



“六亲”不认是哪六亲

张 玥

一个人黑脸,一点面子都不给,甬管谁来套交情都没戏,这就叫六亲不认。现在的“六亲”当然是泛指,亲戚也好,朋友也好,都包括在内,是一种夸张的形容。不过有的朋友问了,最初的“六亲”都包括谁呢?

这是个不太好回答的问题。为什么呢?因为自古以来关于“六亲”的说法有好几种,就像“三皇五帝”有好几种说法一样。

先来看看汉代的说法。西汉的大才子贾谊在他的《新书·六术》里说,“人有六亲,六亲始曰父,父有二子,二子为昆弟;昆弟又有子,子从父而为昆弟,故为从父昆弟;从父昆弟又有子,子从祖而昆弟,故为从祖昆弟;从祖昆弟又有子,子以曾祖而昆弟,故为曾祖昆弟;曾祖昆弟又有子,子为族兄弟。务于六,此之谓六亲。”

这段话是什么意思呢?就是说“六亲”之始,是“父”,这个爸爸生了俩儿子,这哥俩就叫做“昆弟”。哥俩再各自生儿子,是第三代,这第三代的哥儿几个,就称为“从父昆弟”,也就是俗话说的“亲叔伯兄弟”。然后依此类推,第四代称为“从祖昆弟”,第五代是“曾祖昆弟”。到了第六代,称为“族兄弟”。这六代就是“六亲”。

可见,贾谊的观点认为,六亲都是一个族内同宗的亲属,一共涉及六代人。

有趣的是,同样是和贾谊有关的一段文字——《汉书·贾谊传》中出现过“六亲”这个词条,而且有好几处,不过给这段文字做注解的人,却提供了不同的解释。

其中一个说法称,“六亲”包括父、母、兄、弟、妻、子。还有一个综合了各种说法认为,“六亲”包括父亲的兄弟们、舅舅们、父亲的姐妹、妻子的家属、丈夫的家属、本人的兄弟。

可见,这两种说法最大的差别,就是后者不包括父母妻儿,但是包括了其他一些至亲。

另外,《史记》里曾以外祖父母、父母、姊妹等为“六亲”;《左传》则说是父子、兄弟、姑姊等;《老子》则认为是父母、兄弟、夫妇等。

天下有没有免费的午餐?答案是:有。商人卖东西,顾客付钱,使前者赚取利润,并用于扩大再生产,这似乎成了天经地义的循环。如果顾客不付钱,由商人提供免费的商品,还能建立起长期的生存模式吗?

在传统环境里这似乎是天方夜谭,但在数字化网络时代,“免费”却代表了商业的未来。《长尾理论》的作者、美国作家克里斯·安德森在新作《免费》中详细阐述了这种新型商业模式的强劲生命力。

安德森选取了网站、航空公司、咖啡店、广播电台等领域中的几大知名品牌作为例证,讲述了它们如何通过提供免费产品聚集大量用户,而又如何在免费基础上盈利的。如果他对未来的预测够准确的话,那么“免费”将彻底颠覆现有的商业模式,人类将迎来一个新的互惠时代。

这里所说的免费,不是买一送一,不是“内附赠品”,而是实



“在北京有一个地方叫小月河。小月河,跟著名的奥运村只隔着一条高速公路。”只看到《蚁族》开头的这句话时,心就开始往下沉。很多小说都是用这种方式来做对比的。

果然,在距离繁华的奥运村不足两站地的地方,居住着被作者称为“蚁族”的一个群体。在作者的描述中,这个群体有着和蚂蚁一样高知、群居、弱小等共同点,确切地说,指的是“大学生低收入聚居群体”。他们中的人大多是来自于农村或者小城镇的“80后”,希望通过接受高等教育改变自己的命运。然而,他们毕业后却大多从事着不稳定的“以保险推销、电子器材销售、广告营销、餐饮服务为主”的工作,月收入在2000元以下,只能租住在城郊地区的民房内。有的人,每天有6个小时花在上下班的路上。

天下真有免费午餐

实实在在的零付费。你可以随心所欲地欣赏有趣视频、下载音乐、白白得到一张机票,或者长期使用一套软件、一款手机。

它们为什么能免费提供给你?因为它们的成本几乎为零,不管是产品本身还是售后服务。

它们为什么成本极低?当你仔细观察就会发现,几乎绝大多数免费产品都与数字化网络有关。在互联网的虚拟世界里,商家能获得巨大的仓储空间,能拥有最广阔的销售渠道,能获得无限多的需求信息——总而言之,它的市场远远超出现实世界数倍甚至数十倍。

因而,这些“免费”商品不是建立在物质基础上,而是建立在电脑字节的基础上,虽然容量巨大,却只需要极少的网络维持费用。它们不依赖具体的物质而生存,几乎不需要什么耗材,只需要人们下载一些虚拟文件,或者点击几下鼠标,以此积累起下

载次数或者点击率,就可以了。

其实人们很关注的问题是:免费模式如何盈利?在互联网时代,利润首先是一种口碑,或者关注度,其次才是金钱。

免费模式最关键的两个环节,就是利用不花钱的优势吸引顾客,而后逐渐培养出对产品的依赖性,或者激发其对产品的潜在兴趣。第一个环节会培养出海量客户群,建立极为庞大的市场。

当然,潜在的广告客户、第三方市场也会是盈利的贡献者。安德森在书末列出了50种商业模式,均建立在免费基础上同时盈利。你会惊讶地发现,原来免费世界并不那么“单纯”。

《免费》并没有深层地探究这种现象的本质,但它至少给有心步入商界的人提供了一种参考。互联网时代是全民化的时代,资本已不再是物品、货币,而是谁都能获取的虚拟空间,这使得普通人建立商业奇迹的可能性大大



增加。如果你能理解数字化的本质,以及与之相关的商业模式的特点,也许你就是下一个网络巨擘的开创者。(津报)

“蚁族”不只是个传说

工作的不稳定、生活环境的混乱、巨大的生活压力,在严峻的现实面前,昔日的“天之骄子”卸下了曾经笼罩在他们头上的一切光环,且心理状况堪忧。

高速公路的两边,俨然两个世界,就如同“80后”,也并不都是同一个世界中的人。

说起“80后”的故事,电视剧《奋斗》曾经风靡全国。当时的感觉是,主人公陆涛有两个老爸,一个有钱,一个有权,还谈得上什么奋斗?与他比起来,“蚁族”没有显赫的家庭背景,没有可以依靠的社会关系,是名副其实的草根阶层,赤手空拳打天下。也正因为此,他们在和同龄人的竞争中落了下风。然而,当只能靠馒头充饥时,他们还是没有放弃梦想,而是相信只要明天比今天好,就是希望。他们永远在等待中积蓄力量。

本书的主编廉思称“蚁族”为农民、农民工和下岗职工之后的第四大弱势群体。除了生活的压力,无助和迷茫也和“蚁族”如影相随。30年前,一名叫潘晓的青年发出了“人生的路啊,怎么越走越窄”的呼喊,今天,“蚁族”也困惑“路在何方”。房子会有的,面包会有的,一切都会有的,但是为此,将付出什么?当有了这些东西时,我们是否已经白发苍苍?和现在的“房奴”、“车奴”一样,“蚁族”是梦想的奴隶。前者透支的是金钱,而后者,透支的是青春。

无论是“小月河”,还是书中提到的“唐家岭”都只是一个缩影。据调查,仅北京地区就有10万以上的“蚁族”。除北京外,上海、武汉、广州、西安等城市也都大规模存在这一群体。《蚁族》的主编廉思也是“80后”,他带领他的团队,不仅用



细腻的心感受并记录着同龄“蚁族”们的青春岁月,还用科学严谨的方法调查和分析“蚁族”这一群体产生的原因和将带来的问题。作为首次被提出的一个概念,“蚁族”还需要不断完善,但这群人,的确需要被关注。也许有些问题廉思也没有讲清楚,但这正说明,这项研究只是个开始。(李宁)

新书上架



《乳与卵》
作者:[日] 川上未映子
出版:上海译文出版社
定价:18.00元
这是去年芥川奖的获奖作。仅仅看到书名,就能联想到这部小说的女性色彩。一个独自在异地生活,一个身为母亲却总想着隆胸,一个身处青春期而又自闭,三位不同的女性其实面临相同的困惑,说到底就是对自我价值的怀疑。对于男权至上的日本而言,这种怀疑更带有鲜明的反思性。



《极致之味》
作者:叶怡兰
出版:上海人民出版社
定价:39.00元
叶怡兰是以“享乐”为职业的人,常常是在拼命赚钱一段时间后,到世界各地去追求极致的享受。她的《享乐·旅馆》《寻味红茶》无不展现了她的这种奢侈追求。本书聚焦于世界各地的知名美食,蜂蜜、橄榄油、奶酪、寿司、巧克力、葡萄酒、咖啡……无一不能给人们带来毕生追求的“致命”快感。



《京剧下午茶》
作者:徐城北
出版:浙江大学出版社
定价:30.00元
论起讲评京剧的专家,徐城北可谓资深级别的了。曾亲眼目睹梅兰芳、袁世海等名角演出的他,对台前幕后的规矩、套路、逸闻等等知晓得太,信手拈来就是一段掌故。虽然作者是应约为外国人写下这些内容,但对已不了解京剧的当代国人而言,这同样是一本极为适合的入门读物。



《绝版甲午:从海外史料揭秘中日战争》
作者:[澳]雪珥
出版:文汇出版社
定价:29.80元
本书作者是澳大利亚华人,《国家历史》等刊物的专栏作家。他从海外历史资料中搜集关于甲午战争的信息,从独特的视角审视了清帝国之所以拥有强大海军却依然惨败于日本的深层次原因。一百多年前,日本是如何在中国布下严密间谍网的?如“高升号”那样的战舰是如何在其“生前身后”卷入各种风波的,都是本书作者深切关心的话题。



《我们在此相遇》
作者:[英] 约翰·伯格
出版:广西师范大学出版社
定价:24.00元
梁文道说,约翰·伯格是西方左翼浪漫精神的真正传人。这位公共知识分子虽然以《另一种讲述的方式》等艺术批评为世人所知,但他的小说也同样具有迷人的吸引力。本书可能带有一定的自传色彩,其中的每一个故事都是与过去的重新邂逅。