



设计班 (Design Class)

NYSA的设计课是专门为对设计感兴趣的学生设立的,包括平面设计、工业设计、珠宝设计、时尚设计、家具设计、室内设计、摄影和电影,由该领域的活跃设计师提供精致优化的课程内容。



摄影/影像班 (Photography/ Film Class)

NYSA为学生以及其他希望进入大学或研究所学习摄影或电影的朋友提供专属课程。课上将邀请当代优秀的摄影师、电视录像制作人、电影剪辑师进行深入演讲和教学传授,提高优化学生的创作技能。

NYSA

艺术学院
咨询电话 703-255-2200



info@NYSchoolArts.com
320-D Maple Ave E, Vienna, VA

www.NYSchoolArts.com

信息过载的今天,

没有比被倾听者误解的真相更糟糕的谎言了



全国新型冠状病毒感染肺炎疫情的防控工作已持续了半月有余,适逢春节假期,“隔离”在家的我们便被各类媒体信息狂轰滥炸,湮没在一组组冷冰冰的数字和一例例个体化叙事的新闻中。信息洪流中不乏充斥着不实消息,甚至恶意的谣言,它们左右着我们的情绪,影响着我们对外部世界的判断。

正如英国商业咨询专家赫克托·麦克唐纳所言,我们已经进入了一个“后真相时代”。所谓“后真相”,就是真相和逻辑在信息传播的过程中被忽视,而情感煽动主导舆论的情形,无论是在传媒还是商业领域,这样的案例俯拾即是。以下内容摘自赫克托·麦克唐纳的《后真相时代》一书,他用一个藜麦的故事向读者展示出真相是如何被信息传达者肢解、扭曲和掩盖的——生在“后真相时代”的我们,唯有洞悉真相的运作模式,才能更有智慧地处理信息。

一场由藜麦引发的“安第斯困境”

对素食者和肠胃疾病患者来说,藜麦的发现是一个奇迹。藜麦不含麸质,富含镁和铁,比其他种子含有更多的蛋白质,包括人体无法独自生成的所有必需的氨基酸。美国宇航局宣布,藜麦是地球上营养最均衡的食物之一,是宇航员的理想之选。

产于安第斯山的藜麦有一个令西方消费者神往的故事:印加人非常重视藜麦,认为它是神圣的,并且称之为“万谷之母”;他们的皇帝会用金制工具播下每个季度的第一批种子。这种所谓的“超级食物”甚至得到了联合国的认可,后者将2013年定为“国际藜麦年”。

不过,藜麦的爱好者发现了一个令人不安的事实。从2006年到2013年,玻利维亚和秘鲁的藜麦价格上涨了两倍。起初,他们认为这种价格上涨可以提高安第斯山贫困农民的生活水平。接着,有谣言说,由于北美和欧洲永远无法满足的需求,当地人已经吃不起这种传统食物了。

2011年,《独立报》警告称,玻利维亚的藜麦消费量“5年间下降了34%,当地家

庭已经吃不起这种主食了,它已经变成了奢侈品”。《纽约时报》援引研究报告称,藜麦种植区域的儿童营养不良率正在上升。2013年,《卫报》用煽动性标题提升了人们对这个问题的关注度:“素食者的肚子能装下关于藜麦令人反胃的事实吗?”该报称,贫穷的玻利维亚人和秘鲁人正在食用更加便宜的“进口垃圾食品”。《独立报》2013年一篇报道的标题是“藜麦:对你有利——对玻利维亚人有害”。

这个故事传遍了全球,在健康饮食者之中引发了一场良心危机。加拿大《环球邮报》一则新闻的标题为“你对藜麦的爱越深,你对玻利维亚人和秘鲁人的伤害就越深”。在社交媒体、素食博客和健康饮食论坛上,人们开始询问食用这种来自安第斯山区的神奇种子是否合适。一位女士宣布:“我准备停止食用藜麦。”

出于最高尚的理由,也会谬之千里?

这种认为被全球需求推高的藜麦价格影响了玻利维亚和秘鲁当地人的说法看似可信,被许多人认可。不过,经济学家马克·贝勒马尔(Marc Bellemare)、塞思·吉特(Seth Gitter)和约翰纳·法贾多-冈萨雷斯(Johanna Fajardo-Gonzalez)对此则持保留意见。

三位经济学家跟踪了秘鲁家庭支出调查数据,将种植且食用藜麦的家庭、食用但不种植藜麦的家庭和从不接触藜麦的家庭划分为三个小组。他们发现,从2004年到2013年,三个小组的生活水平都上升了,尽管藜麦种植户家庭支出的增长速度是最快的。农民们正在变富,他们将这种新收入转化为支出又给周边民众带来了好处。“这一事实令人非常高兴,”塞思·吉特说,“最贫穷的人获得了利益。”

那么,藜麦消费量下降34%又是怎么回事呢?原来,在很长时间内,两个国家的藜麦消费量一直在缓慢而稳定地下降,这意味着消费量的下降和价格的激增不存在明显的联系。更加接近事实的解释是,秘鲁人和玻利维亚人只是想换换口味,吃点别的东西。一位玻利维亚农学家指出:

“一年前,他们只能吃到安第斯山出产的食物。他们别无选择。现在,他们有了选择。他们想要大米、面条、糖果、可乐。他们什么都想要!”

在风景如画的科尔卡山谷,当太阳落山时,我问杰西卡,欧洲和北美的消费者是否应该为吃掉秘鲁人和玻利维亚人的食物而感到内疚。我可以猜到答案,但我想听到当地人的亲口否认。杰西卡放声大笑,伸出一只胳膊,似乎想抱住整个富饶的山谷。“相信我,”她笑道,“我们有许多藜麦。”

乍一看,这个关于食物热潮、全球贸易和消费者忧虑的奇怪故事讲述了谎言被揭穿的过程。不过,故事前半部分的大部分陈述与后半部分的陈述同样真实。藜麦的价格的确提高了两倍。作为秘鲁和玻利维亚的主食之一,它对当地人来说的确更贵了。这些国家的藜麦消费量的确下降了。

唯一不正确的就是结论,即西方的健康饮食者通过剥夺秘鲁和玻利维亚穷人的传统食物伤害了他们。

在这个缺少合适背景的故事中,一组片面事实和受到误解的数字被编织在一起,改变了人们对某种食物的喜好和食用它的道德意义。新闻工作者和博主出于最高尚的理由引导消费者远离藜麦:他们由衷地为一个贫困群体感到担忧,害怕狂暴的全球贸易风潮的突然到来会危及这一群体的利益。

我们会看到,各行各业有经验的沟通者会通过片面的事实、数字、故事、背景、吸引力和道德呈现某种世界观,从而影响现实。

竞争性真相:一个事实还是多个事实?比较下列陈述:

互联网拓宽了全球知识的传播范围。互联网加速了错误信息和仇恨的传播。

两句话都是正确的。不过,对于从未听说过互联网的人来说,这两句话给他的印象是完全不同的。

每个故事都有多面性。如果对一句谚语稍做调整,我们可以说,任何一组事实

通常可以得出不止一个真相。我们很早就知道这一点:每个新手辩论者和犯错误的小学生都知道如何挑选最有利于自己的真相。不过,我们可能不知道这些真相为沟通者提供了多大的灵活性。许多时候,你可以通过许多方式描述一个人、一起事件、一事物或者一项政策,这些描述可能具有同等的真实性。

我将它们称为“竞争性真相”(competing truth)。

时间倒退几年,想象你从未听说过藜麦。你在当地商店的货架上发现了它,并且询问附近的销售员。销售员讲述了关于这包种子的一个事实。它可以是:

藜麦营养丰富,富含蛋白质、纤维和矿物质,脂肪含量较低。

或者:

购买藜麦可以提高南美贫困农民的收入。

或者:

购买藜麦将会推高这种传统食物在玻利维亚和秘鲁的价格。

或者:

藜麦的种植对安第斯山的环境产生了严重影响。

同后两个事实相比,前两个事实更容易促使你购买藜麦。通过选择某个竞争性真相,销售员影响了你的行为。他在一定程度上塑造了你的当前现实。

实际上,他所做的还不止这些,他还影响了你对藜麦的看法。他将一组关于藜麦的思想和信念埋藏在了你的内心深处。这种思维模式可能会在很长一段时间里持续影响你的购买行为、语言和饮食。

思维模式是指我们关于自己和周围世界的一组信念、思想和意见。我们的思维模式决定了我们对于事物的看法以及我们选择的行为。

思维模式具有一定的灵活性。我们最初听到的关于藜麦的消息会先入为主地影响我们关于藜麦的思维模式。当我们对于某个主题一无所知时,我们很容易受到影响。不过,当我们已确定关于藜麦的某种观点,并且我们的思维模式已固定下来时,它就很难改变了。假设有人告诉我们,种植藜麦会破坏安第斯山的环境。

三个月后,当某人提到藜麦的营养价值时,我们很可能会忽略、怀疑或遗忘这种信息。这是证实性偏差的一种形式。我们往往更容易接受与我们现有思维模式相符的真相,抗拒那些与我们内心观点相冲突的真相。

在你接触藜麦几个月后,当你和同事共进午餐时,你看到她选择了一份藜麦沙拉。如果你最初听到的说法是藜麦对环境有害,你可能倾向于对她的午餐选择做出苛刻的评价,你甚至可能劝说她换一种食物。最初的真相使你形成的思维模式在很久以后仍然会影响你的思想和行为。

我们都在通过不同视角看待世界,这些视角在很大程度上是由我们听到和读到的不同真相塑造而成的。其他人经常会有意或无意地引导我们看到真相的某些方面或某些解释。20世纪伟大的政治新闻记者、竞争性真相的使用专家沃尔特·李普曼(Walter Lippmann)写道:“我们的看法涉及的空间、时间和事物超出了我们的直接观察范围。因此,我们不得不根据其他人的说法和我们的想象将它们拼接在一起。”其他人的说法成了我们感知到的现实的一部分。由于我们根据感知行动,因此其他人的说法也会影响客观现实。