

СОДЕРЖАНИЕ

БЛАГОДАРНОСТИ	10
Психология дизайна	12

КАК ЧЕЛОВЕК ВИДИТ

13

1 То, что мы видим, отличается от данных, поступающих в мозг	14
2 ПЕРИФЕРИЧЕСКОЕ ЗРЕНИЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ЦЕНТРАЛЬНОЕ, для того чтобы постичь суть увиденного	17
3 Люди отождествляют объекты с узнаваемыми образами	19
4 За узнавание лиц отвечает особая часть мозга	21
5 «ПЕРСПЕКТИВНЫЕ» ОБЪЕКТЫ	23
6 В основе просмотра изображений лежат опыт и ожидания	25
7 Сигналы, говорящие о том, что делать с объектом	27
8 ЧЕЛОВЕК МОЖЕТ НЕ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЯ НА ИЗМЕНЕНИЯ В ПОЛЕ ЕГО ЗРЕНИЯ	32
9 Существует мнение, что объекты, расположенные рядом, связаны между собой ..	34
10 Красный и синий цвета рядом — удар по глазам	35
11 Девять процентов мужчин и полпроцента женщин — дальтоники	36
12 ЗНАЧЕНИЕ ЦВЕТА ЗАВИСИТ ОТ КУЛЬТУРЫ И ИСТОРИИ	38

КАК ЧЕЛОВЕК ЧИТАЕТ

41

13 Миф о том, что прописные буквы трудно читать	42
14 ЧТЕНИЕ И ПОНИМАНИЕ — ЭТО НЕ ОДНО И ТО ЖЕ	45
15 РАСПОЗНАВАНИЕ ОБРАЗОВ ПОМОГАЕТ ИДЕНТИФИЦИРОВАТЬ БУКВЫ, написанные различными шрифтами	49
16 РАЗМЕР ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ	52
17 СЛОЖНЕЕ ЧИТАТЬ ТЕКСТ НА ЭКРАНЕ, ЧЕМ ТЕКСТ НА БУМАГЕ	54
18 ЧЕЛОВЕК БЫСТРЕЕ ЧИТАЕТ ДЛИННЫЕ СТРОЧКИ, НО ПРЕДПОЧИТАЕТ КОРОТКИЕ	56

КАК РАБОТАЕТ ПАМЯТЬ. 59

- 19** КРАТКОВРЕМЕННАЯ ПАМЯТЬ ОГРАНИЧЕННА 60
- 20** ЧЕЛОВЕК ОДНОМОМЕНТНО МОЖЕТ ЗАПОМНИТЬ ТОЛЬКО ЧЕТЫРЕ ЭЛЕМЕНТА 62
- 21** ЧТОБЫ НЕ ЗАБЫВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ, ЕЕ НУЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ 65
- 22** ИНФОРМАЦИЮ ЛЕГЧЕ РАСПОЗНАТЬ, ЧЕМ ВСПОМНИТЬ 68
- 23** ПАМЯТЬ ЗАДЕЙСТВУЕТ МНОЖЕСТВО МЕНТАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ. 69
- 24** ЧЕЛОВЕК РЕКОНСТРУИРУЕТ ВОСПОМИНАНИЯ ВСЯКИЙ РАЗ, КОГДА ВСПОМИНАЕТ.. . . . 71
- 25** ЗАБЫВАТЬ — ЭТО БЛАГО.. . . . 73
- 26** САМЫЕ ЯРКИЕ ВОСПОМИНАНИЯ ЛЖИВЫ 75

КАК ЧЕЛОВЕК ДУМАЕТ 77

- 27** ЧЕЛОВЕК ЛУЧШЕ ОБРАБАТЫВАЕТ НЕБОЛЬШИЕ ПОРЦИИ ИНФОРМАЦИИ 78
- 28** НЕКОТОРЫЕ ВИДЫ УМСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ ТРЕБУЮТ БОЛЬШИХ УСИЛИЙ 82
- 29** ТРЕТЬ ВРЕМЕНИ НАШИ МЫСЛИ ГДЕ-ТО БРОДЯТ 85
- 30** ЛЮДИ С БОЛЬШИМ ЖАРОМ ЗАЩИЩАЮТ ИДЕЮ, ЕСЛИ ОНИ НЕ УВЕРЕНЫ В НЕЙ 87
- 31** МЕНТАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ 90
- 32** ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С КОНЦЕПТУАЛЬНЫМИ МОДЕЛЯМИ 93
- 33** ИНФОРМАЦИЯ В ФОРМЕ РАССКАЗА ИЛИ ИСТОРИИ ЛУЧШЕ ВОСПРИНИМАЕТСЯ 95
- 34** ЧЕЛОВЕК УЧИТСЯ НА ПРИМЕРАХ.. . . . 99
- 35** ЧЕЛОВЕК СОЗДАЕТ КАТЕГОРИИ 103
- 36** ВРЕМЯ ОТНОСИТЕЛЬНО.. . . . 106
- 37** ЧЕТЫРЕ ВИДА ТВОРЧЕСТВА 109
- 38** ПЛЫТЬ ПО ТЕЧЕНИЮ 114
- 39** КУЛЬТУРА ВЛИЯЕТ НА ОБРАЗ МЫСЛЕЙ 117

КАК ЧЕЛОВЕК ФОКУСИРУЕТ ВНИМАНИЕ 119

- 40** ВНИМАНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНО 120
- 41** ФИЛЬТРЫ ДЛЯ ИНФОРМАЦИИ.. . . . 123

42	ХОРОШО ОТРАБОТАННЫЙ НАВЫК НЕ ТРЕБУЕТ СОЗНАТЕЛЬНОГО ВНИМАНИЯ	125
43	ОЖИДАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ЧАСТОТОЙ, ВЛИЯЮТ НА ВНИМАНИЕ	127
44	НЕПРЕРЫВНОСТЬ ВНИМАНИЯ СОХРАНЯЕТСЯ ОКОЛО ДЕСЯТИ МИНУТ.	129
45	ЧЕЛОВЕК ОБРАЩАЕТ ВНИМАНИЕ ТОЛЬКО НА ЗАМЕТНЫЕ СИГНАЛЫ	131
46	ЧЕЛОВЕК НЕ ПРИСПОСОБЛЕН К МНОГОЗАДАЧНОСТИ	132
47	НАИБОЛЬШЕЕ ВНИМАНИЕ ПРИВЛЕКАЮТ ОПАСНОСТЬ, ПИЩА, СЕКС, ДВИЖЕНИЕ, ЛИЦА И РАССКАЗЫ	135
48	ГРОМКИЕ ЗВУКИ ПУГАЮТ И ПРИВЛЕКАЮТ ВНИМАНИЕ	137
49	ЧТОБЫ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ, НУЖНО СНАЧАЛА ВОСПРИНЯТЬ..	139

Что МОТИВИРУЕТ ЧЕЛОВЕКА 141

50	МОТИВАЦИЯ УСИЛИВАЕТСЯ ПО МЕРЕ ПРИБЛИЖЕНИЯ К ЦЕЛИ	142
51	ЭФФЕКТИВНЫ ЛЮБЫЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ	144
52	ДОФАМИН ПРОБУЖДАЕТ ЛЮБОЗНАТЕЛЬНОСТЬ	148
53	ЭФФЕКТ НЕОЖИДАННОСТИ ПОДДЕРЖИВАЕТ СОСТОЯНИЕ ПОИСКА.	150
54	ВНУТРЕННЕЕ И ВНЕШНЕЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ	153
55	ПРОГРЕСС, СОВЕРШЕНСТВО И КОНТРОЛЬ	155
56	ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС?	159
57	ЛЕНЬ — ДВИГАТЕЛЬ ПРОГРЕССА	160
58	КОРОТКИЙ ПУТЬ ДОЛЖЕН «ЛЕЖАТЬ НА ПОВЕРХНОСТИ»	164
59	ЛЮДИ ДУМАЮТ, ЧТО ПРИЧИНОЙ ЯВЛЯЕТЕСЬ ВЫ, А НЕ СИТУАЦИЯ	166
60	ФОРМИРОВАНИЕ ПРИВЫЧКИ ЗАНИМАЕТ МНОГО ВРЕМЕНИ	169
61	МАЛОЕ ЧИСЛО СОПЕРНИКОВ НАСТРАИВАЕТ НА ПОБЕДУ	172
62	ЛЮДИ МОТИВИРУЮТСЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬЮ	174

ЧЕЛОВЕК — СУЩЕСТВО СОЦИАЛЬНОЕ 175

63	ПРЕДЕЛЬНЫЙ РАЗМЕР «СИЛЬНО СВЯЗАННОЙ» ГРУППЫ ЛЮДЕЙ — 150 ЧЕЛОВЕК	176
64	ВРОЖДЕННЫЕ СПОСОБНОСТИ К ПОДРАЖАНИЮ И СОПЕРЕЖИВАНИЮ	179

65	ОБЩЕЕ ДЕЛО ОБЪЕДИНЯЕТ	181
66	ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СЕТИ ДОЛЖНЫ ПОДЧИНЯТЬСЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ НОРМАМ	183
67	ПРАВДА ЗАВИСИТ ОТ НОСИТЕЛЯ ИНФОРМАЦИИ	186
68	МОЗГ ГОВОРЯЩЕГО И МОЗГ СЛУШАЮЩЕГО РАБОТАЮТ СИНХРОННО	189
69	ЗНАКОМЫЕ ИЛИ НЕЗНАКОМЦЫ?	190
70	СМЕХ ОБЪЕДИНЯЕТ	192
71	ИСКРЕННОСТЬ УЛЫБКИ БРОСАЕТСЯ В ГЛАЗА	194
КАК ЧЕЛОВЕК ЧУВСТВУЕТ		197
72	СЕМЬ УНИВЕРСАЛЬНЫХ ЭМОЦИЙ	198
73	ЭМОЦИИ СВЯЗАНЫ С ДВИЖЕНИЕМ МЫШЦ	201
74	ИСТОРИИ УБЕЖДАЮТ ЛУЧШЕ, ЧЕМ ДАННЫЕ	203
75	ЗАПАХИ ПРОБУЖДАЮТ ЭМОЦИИ И ВОСПОМИНАНИЯ	205
76	ЧЕЛОВЕК ОБОЖАЕТ СЮРПРИЗЫ	207
77	ЗАНЯТЫЕ ЛЮДИ БОЛЕЕ СЧАСТЛИВЫ	209
78	ПАСТОРАЛЬНЫЕ СЦЕНЫ ПРИНОСЯТ РАДОСТЬ	211
79	ДОВЕРИЕ «С ПЕРВОГО ВЗГЛЯДА»	213
80	МУЗЫКА СПОСОБСТВУЕТ ВЫДЕЛЕНИЮ ДОФАМИНА	215
81	ТРУДНОСТИ ПРИВЛЕКАЮТ	216
82	РЕАКЦИЯ НА БУДУЩИЕ СОБЫТИЯ ПРЕУВЕЛИЧЕНА	218
83	ПЛАНИРОВАНИЕ И ОБСУЖДЕНИЕ СОБЫТИЯ ДОСТАВЛЯЕТ БОЛЬШЕ РАДОСТИ, ЧЕМ САМО СОБЫТИЕ	219
84	КОГДА МЫ РАССТРОЕНЫ, МЫ НЕ ИЩЕМ НОВИЗНЫ	221
ЧЕЛОВЕКУ СВОЙСТВЕННО ОШИБАТЬСЯ		223
85	НЕ СУЩЕСТВУЕТ АБСОЛЮТНО НАДЕЖНЫХ ПРОДУКТОВ	224
86	В СОСТОЯНИИ СТРЕССА ЧЕЛОВЕК ЧАЩЕ ОШИБАЕТСЯ	226
87	НЕ ВСЕ ОШИБКИ ПЛОХИ	231

88	ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ОШИБКИ ПРЕДСКАЗУЕМЫ.	232
----	---	-----

89	СТРАТЕГИИ ИСПРАВЛЕНИЯ ОШИБОК	235
----	--	-----

КАК ЧЕЛОВЕК ПРИНИМАЕТ РЕШЕНИЯ 237

90	РЕШЕНИЯ ПРИНИМАЮТСЯ НА ПОДСОЗНАТЕЛЬНОМ УРОВНЕ.	237
----	--	-----

91	ПОДСОЗНАНИЕ УЗНАЕТ ПЕРВЫМ.. . . .	240
----	-----------------------------------	-----

92	ЧЕЛОВЕК СТРЕМИТСЯ ИМЕТЬ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ, ЧЕМ МОЖЕТ ОБРАБОТАТЬ.. . . .	242
----	---	-----

93	СУЩЕСТВУЕТ ЛЕГЕНДА, ЧТО ВЫБОР РАВНОСИЛЕН КОНТРОЛЮ.	244
----	--	-----

94	ЧТО ВАЖНЕЕ — ВРЕМЯ ИЛИ ДЕНЬГИ?	246
----	--	-----

95	НАСТРОЕНИЕ И ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ	248
----	---	-----

96	КОЛЛЕКТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ МОГУТ БЫТЬ НЕВЕРНЫМИ	250
----	---	-----

97	МНЕНИЕ СИЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ	252
----	-----------------------------------	-----

98	КОГДА ЛЮДИ СОМНЕВАЮТСЯ, ЗА НИХ РЕШАЮТ ДРУГИЕ	254
----	--	-----

99	КТО УГОДНО, ТОЛЬКО НЕ Я	256
----	-----------------------------------	-----

100	ЛУЧШЕ ОДИН РАЗ УВИДЕТЬ...	258
-----	-----------------------------------	-----

БИБЛИОГРАФИЯ 262