

# 打热水连WiFi都要先下APP,学生信息咋成“唐僧肉” APP有点多 学生们很是无奈

## “一刀切”管理 损失多由学生承担

“同学们不会原谅我的!”10月下旬的一次手机故障,让刚上大学一个多月的小敏(化名)感到自责和恐慌。她不敢告诉全班同学,第一次第二课堂活动时,她没能及时通过APP给大家发学分,并被学校管理该APP平台的学生干部告知“不能补发”,相当于这次的学分作废了。

小敏是西部某211高校的大一新生,该校为鼓励学生参加课余活动,提升综合素质,使用名叫“到梦空间”的APP记录第二课堂学分,并规定学生在大三结束时获得不低于300分方可毕业。“到梦空间”官网显示,与该校一样已申请和使用该APP的国内高校有近300所。

然而,这件“助力第二课堂成绩单制度改革”的好事,在部分学校的运营实践中却遇到了“一刀切”管理。

尽管“到梦空间”客服表示补发学分技术上可行,并已明确同学们参加了该活动的事实,大一、大二其他班级也出现过此类的学分漏记情况,但小敏学校和学院管理该APP平台的学生干部依旧表示,“学校有规定,都不能补发。”

记者在华为手机应用市场查询十余款高校强制使用的APP发现,容错性低、体验不佳是普遍现象:每一款APP的评分都徘徊在最低分“一颗星”边缘,吸引了成百上千条的学生吐槽,其中评论量较高的APP易班共获得4935条评论。学生纷纷表示“作为部落负责人,我压力很大,出点什么疏忽怎么对得起同学们的学分?”“刚跑的1600米成绩居然没了,又得重跑一次”“最少充100元,快毕业了根本用不完”“经常吞帖,刚发的博文马上就消失不见了”……

打热水一个APP,发学分一个APP,跑步一个APP,连无线网络一个APP,刷网课一个APP……在一些高校,原本为方便师生、提高效率的信息化手段在实际管理和运营中却出现了过度倾向:一个个打着“智能便捷”“强制使用”“学分挂钩”旗号的手机APP逐渐编织成一张网,将许多大学生裹挟其中:有的粗制滥造,存在不少漏洞;有的视学生市场为“唐僧肉”,投放各类奇葩广告;有的僵化管理,让学生自行承担损失……

## 学生成“唐僧肉” 多个APP争相分羹

记者采访全国多个省份、多所高校的大学生发现,他们往往一个人被强制下载4个左右的APP,如考核学生体育锻炼的就有阳光体育服务平台、运动世界校园、觅动校园、步道乐跑,还有与教学或学分有关的U校园、易班、PU口袋校园、学习通,连接校园无线网络的哆点,热水卡充值的校园热水等。

“一是很麻烦,下载这么多APP也就一两个有用;二是这些APP良莠不齐,有的变相推广付费功能,有的含大量广告。”今年念大一的师范专业学生小付说出了大家被强制要求使用APP的心声。他的手机上有6个APP,分别是易班、步道乐跑、PU口袋校园、超级课程表、学习通和U校园。

“大学校园是我国最具消费竞争力的市场之一,很多消费类APP创业公司都将第一个市场放在大

学校园。”西财智库研究员易鑫认为,当前大量APP进高校,实际上是移动互联网企业的一种商业模式,其流量经济造就了巨大的广告宣传平台,因此这些APP多涵盖大量游戏、购物,甚至一些游走在法律边缘的产品广告。

记者随机挑选前述APP中的三款:阳光体育服务平台、U校园、哆点。这三款APP在每次点击进入时都会自动跳出广告,具体涉及淘宝、京东等电商平台,白酒、化妆品、快餐等商品,以及论文写作网站、抢票软件等其他内容。

其中哆点除连接无线网络的功能外,几乎通篇广告,其首页就包含培训机构、购物、抓娃娃等共计15个广告,其官网更是直接显示其产品定位为“精准全国高校的场景广告平台”,相关高校用户有吉林大学、重庆大学、西北大学等20所。

## 商业牟利让智慧管理变了味儿

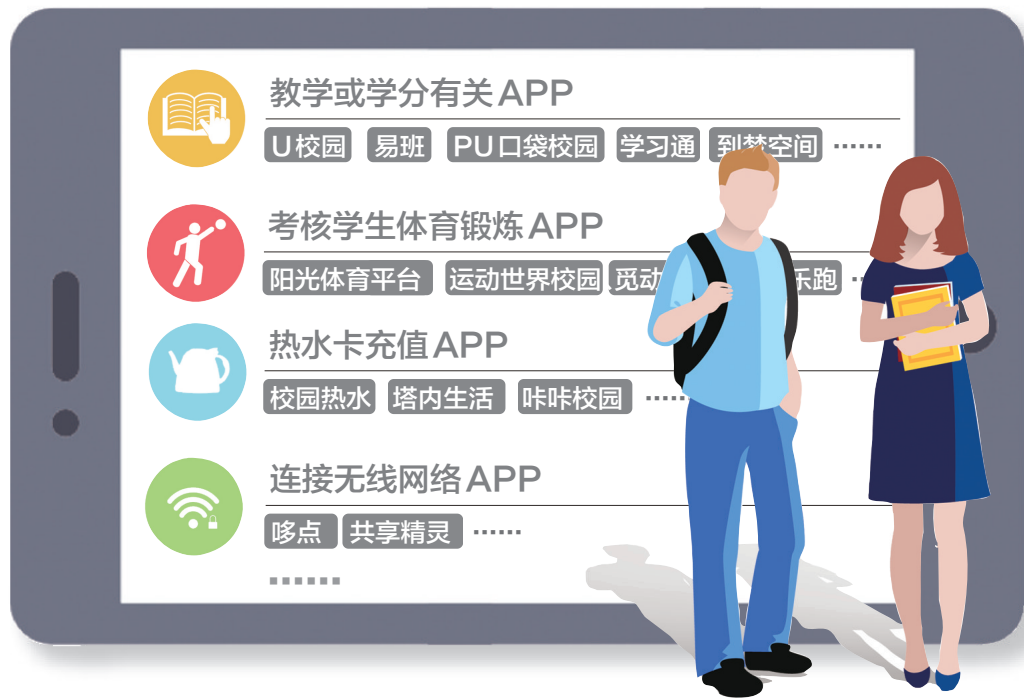
“高校使用手机APP进行管理是值得肯定的,能让师生感受到人工智能带来的方便。但如果这些APP中含有大量广告,且高校强制使用,那么,这样的导向就显然是不妥的。”西南财经大学市场营销系主任周晓明、中国教育科学研究院研究员储朝晖等专家的观点十分明确。

周晓明表示,学生时代是孩子们接受校园教育、自我成长的过程,广告等过多的商业行为会影响他们的生活和学习,甚至会影响他们价值观的养成。更需要重视的是,前述情况不只出现在高校里,还出现在了中小学里。

储朝晖建议,高校引进APP时要理性且谨慎,不能为了迎合信息化潮流引进一些粗制滥造的APP,应以签订协议等方式,改善APP使用环境,规范商家广告。易鑫也认为,APP进高校应有严格的规定和审核程序,校园APP中可以出现一些图书、公益活动的推广,但不应出现商业广告,更不能出现借贷、收费服务、游戏等内容。

此外,还有专家建议将部分引进APP的权利交与学生,学生是APP的主要服务对象,或许可以“让使用者参与决定使用何种APP”。

(据新华社)



## 碱性食品网上热销 “真有效”还是“真忽悠”?

据报道,近日美国“人体酸碱体质理论”之父罗伯特·欧·杨因使用该疗法延误病人治疗被判处巨额赔偿金。但在国内一些电商平台上,所谓“碱性食品”仍然大行其道,标榜其产品具有“转化碱性体质,孕育活泼男宝”“溶解身体结石”“预防癌症”“强化免疫细胞”等功效。“碱性食品”到底是“真有效”还是“真忽悠”?记者进行了调查。

### 碱性食品号称能“孕育男宝”

上海白领孙女士自称是“碱性食物爱好者”。在她眼中碱性食品近乎可以与健康食品画等号。

“肉、蛋、甜点一类食物是酸性食物,而蔬果是碱性食物。现代人生活习惯导致很多人身体偏酸,多吃碱性食物能防病。”孙女士说,这套说法身边不少人都持赞同态度。

记者在淘宝网上用“碱性食品”等关键词进行搜索,弹出的各类食品和保健品多达100页,一些产品月销量超过1000件。

一款名为海洋力量的碱性胶囊更声称,其功效能“转化碱性体质,

孕育活泼男宝”,其原理为“当女方为碱性体质时,Y染色体精子的竞争力将大大增强”,而产品成分仅为“全墨角藻”“螺旋藻”“小球藻”。

复旦大学附属妇产科医院院长徐丛剑表示,自己从未听过服用碱性食品能够有助于“生男孩”的医学论证。不仅如此,这些碱性食品价格不菲,成分也并不稀奇:一款名为“青梅精”的产品450克售价近2000元,原料仅为梅肉;一罐原料为小麦草的300克酸碱平衡瘦身粉卖到了539元……

中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授范志红表示,一

些标榜碱性的食品和保健品并没有宣传的那么神奇。

### “人的体质并无酸碱之分”

多位专家表示,人的身体并无酸碱体质一说,服用碱性食品也并不能改变人体的酸碱值。“人身体各部位的体液酸碱度就不一样,比如胃液是酸性的,血液是弱碱性的,小肠内的环境也是弱碱性的,不能一概而论。”范志红说。

北京协和医院临床营养科副主任陈伟也表示,医学上并不存在酸碱体质一说。不属于临床疾病的正常人血液的酸碱度相对恒定,PH值一般在7.35至7.45,偏离一点都属于不正常。“人体对身体的酸碱度非常敏感,血液PH值偏酸0.1就被称为酸中毒。酸中毒是一种急症,常常因为糖尿病、呼吸受限、乳酸中毒引发,往往会危及生命,那时吃多少碱性食品都没用,必须到医院进行救治。”他说。

但从化学角度上看,食物本身确实有酸碱之分。陈伟补充说,酸碱并非味觉上的区分,而是食物被身体代谢或燃烧后留下的一些灰分,就好比柴火燃烧后,留下一些灰渣。灰分的酸碱值才是人们常说的划分酸碱性的标准。

北京协和医院内分泌科主任医师邢小平把人的身体比作一个动态调节器,正常人吃碱性食品根本无法达到调节身体酸碱值的作用。“吃下偏碱性的食品后,身体会有一个代偿机制。一般人的代偿机制不会出现问题。就算服用碱性食物,身体的PH值也会保持在合理范围内。”

陈伟解释说,血液、肺、肾等会利用呼吸以及身体里的碳酸盐、磷酸盐、血红蛋白等进行缓冲,实现各部位的酸碱度调节。

### 养生保健需科学态度和精神

在陈伟眼中,酸碱体质理论

之所以能有一定市场,是因为人们有意无意混淆了一些概念:呈碱性食物大多是植物类的,有人则认为这样的膳食结构更有助于防止慢性疾病。

“但事实并非如此,如果只是为了追求碱性体质,天天吃小苏打就够了,但人们并不会因此获得健康。”陈伟建议,日常饮食无论是所谓酸性还是碱性食品,都应该多元化搭配,平衡膳食。“无论是只吃碱性食物,或是只吃酸性食物都不科学。”

范志红提醒说,一些商家利用消费者对疾病的恐惧心理,以一种貌似合理的宣传方式建立起疾病和酸碱体质的相关性,试图给消费者洗脑,进而推销自己的产品。

在她看来,人们对健康生活的追求可以理解,但切勿盲目相信一些错误养生理论。“养生保健也需要有科学态度,除了膳食外,心理健康、良好生活习惯、适量运动都是必不可少的。”(据新华社)