

**智能广告牌只认女性**

一块“特别”的互动广告牌将在伦敦牛津街上的一个公交站亮相,它内置的摄像机能测量站在面前人物的面部特征,然后只向女性显示广告内容,其识别正确率高达90%。据报道,该广告全长40秒,是一个关于在全球促进妇女受教育的慈善广告,男性读者如站在广告牌前,只能被引向一个相关内容的网站。慈善组织称,不让男性看到内容是为让他们“体验性别歧视”。据介绍,这块智能互动广告牌根据站在面前的人物两眼间的距离、鼻子的宽度以及下巴的形状来判断读者的性别。有广告专家表示,该广告的出现标志着未来个人化广告的前景“无可限量”。

**3万年的种子开了花**

俄罗斯科研人员公布一项最新成果,他们复活了3万年前的植物种子,种出整株草本植物,还开出白色花朵,经放射性同位素测定,这些种子的历史可追溯到3.18万年前,表明这是迄今种活的最古老植物。研究人员介绍,他们在西伯利亚东北部下科雷马河沿岸发现70多个古松鼠洞,这些洞位于距地表下方20米到40米处,与猛犸、毛犀牛等古哺乳动物骨骼处于相同年代的永冻层。研究人员在松鼠洞内找到多种古植物的种子和果实样本。研究人员说,这种古植物的复活证明,永冻层成为古生命形式的自然存储地,对于研究和搜寻传说中消失的古生物种类具有重要意义。

**“狗狗频道”,为小狗狗量身定做**

美国圣迭戈本周推出“狗狗频道”。这一频道不是为“狗迷”们开设,而是为小狗狗量身定做。频道负责人说,“狗狗频道”24小时播出,让独自在家的宠物狗们不再寂寞。“狗狗频道”播放的节目内容简单,比如播放一群小狗玩球的画面,让“观众”感觉兴奋;或者播放小狗睡觉的画面,让“观众”平静下来。有的节目是从小狗的视角出发,拍摄车窗外的景色。

**手机程序助你科学喝咖啡**

咖啡能够提神,那么,喝多少、什么时候喝才不会影响睡眠或带来其他健康问题?美国宾夕法尼亚州立大学研究人员开发出一款手机程序,帮你科学喝咖啡。程序名为“咖啡因地带2”(Caffeine Zone 2 app),可免费下载。用户只要输入自己的喝咖啡习惯,比如已喝了或打算喝咖啡的量,开始饮用的时间或喝咖啡的速度(4个选项),程序就会估算出未来24小时使用者血液中的咖啡因浓度,然后以坐标图表给出适当建议。横向坐标显示时间,纵向坐标显示咖啡因浓度。“咖啡因地带2”使用于所有类型的咖啡因摄取方式,比如口香糖、咖啡、茶、运动饮料。

**会走路的“计算机牛仔裤”**

荷兰电脑专家德奈斯及斯米特发明了一种“计算机牛仔裤”,这条牛仔裤上有蓝牙键盘、扬声器及无线鼠标,只需在电脑上插入USB设备,裤子就能实现无线操作。据报道,穿着这种牛仔裤的用户从此就能一边走动,一边敲打着大腿上的键盘等控制计算机。新发明的原型是由二人用手工缝制而成的。德奈斯表示,“计算机牛仔裤”只比普通牛仔裤稍重一点,如正式推出,预计售价约为250欧元。

**我闻 | Blog****禁止性感**

咕咚  
专栏作者(伦敦)

花花绿绿的都市,开放性感的画面总那么轻而易举就闯入眼帘。举目之望,诱惑无处不在。成年人有心门把关,孩子们纯真的双眼可都像海绵。

于是英国的家长们担忧,在这种性渲染的环境中,自己孩子的思想和行为都会受到污染和影响。

英国广告标准局在广泛征询意见之后,准备对学校附近的广告牌施行管制。即在学校周围100码(1码=0.9144米)的范围内,禁止张贴性感广告。所谓性感,当然离不开暴露,所有只穿着内衣内裤的广告自然都在被禁之列。此外,穿得多不等于不性感。如果广告中的模特有煽情姿势或眼神,看上去隐含性挑逗,哪怕穿成熊叔熊婆,广告还是有可能被封杀。

这一招出台,为花朵们健康成长看上去功利千秋。且新规定不是一时性计划,为保护青少年和儿童不受性渲染环境污染,今后还有相关规定跟着出笼。

只是,该规定仅在学校周围100码范围内适用。出了这100码,仍是花花世界。我家楼下走10分钟就有一家学校。每天孩子们上学放学,必经喧闹的主街。主街上各类广告形形色色,不乏性挑逗类。孩子们天天来来往往,早已目染成疾。广告局的良苦用心在校园100码之外完全不起作用。再者,从广为传播的媒介上获取有关性感的信息和图像轻而易举,所以有人抨击这百码禁令实为自欺欺人。欲严格管制青少年能够接触到的广告信息,显然绝非禁止性感广告张贴那么简单。

不过至少,为自己后人想到了,也用心做了,尽管有效区域仅有100码。

**冬天的房客**

高远  
专栏作者(巴黎)

法国有一条令外人看来奇怪的规定:冬天不准赶走未付房租的房客。法国《建筑与居住法典》规定,由法院作出的关于驱逐违约房客的“勒令迁让”法令,每年冬季(11月1日起至翌年3月15日止)必须暂停执行。

为什么会有这样的法律?还要从法国慈善事业的标志性人物——皮埃尔神父说起。1954年冬季的一天,他在街头看到一位因和丈夫离婚被无情赶出家门的妇女冻死街头的一幕,临死手里还抓着前一天被丈夫驱赶出来的驱逐令。这悲惨一幕深深刺痛了皮埃尔神父。第二天,他通过电台向全法发出呼吁:“法国所有的城市,所有的街区,所有的家庭,从今天起,都应该无偿的接纳露宿街头,受苦的人。”

皮埃尔神父的呼吁立刻得到法国人的呼应,人们通过自家收容、捐助食品、药物资金等方式,找寻照顾那些无家可归者。后来在皮埃尔神父的屡次提议下,法国政府通过法令:冬天不准赶走房客。另外,该法律规定几种情况不受保护之列:1、已获得体面住所的房客及其家庭;2、因住房不卫生被驱赶的人;3、以撬锁方式进入非法占用空房子的人。该法律核心是:保护那些诚实房客,给予他们一段时间喘息和更多宽容。

“冬天不准赶走未付房租的房客”法令出台伊始,即刻受到穷房客和人道主义组织的欢迎。但它也招来了很多房东的不满:“保护穷人没有错,可是房东的损失由谁负责?该法律助长了拖欠房租之风。”

这自有一番道理。但很多人觉得,穷人遭驱逐会即刻无家可归,富人少挣钱也不至于露宿街头,这或许是法国人道主义者的一番心境。

**谁教会了排队**

李花生  
专栏作者(香港)

最烦有人插队,因为觉得必须要排队,先来后到才公平。可是队该怎么排呢?前面三个人如果并排着聊天,他们心里或许清楚彼此的先后顺序,后面的人怎么分得清楚?他们歪歪扭扭形成的又是“队伍”吗?

ATM取款机、洗手间、巴士候车点、餐厅结账处,这里的队伍笔直、清晰可见。排队也是门技术活,为什么他们排得那么干净利落?

前不久,读到一位人类学家James L. Watson 1997年关于“麦当劳在香港”的研究时,我才发现了这个排队的秘密。1975年麦当劳进入香港,香港和世界其他许多地区一样拒绝接受美国式的规则——“排队”,他们在无序中“抢夺位子”。麦当劳的经理为了反对这样的混乱场面,在付款处引入了“排队管理员”。至此,直到1980年,排队文化才在香港的麦当劳普及开。而麦当劳的消费群体又主要是年轻人,排队文化慢慢在年轻人中蔓延,30年过去了,影响是潜移默化的。

然而,教会大家排队的另外一个角色是九龙巴士公司。1970年代早期,他们在天星小轮候车大堂用栏杆分流乘客。它可以作为香港公交站点和出租车等候点排队习惯的开始点。如今,看看大巴候车点,它的设计上就有一些栏杆。杆上写着等候的某一辆车号码,因此如果一个站点有几辆车,乘客可以分开排队而不至于拥挤在一起。

即使到现在,香港地铁的高峰期也仍旧在车厢外有管理员,举着牌子,挥着手势,让我们往左或往右,停下或向前走。或许,这“地铁管理员”同样也会在40年后消失,成为我们生活的常识。