

教你八招關閉 iPhone 惹人煩的默認設置

蘋果 iPhone 確實是一款不錯的手機,但跟所有手機一樣,它也並非完美的。很多 iPhone 上的默認設置可能會讓人感到厭煩,或不適,不過我們可以通過設置來關閉它們:

1、停止告訴他人你的郵件“來自我的 iPhone”
通常,在你通過 Mail 應用軟件發出的任何郵件上都會默認加一個備注——“來自我的 iPhone”(Sent from my iPhone)。如果你不想加上這段話,你可以通過以下設置取消:進入“設置”選項,然後依次點開“郵箱、聯繫人、日曆,找到“簽名”選項,再點擊白色框,刪除“Sent from my iPhone”內容。

2、給你設置與眾不同的通知鈴聲
在一個完美的世界,蘋果應該向每款手機提供隨即鈴聲和新消息提示音。但是,實際情況是,所有人都聽到的是相同的通知聲音,這也就意味著,當你身處在人群之中,聽到“ding”一聲時,你可能會下意識的摸自己的口袋,但卻不是自己的手機在響。如果你想擁有一個與眾不同的通知鈴聲,可以這樣去設置:進入“設置”選項,點擊“聲音”,然後打開“聲音和振動模式”下的所有重要聲音,再自己選擇音效。

3、將所有蘋果應用軟件放入它們自己的文件夾

iPhone 手機中有一些預裝的應用軟件,它們是刪不掉的。如果你不喜歡投資,不愛玩遊戲,

對不起,iPhone 中已經有了股票應用和遊戲中心。儘管我們無法將這類應用刪除,但我們卻可以將它們放到一個文件夾中,這樣眼不見就心不煩,還可以清理手機屏幕。手指按住你想隱藏的應用軟件,直到它發生晃動,然後將其拖到另一個你想隱藏的應用軟件上,這樣就會創建一個文件夾,你還可以為其命名。

4、確保預裝應用軟件不“消耗”你的數據流量

預裝應用軟件還有一個負面影響就是,它們可能會“吃掉”你有限的月流量。

不過我們有辦法阻止這一切,你可以選擇取消這類應用的手機網絡數據使用功能,這樣就意味着,它們只能通過 WiFi 連接。操作如下:進入“設置”——“蜂窩網絡”,然後關閉你不希望使用 3G 或 4G 網絡連接的應用軟件。

此外,你還可以通過設置來選擇能夠在手

機後台進行自動更新的應用軟件,依次進入“設置”——“通用”——“後台應用更新”。

5、取消你的信用卡

iOS 系統會讓用戶選擇是否在你所瀏覽的網站上保存用戶名和密碼以及信用卡信息。這一功能選項通常是默認開啓的,如果你填寫購物信息後,手機也會彈出通知詢問你是否願意保存這類信息。

保存使用過的信息儘管可以方便以後操作,但也會埋下隱私泄露風險。不過你可以通過設置關閉這個選項:進入“設置”,依次找到“Safari”和“Passwords & Autofill”,然後選擇關閉“用戶名和密碼”以及“信用卡”選項。

6、關閉互聯網“追蹤”

我們可能知道,網站可以通過 Cookie 追蹤你的上網記錄,即使你關閉網頁也無濟于事。因

此,你的個人互聯網消費習慣就會被追蹤到,商家會依靠此信息為你投放廣告。

作為 iPhone 上的默認瀏覽器,Safari 支持一個隱私功能,名為“Do Not Track(拒絕追蹤)”。不過,這項功能默認關閉,如果你未作任何設置,網站還是會追蹤到你的信息。為了阻止這一切,你可以進入“設置”、“Safari”,然後選擇開啓“Do Not Track”。

7、保護你的短信

當你在手機鎖屏狀態下收到消息時,消息第一行內容會顯示在屏幕上。有時候,我們會收到一些隱私內容,不希望別人看到,因此需要改變設置:依次進入“設置”、“通知”、“消息”,然後找到“消息選項”,關閉“預覽”。這樣設置後,當你收到推送通知時,顯示的僅是發信人名字。

8、長電池續航時間

蘋果在 iOS 7 中添加了視差效果界面,無論可視角度如何,用戶都將能夠查看他們的應用程序,即使用戶將屏幕傾斜向下,應用程序將會向相反的方向移動,從而保證了用戶視角的可視性。對於 iOS 系統,軟件的“視差效果”是一個非常耗電功能。不過如果開啓“減少動態效果(Reduce Motion)”的選項,就可以延長電池的續航能力:設置->通用->輔助功能->減少動態效果(Reduce Motion)。

甜甜圈排隊怪圈

法蘭西絲卡·吉諾

一款奶油夾心、淋着誘人糖漿的甜甜圈,羊角麵包瘋了整個曼哈頓。麵包店號稱每天只做 200 個到 250 個羊角甜甜圈,每個售價 5 美元。賣甜甜圈的網站推出了購買“秘籍”,建議顧客在麵包店 8 點開門前兩個小時排好隊,同時還聲明,每位顧客最多只能買兩個甜甜圈。甜甜圈如此風靡,有人專門排隊後轉手將甜甜圈賣出去,價格 30 美元一個!

排長龍的情況很常見。幾年前,迪士尼副總裁喬·馬克思到東京迪士尼樂園參觀時觀察到一種現象,在一家店前面,遊客們排起長隊,有些人甚至已排了幾個小時。人們是為了買一種廉價的皮手鐲,手鐲上可以刻自己的名字。排隊的遊客很多,但整個園區只有這一家店在售賣。

馬克思十分不理解園區只開設一家店販賣皮手鐲的做法,既然皮手鐲如此受歡迎,就應該多開幾家店,減少人們的排隊時間,否則長久的等待會讓遊客失去耐心而放棄購買。

但實際情況是,大多數人對排隊並不反感。人們會為了買新出的小玩意兒,或等待人滿為患的餐廳空出位子,忍受腳痛站上一個小時甚至更久,並告訴自己這樣是絕對值得的。

為什麼人們會有這樣有違“常理”的消費行為呢?

心理學家將此行為叫作“自我傳遞信號”,就是說,人們傾向於通過自身的行為來進行自我認知。

在東京迪士尼的例子中,多是情侶或配偶一起排隊。愛人們的耐心等候表示對彼此的強烈承諾。因為,根據日本的傳統,交換皮手

鐲是親密關係的標誌,正是排隊等候買皮手鐲的行為,才使產品如此受歡迎。愛人們排隊是在向其他遊客表示,他們對彼此的承諾是多麼的堅定。同樣,曼哈頓的甜甜圈店發出“限購”的消息,通過網站上的“秘籍”鼓勵顧客排隊,讓排隊買甜甜圈成為潮流,顧客通過排隊表示自己是緊跟潮流的人。

有這樣一個心理學實驗。在實驗第一個階段,參與者被要求在冰水里抱住自己的胳膊,直至忍受不了為止。第二階段時,參與者做另一個冰水任務,接着再測試脈搏。

第一階段之後,實驗者對一些參與者說,高耐痛是心臟健康的標誌。意識到這一點的參與者在第二階段中,都會堅持把手臂放在冰水里泡上更長時間。與此同時,其他參與者被告知低耐痛是心臟健康的標誌,在第二階段中,這些參與者將手臂

泡在冰水中的時間大大減少了。很明顯,參與者將手臂能泡在冰水里的時間長短當作判斷健康與否的標準,從而延長或縮短在冰水里的時間,來暗示自己是健康的,這就是“自我傳遞”現象。

這樣的例子同樣出現在日常生活中,當你面對一個流浪漢時,你給了他一些零錢,你很有可能感到自豪。給流浪漢零錢不會徹底改變你這個人,但由於在大腦中,行為比話語要來得有力,因此你很可能相信自己就是一個正直的人。

飢餓營銷正是運用了這樣的原理,讓消費者在等待中獲得自我認同,比如小米手機的“用戶預訂機制”,就是讓用戶向自身傳遞“我是最前沿的科技迷”的信號,從而甘願等待。

人人都說石頭沒有生命,我不這樣認為,它也會被夏季的太陽溫暖,暖的發燙,燙到你無法接近,它個性鮮明,它的冰冷和熱情都讓人無法消受,它沒有朋友也沒有敵人,它可以粉身碎骨也可以亙古不變,它可以卑微到做鋪路石,也可以非凡到做高貴的工藝品,它沒有變成石頭之前是山,對人來說山是一座莊嚴的景觀,但對於自己來說,山則是一種孤獨,它有靈魂,否則它不會屹立。石頭把我的手磨起老繭,也把我的性格磨練到一定的硬度。

有些話,是值得銘記一生的,有些人是值得敬重一生的。我永遠銘記與敬重那些指點過我人生迷津的人,這個世界上,並不是所有人都樂意指點別人的缺陷,修復別人的自信。唯有那些值得別人這樣做的人,才能獲得如此幸運。

人必須有兩個世界,一個是現實的,一個是精神的。如果現實世界令我們痛苦,那麼我們就要從精神世界獲取安慰,這種安慰來自我們的內心,我們要用心去感受生活中美好的東西,不要沉溺于苦難無法自拔,怨天尤人,要學會拯救自己,自己主宰自己的命運。

別人的嫉妒只能證明他們的無能,並不能使我們失去什麼。苦難其實是最好的一課,只要你不被它擊倒,你就成就你自己。

無論如何我要嘗試,我要爭取!如果連嘗試都不去做,何談成功的希望?有時機遇只給你一些門縫,關鍵你是否有勇氣推開它。機遇,有時就是一輛失不再來的末班車,如不及時搭乘將會感到非常遺憾。嘗試很簡單,只需要勇氣。

經歷是一筆財富,苦難是一座金礦!而我的苦難經歷,不僅是我的財富,我的金礦,更是一所大學,我的人生大學!

人之所以活得沉重是因為自己把心壓在心上了,之所以自卑是因為總在光明中注視過去的陰影。

生活不相信眼淚,即使你把眼淚留成珍珠,灰暗的生活也不會發光。

我們不行往往不是我們真的不行,而是因為別人說了我們不行,如果我們堅信自己行就一定行。

沒有什麼比實際能力的展示更有說服力了,一個陷入絕境的人,當他幾乎不可能

獲得援助時,就會把他的全部和最後希望寄託在精神力量的優勢上,因為精神力量的優勢可以使每個勇敢的人奮不顧身,相信自己就是成功的關鍵。

如果我不是善於捕捉機遇的人,那麼,機遇一定不會在拐角處等我,即使等了我也未發現,即使發現了,也未必及時抓住。

如果人不能選擇出生的命運還可以選擇生存的命運,總有一種命運掌握在自己手中!

我抹干眼淚,爬起來,撿起鐵錘,把仇恨統統發泄到石頭上了,石頭在我的錘下啪啪碎裂,我明白了一個道理,所以壓在自己身上的石頭,也只有自己去顛覆,去粉碎,除此之外沒人能幫你。

人,有時候需要無情的鞭撻,才能激發自己的潛能所以說蒙受着羞辱或受到打擊,有時反而是好事,如果你把它做為鞭撻自己的動力的話。快馬也需要加鞭呢,何況人呢!

漂流或動蕩不要緊,要有能力扎下根來。

她永遠不會抱怨人生的不美好,永遠不會指責他人的不對,永遠不會做對不起別人的事情。她只知道感恩,只知道學習,只知道善待她人。

趙美萍《我的苦難我的大學》經典名句



與廁所文化有關的百科知識

世界各地的廁所文化

韓國:韓國,是第一個為洗手間立法的國家,從規模大小到管理、應用標識等都有非常詳細的規定。每年還要對優秀的洗手間進行評選,推廣優秀樣板。水原市推廣的樣板“螢火蟲公廁”,已被市民稱為“螢火蟲咖啡廳”。“踏進這座公廁門,就會看見人們三三兩兩座在一起聊天的場景。”

泰國:在泰國,還有第三種類型的廁所:“中性廁所”。在一些泰國學校中,“中性廁所”專門供有變性傾向的男生使用。男廁與女廁之間,有間廁所,其指示牌是一個全新的標誌。指示牌上的人像半是男生半是女生,藍紅各半。

日本:廁所的指示牌上寫着“化妝室”。有的廁所則以“紳士”和“婦人”區別男女。

法國:風趣地以艾菲爾鐵塔和凱旋門的圖像分別表示男性與女性。

美國:把廁所稱為“休息室”(restroom)。

廁所的起源和演變

羅馬帝國擁有較高級的排水管道:羅馬帝國早在公元前 4 世紀就已經因擁有較高級的污水、排水管道而聞

名于世,而直到 19 世紀現代污水和排水系統在英國才逐步得到發展。

19 世紀虹吸式的蓄水方式改進了廁所:

1776 年鐘錶匠 Alexand Cummings 對現代廁所的沖洗方式進行了改進,並申請了 U 型和 S 型沖洗方式的專利。19 世紀,Thomas Crapper 先生採用虹吸式的蓄水方式改進了廁所,並大量涌入市場。

英國 1875 年的公共衛生法是一個里程碑

19 世紀 80 年代是公廁發展史上的一個重要轉折點,因為化粪池向抽水馬桶的轉變需要建立更多的下水道和污水管網來滿足以水為基礎的污水管網系統,英國在此期間對倫敦污水管網系統進行了大規模的建造。英國 1875 年的公共衛生法對建築環境的發展是一個里程碑,這部重要的法律關於房屋的設計和街道的規劃制定了最基本的標準,因此從某種意義上

說這是第一部真正的城市規劃法案。這包含很多與下水道、污水管、公廁和供水相關的規劃。

第一座現代化收費公共廁所出現在 1851 年:

第一座現代化收費公共廁所出現在 1851 年倫敦水晶宮殿舉辦的大型展示會上,是由公廁製造商和發明家 Georg Jennings 提供的,當初公廁並不是為女士提供的,而僅限于男士。1852 年第一個專門為女士設置的沖洗公共廁所正式對外開放。

1893 年第一座同時提供女廁和男廁的公共廁所建成于倫敦斯特蘭德大道上英國皇家法院的對面。

中國的廁所文明

中國廁所的起源,最早是在 5000 年前在西安半坡村氏族部落的遺址里發現的。考古發現當時的廁所只是一個土坑。



遠未結束。(王新亮)