

## 新聞剪輯

讓來自全世界的新聞剪輯，補充你的字彙能力

### 11-11

#### 迪士尼歐胡島度假村將於二〇一一年開放

迪士尼預定明年在夏威夷歐胡島開設該公司的第一座度假村。這座度假園地稱為歐拉尼——迪士尼水療度假村，共有八百多個建築單位，仿造玻里尼西亞村莊的風格設計而成(只不過仍有高樓大廈)，其中包括旅館房間與內含兩間臥房的迪士尼度假俱樂部別墅。

這座佔地二十一英畝的度假村目前正在施工中，位於科奧利納高爾夫度假開發區裡。這個開發區原本就已經有一座萬豪度假村，還有一片由岩岸開挖而成的人造沙灘。

對於迪士尼而言，歐拉尼是一項不同以往的開發案，與主題樂園或該公司的遊輪事業體都沒有關係。這座旅館距離檀香山另一側的著名觀光區以及威基基的海灘相當遠。科奧利納是個自給自足的獨立園區，正是迪士尼多處開發案所偏好的環境。

在 YouTube 上發表的簡報影片裡，迪士尼執行設計師暨創意副總裁喬·羅德說明了這座新度假村背後的構想。

「『歐拉尼』一詞指的是酋長的信使……不過，在這裡的意思是說這座度假村會傳達出訊息，傳達一項比度假村本身更重大的訊息，也就是夏威夷的文化。」

迪士尼為歐拉尼發起了一場提高話題的口耳相傳宣傳活動，而 YouTube 上的這部影片正是這場宣傳活動的典型手法。迪士尼愛好者俱樂部 D23 的成員，獲邀於六月三十日在加州的一場簡報會上預先見識這項開發計畫。有興趣的消費者實際上必須等候一段時間，因為度假村直到二〇一一年八月二十九日才會開放。

夏威夷開發計畫的重頭大戲將會是一座巨大的假火山，由迪士尼的「夢想師」設計而成。火山上將嵌入細緻的圖像，呈現出各種帶有重要文化意義的夏威夷動物與傳說。這座火山是度假村裡親水公園的重頭大戲。

在影片裡，羅德表示，歐拉尼將會是個「吸引人一再造訪」的地方。

### 11-12

#### 蘋果聲稱使用者可選擇不讓該公司收集其地點資料

近來，蘋果公司坦承對其手機與電腦產品持有者收集了許多精確的使用者地點資料，但聲稱使用者可以拒絕成為資料收集的對象。

由於兩名國會議員對該公司的資料收集做法提出質疑，蘋果因此答稱使用者可以關閉記錄個人所在地點的服務，並且指稱該公司收集的資訊不會直接連結使用者姓名或是個別產品。

蘋果表示，除非使用者開啟了產品的地點服務以及適地性應用程式，否則地點資訊就不可能被收集。谷歌地圖與 Yelp 等應用軟體都會利用地點資料為使用者提供駕駛提示及餐廳推薦資訊。

不過，使用者只要首次同意接受這些條款，蘋果公司就能夠收集並儲存這些資料，並與若干合作夥伴分享。

在這種情況下，蘋果每十二小時會從顧客使用的產品上「蒐收」一次地點資料。內含全球定位系統晶片的產品——例如近來所有型號的 iPhone——可透過衛星信號確知自己的所在位置，其他產品則可利用鄰近的手機基地台與 Wi-Fi 無線網路存取點的資料，透過三角定位確認自己的所在位置。

最新版 iPhone 作業系統在六月底推出之後，使用者發現服務條款長達四十頁以上。這份服務條款的適用對象包括 iPhone 與 App Store 應用程式商店的使用者，內容含有經過更新的隱私政策。

蘋果對國會議員提出的答覆指出，唯有消費者使用需要地點資料的 iPhone 應用程式，該公司才會收集地點資料。蘋果指出，他們不會把詳細的地點資料儲存起來供其廣告服務 iAd 使用，而是會把

產品的精確地點轉為郵遞區號。

觀察家指出，像地點座標這種高度精確的資料，就算消除使用者的姓名，也不一定能夠確保匿名性，因為個人的行動習慣通常深具獨特性。

## 11-13

### 帶狗狗出外用餐

戶外用餐已開始流行到狗兒身上了。全美各地愈來愈多的餐館——包括許多高級餐廳在內——都開始開放露台供客人與寵物一同分享出外用餐的體驗。

「熱愛美食與人生，和熱愛寵物是一致的，」亞特·史密斯說。他是華府的新潮餐廳亞特心藝（直譯）的老闆暨主廚，這家餐廳對狗兒開放的露台每週都吸引大批華府居民前來用餐。

服務生會為狗兒端上一碗新鮮的水，還有「狗狗露台菜單」，菜餚內容包括三盎司的牛排與餐廳自製的狗兒燕麥點心。

史密斯之所以採取善待狗兒的營業策略，原因是為了「因應社會變遷」，他說。不過，另外一個同等重要的理由則是「我自己就是這樣人」，他補充道。史密斯養了三條狗。

在熱愛狗兒的加州卡梅爾，許多餐廳都有歡迎狗兒用餐的露台。巴哈馬比利的島嶼牛排館就是一個例子——露台上的十六張桌子經常坐滿了帶著狗兒的顧客。

這裡從來沒有發生過狗兒不守規矩的情形，身為老闆之一的席維亞·夏普說。來店用餐的狗兒「似乎都把露台視為中立區域」。

「寵物主人都非常了解自己的狗兒，也知道牠們在特定情況下會有什麼行為表現，」克里斯·林區說，他在加州索諾瑪郡開設的狗兒林區（譯註：mutt 指狗，尤其是雜種狗）釀酒廠被舊金山的《灣區汪汪》月報選為加州酒鄉對狗兒最友善的酒廠。在私人品酒會與大型慈善宴會上，賓客常常包括三百名人類與一百條以上的狗兒，但「很少看到行為不良的狗兒」，他說。

很少有人質疑這座酒廠大刺刺的愛狗態度。「即便是沒把狗兒帶來酒廠的人，也都一樣喜愛動物，也樂於有這些狗兒在周圍陪伴，」林區說。

至於不喜歡狗兒的人呢？「我們會告訴他們，這附近還有其他許多很不錯的釀酒廠。」