到老師辦公室。她進去的時候傻眼了：美麗的老師，正在和一個小伙子手拉着手轉圈跳舞。

一個小女孩，被眼前的一幕照亮了。在她看來，這個外來的老師，擁有和其他老師不同的氣質——談吐、步態，哪怕是愛情，都代表着一個更廣闊的世界。後來，這位朋友從山西考到了北京大學。

我也有相似的經歷。讀初中的時候，學校來了兩位年輕的男教師，他們是從一個師範學校過來實習的。很多時候，他們會直接講普通話。在我們學校，此前根本沒有講普通話的老師，不管是在課上還是課下。

現在想來，他們不過是中師畢業的小伙子，十七八歲而已，來到我們這個鎮上，也很忐忑吧。他們穿着運動服——很有可能是沒有別的衣服可穿，但是在我們看來那是時尚的象徵。我們從沒穿過校服，更談不上運動服，腳上穿的是母親做的布鞋。

作為教師子弟，老師對我來說早就沒什麼神秘感了。我從小就認識很多老師，在他們的愛、調侃和哄笑中慢慢長大。我知道教師很偉大，擁有自己的節日，但是也知道他們都是普通人。比如我父親是一位老師，但他做的飯菜，就常常難以下咽；他也會找個藉口，把洗碗這樣的家務分配給我們。同學們對老師都是仰望，我卻從來沒有這樣的尊崇，對他們的生活，也不感到神秘——那就是我每天都能看到的生活啊。

但是這兩個穿運動服、講普通話

的小伙子卻重新讓我對教師這個職業產生了陌生的感覺。教師應該是有追求的（穿運動服而不是我們的居家服裝），應該是講普通話的，那意味着和一個更高級的標準、一個更大的世界聯繫起來。那時我還沒法看電視，但是已



神奇的照亮

經過過收音機知道普通話是怎么一回事，有了對“國家”和“鄉土”的模糊理解。

這樣的老師，未必真的傳授過你知識，卻為你召喚出一個新世界。那兩個實習教師，其實並沒有給我上過課。但是，他們的存在本身，就足以召喚出一個廣闊的世界，就像拽着你的頭髮，把你拔離地球，讓你脫離引力的掌控，找尋到飛翔的感覺。你的內心會有一種真正的覺醒，你開始重新打量現實生活。你對現實產生一種疏離感，開始想要離開，去看更大的世界。

大概從那時開始，我就知道自己一定會到遠方去求學。經常和兩位實習老師一起打籃球的弟弟應該有相同的想法。那年寒假，有鄰居開玩笑說要給弟弟介紹一個對象，才 14 歲的弟弟惱

怒起來，說：“我才不會在老家找對象。”父親的眼睛亮了，他一定發現自己的兩個兒子變了。

這可能關乎教育的一個本質問題：什麼才是真正好的教育？一個孩子，日復一日地背着書包上學，做各種作業，應付考試，他一定需要一個特別的日子，需要一個決定性時刻來照亮自己。有時候人們會說，真正好的教育，是讓人能夠“發現自己，完善自己”，但並不是每個人都能獲得這樣的契機。

父親可能不是特別好的老師，雖然他教過的學生也有考上北大、清華的。他只會說“學習要靠自己”，但是，我隱約感知到，父親懂得教育的根本。我讀初二的時候，父親正好教這一年級的數學。我的數學很差，他有足夠的理由把我調到他所教的班級。但是，父親沒这么做，他甚至沒有給我講過一

道數學題。

他一定知道，親自教兒子是錯誤的選擇，教育需要的是不斷“陌生化”，需要接受新的場景和可能性。回想起來，自己經歷了那么多老師，對自己影響最大的，其實都和“教學”無關，而是一些神奇的暗示或者力量。

讀高三的時候，我遇到一個很厲害的語文老師。他總是懶懶的樣子，對講解語文題很不屑，有時候還會說“這個沒什麼意思”之類的泄氣話。但是，他的傲氣和身上乾淨的白襯衫，卻很神奇地鼓舞了我。在我看來，那就是才華的象徵，也是一個讀書人該有的樣子。於是，我發奮學習語文，差點把《古文觀止》全部背誦下來。那位老師可能永遠都不會知道，他通過這種方式“照亮”了我。（作者：張豐）

今後 50 年互聯網會是什麼樣



在下一個 50 年里，數字世界將會呈現什麼模樣？美國《大眾機械》月刊網站 2019 年 11 月 1 日的報道梳理了一些專家、研究人員、科學家、工程師和未來學家的回答。

世界將虛擬化

哈佛大學伯克曼·克萊因互聯網與社會中心研究員、2014 年出版《社交機器》一書的朱迪絲·多納特寫道，在今後短短 1/4 個世紀內，我們現在搜索或使用互聯網的方式將被認為是“老掉牙的”。確切地說，我們的數字存在將不會與實體世界分離，而是會深深地根植于其中。

多納特還寫道：“鍵盤、鼠標和顯示器都會消失。”

維基媒體基金會首席產品官托比·內格林把互聯網與電相提並論，因為它已經成為“無處不在的公用事業，某種我們預期將隨時可用並唾手可得、與我們的日常生活有千絲萬縷聯繫的東西”。

我們面前的世界將是現實與虛擬的混合，而且人們很可能將無法辨認哪些是現實、哪

新的交流形式

由於數字時代的到來，我們的世界變得更小了——不管是就口頭還是書面交流而言。但專家們一致認為，我們仍在進化中。在不遠的將來，打字信息將逐漸讓位于口頭和聽覺的交流，就像蘋果智能語音助手 Siri 和亞馬遜語音助理 Alexa 所展示的那樣。

互聯網上最大的開源材料集合網站之一 Ibiblio 的創始人保羅·瓊斯說：“你再也不需要上網搜索了，你只需提問。這更像是進行交談。”

多納特說，技術方面的進步將適應這個口頭交流的新時代。

瓊斯和多納特都指出，幾乎無處不在、能夠自動更正的預測性技術將變得更加準確，這將使通信變得更快，並且不需要那么多的腦力。此外，得益於我們把語音與增強現實（AR）相結合的能力，我們將能夠理解每一個人並與之進行交流。

隱私不復存在

每次你吩咐 Alexa 再買一袋貓糧的時候，你就是在向一家價值 10 億美元的公司提供更多關於你的信息。為了便利，你已經做出了犧牲一些可能具有私密性的信息的決定。

這樣的情況將會有增無減。瓊斯說，這些新技術將越來越擅長于瞭解我們想要什麼。“如果你有某些習慣，那么這些設備會根據這些習慣幫助你。它們將會進行預測。這會讓人感到恐怖，卻又有一種熟悉感。”

報道稱，由於這一原因，企業營

銷和廣告的方式將發生顯著變化。它們將變得更加個性化，規模也將明顯縮小。多納特寫道：“量身定制的廣告會越來越多。你的手腕上會短暫地閃現一只你可能購買的漂亮手鐲，你將會看到自家客廳里鋪上更漂亮的地毯和擺上新傢具後的情景。”

健康數據革命

隨着收集人們健康信息的持續連接的可穿戴式技術的出現，生物數據革命的端倪已經顯現。接受調查的專家們普遍相信，這對整個社會來說可能是件大好事，這實際上可以讓我們獲得大量數據，並用其造就更好的醫療保健服務。

美國電子前沿基金會負責國際言論自由事務的主管吉利恩·約克寫道：“我們將獲得更多關於人們如何進食、鍛煉和其他日常生活的信息，它們將幫助醫生和研究人員更好地制訂各種計劃，以服務于我們的需求，幫助我們變得更加健康。”

悲觀情緒滋長

所有人都樂觀地期盼，互聯網的未來將意味着和諧、團結、更好的交流、自由流動的信息、更便利和更健康的世界。但是，所有這些希望都伴隨着大量的警告性提示和限定條件。

談及自己所收集到的回答，雷尼說：“有一些我們仍然難以解決的重大且複雜的問題。我感覺現在處於一個拐點。我們現在得解決這些問題，以確保最壞的情況不會發生。”

就像對於每一種新技術一樣，在某種程度上，這項工作需要時間去充分理解其影響以及找到最好的應對方式。內格林說，“我們充其量只是處在互聯網的青春期”，距離真正理解這意味着什麼還有很長的路要走。