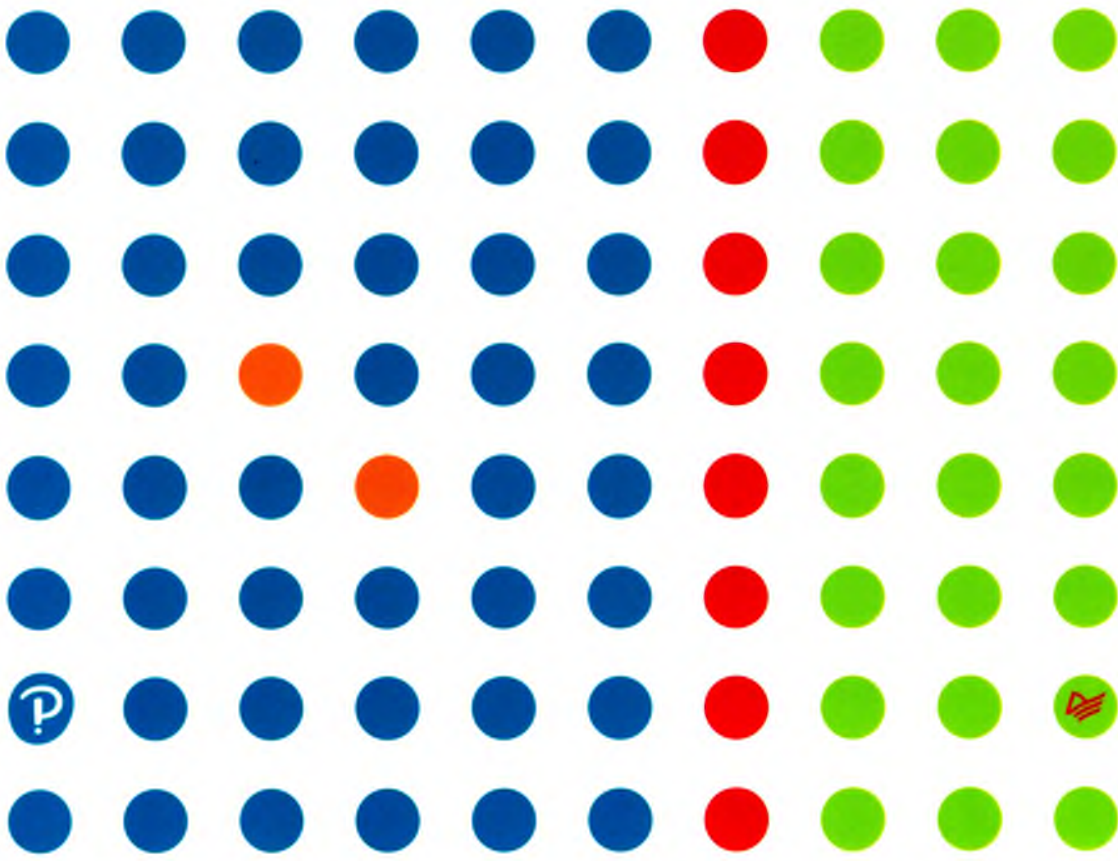


100

ГЛАВНЫХ ПРИНЦИПОВ ДИЗАЙНА

СЬЮЗАН УЭЙНШЕНК



СОДЕРЖАНИЕ

ПСИХОЛОГИЯ ДИЗАЙНА	11
---------------------------------	-----------

КАК ЧЕЛОВЕК ВИДИТ.....	13
-------------------------------	-----------

1	То, что мы видим, отличается от той информации, которую получает наш мозг	14
2	Периферическое зрение используется больше, чем центральное, для того чтобы постичь суть увиденного	17
3	Люди отождествляют объекты с узнаваемыми образами	20
4	За узнавание лиц отвечает особая часть мозга	22
5	За обработку простых визуальных функций отвечает особая часть мозга..	25
6	В основе просмотра изображений лежит опыт и ожидания..	27
7	Сигналы, говорящие о том, что делать с объектом	29
8	Человек может не обратить внимания на изменения в его поле зрения	33
9	Считается, что объекты, расположенные рядом, связаны между собой	35
10	Сочетание красного и синего — плохая комбинация	36
11	Девять процентов мужчин и полпроцента женщин дальтоники..	37
12	Значение цвета зависит от культуры и истории	39

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	50
16	Размер имеет значение	53
17	Сложнее читать текст на экране, чем текст на бумаге	55
18	Человек быстрее читает длинные строчки, но предпочитает короткие.	56

КАК РАБОТАЕТ ПАМЯТЬ.....59

- 19 КРАТКОВРЕМЕННАЯ ПАМЯТЬ ОГРАНИЧЕННА 60**
- 20 ЧЕЛОВЕК ОДНОВРЕМЕННО МОЖЕТ ЗАПОМНИТЬ ТОЛЬКО ЧЕТЫРЕ ЭЛЕМЕНТА 62**
- 21 ЧТОБЫ НЕ ЗАБЫВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ, ЕЕ НУЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ 65**
- 22 ИНФОРМАЦИЮ ЛЕГЧЕ РАСПОЗНАТЬ, ЧЕМ ВСПОМНИТЬ.. 67**
- 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. 81**
- 29 ТРЕТЬ ВРЕМЕНИ НАШИ МЫСЛИ ГДЕ-ТО БРОДЯТ 84**
- 30 ЛЮДИ С БОЛЬШИМ ЖАРОМ ЗАЩИЩАЮТ ИДЕЮ, ЕСЛИ ОНИ НЕ УВЕРЕНЫ В НЕЙ 86**
- 31 МЕНТАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ 88**
- 32 ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С КОНЦЕПТУАЛЬНЫМИ МОДЕЛЯМИ 90**
- 33 ИНФОРМАЦИЯ В ФОРМЕ РАССКАЗА ИЛИ ИСТОРИИ ЛУЧШЕ ВОСПРИНИМАЕТСЯ 92**
- 34 ЧЕЛОВЕК УЧИТСЯ НА ПРИМЕРАХ 95**
- 35 ЧЕЛОВЕК СОЗДАЕТ КАТЕГОРИИ 97**
- 36 ВРЕМЯ ОТНОСИТЕЛЬНО 99**
- 37 ЛЮДИ ОТСЕИВАЮТ ИНФОРМАЦИЮ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩУЮ ИХ УБЕЖДЕНИЯМ.. . . . 101**
- 38 ПЛЫТЬ ПО ТЕЧЕНИЮ 103**
- 39 КУЛЬТУРА ВЛИЯЕТ НА ОБРАЗ МЫСЛЕЙ 105**

КАК ЧЕЛОВЕК ФОКУСИРУЕТ ВНИМАНИЕ 107

- 40 ВНИМАНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНО 108**
- 41 ЛЮДИ ПРИВЫКАЮТ К ИНФОРМАЦИИ.. 110**
- 42 ХОРОШО ОТРАБОТАННЫЙ НАВЫК НЕ ТРЕБУЕТ СОЗНАТЕЛЬНОГО ВНИМАНИЯ 111**
- 43 ОЖИДАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ЧАСТОТОЙ, ВЛИЯЮТ НА ВНИМАНИЕ. 113**

44	НЕПРЕРЫВНОСТЬ ВНИМАНИЯ СОХРАНЯЕТСЯ ОКОЛО ДЕСЯТИ МИНУТ	115
45	ЧЕЛОВЕК ОБРАЩАЕТ ВНИМАНИЕ ТОЛЬКО НА ЗАМЕТНЫЕ СИГНАЛЫ	116
46	ЧЕЛОВЕК НЕ ТАК ХОРОШ В МНОГОЗАДАЧНОСТИ, КАК СЧИТАЕТ	117
47	НАИБОЛЬШЕЕ ВНИМАНИЕ ПРИВЛЕКАЮТ ОПАСНОСТЬ, ПИЩА, СЕКС, ДВИЖЕНИЕ, ЛИЦА И ИСТОРИИ	120
48	ГРОМКИЕ ЗВУКИ ПУГАЮТ И ПРИВЛЕКАЮТ ВНИМАНИЕ	122
49	ЧТОБЫ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ, НУЖНО СНАЧАЛА ВОСПРИНЯТЬ	124

ЧТО МОТИВИРУЕТ ЧЕЛОВЕКА 127

50	МОТИВАЦИЯ УСИЛИВАЕТСЯ ПО МЕРЕ ПРИБЛИЖЕНИЯ К ЦЕЛИ	128
51	ЭФФЕКТИВНЫ ЛЮБЫЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ	130
52	ДОФАМИН ПРОБУЖДАЕТ ЛЮБОЗНАТЕЛЬНОСТЬ	133
53	ЭФФЕКТ НЕОЖИДАННОСТИ ПОДДЕРЖИВАЕТ СОСТОЯНИЕ ПОИСКА	135
54	ВНУТРЕННЕЕ И ВНЕШНЕЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ	137
55	ПРОГРЕСС, СОВЕРШЕНСТВО И КОНТРОЛЬ	139
56	ЛЮДЕЙ МОТИВИРУЮТ СОЦИАЛЬНЫЕ НОРМЫ	141
57	ЛЕНЬ — ДВИГАТЕЛЬ ПРОГРЕССА	142
58	КОРОТКИЙ ПУТЬ ДОЛЖЕН «ЛЕЖАТЬ НА ПОВЕРХНОСТИ»	145
59	ЛЮДИ ДУМАЮТ, ЧТО ПРИЧИНОЙ ЯВЛЯЕТЕСЬ ВЫ, А НЕ СИТУАЦИЯ	146
60	ФОРМИРОВАНИЕ ИЛИ ИЗМЕНЕНИЕ ПРИВЫЧКИ ПРОЩЕ, ЧЕМ ВЫ ДУМАЕТЕ	148
61	МАЛОЕ ЧИСЛО СОПЕРНИКОВ НАСТРАИВАЕТ НА ПОБЕДУ	150
62	ЛЮДИ МОТИВИРУЮТСЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬЮ	152

ЧЕЛОВЕК — СУЩЕСТВО СОЦИАЛЬНОЕ 153

63	ПРЕДЕЛЬНЫЙ РАЗМЕР «СИЛЬНО СВЯЗАННОЙ» ГРУППЫ ЛЮДЕЙ — 150 ЧЕЛОВЕК	154
64	ВРОЖДЕННЫЕ СПОСОБНОСТИ К ПОДРАЖАНИЮ И СОПЕРЕЖИВАНИЮ	157
65	ОБЩЕЕ ДЕЛО ОБЪЕДИНЯЕТ	159
66	ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СЕТИ ДОЛЖНЫ ПОДЧИНЯТЬСЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ НОРМАМ ...	161
67	ПРАВДА ЗАВИСИТ ОТ НОСИТЕЛЯ ИНФОРМАЦИИ	163

68	МОЗГ ГОВОРЯЩЕГО И МОЗГ СЛУШАЮЩЕГО РАБОТАЮТ СИНХРОННО..	166
69	ЗНАКОМЫЕ ИЛИ НЕЗНАКОМЦЫ?..	167
70	СМЕХ ОБЪЕДИНЯЕТ	169
71	ИСКРЕННОСТЬ УЛЫБКИ БРОСАЕТСЯ В ГЛАЗА.	172

КАК ЧЕЛОВЕК ЧУВСТВУЕТ 175

72	НЕКОТОРЫЕ УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ЭМОЦИИ.	176
73	КОМАНДНАЯ ИГРА МОЖЕТ ПРИВЕСТИ К ШАБЛОННОМУ МЫШЛЕНИЮ	179
74	ИСТОРИИ И АНЕКДОТЫ УБЕДИТЕЛЬНЕЕ СУХИХ ФАКТОВ	180
75	ЕСЛИ ЛЮДИ НЕ ЧУВСТВУЮТ, ТО ОНИ НЕ МОГУТ ПРИНИМАТЬ РЕШЕНИЯ	181
76	ЧЕЛОВЕК ОБОЖАЕТ СЮРПРИЗЫ	183
77	ЗАНЯТЫЕ ЛЮДИ БОЛЕЕ СЧАСТЛИВЫ	185
78	ПАСТОРАЛЬНЫЕ СЦЕНЫ ПРИНОСЯТ РАДОСТЬ	187
79	ДОВЕРИЕ С ПЕРВОГО ВЗГЛЯДА	189
80	МУЗЫКА СПОСОБСТВУЕТ ВЫДЕЛЕНИЮ ДОФАМИНА	191
81	ТРУДНОСТИ ПРИВЛЕКАЮТ..	192
82	РЕАКЦИЯ НА БУДУЩИЕ СОБЫТИЯ СИЛЬНО ПРЕУВЕЛИЧЕНА	194
83	ПЛАНИРОВАНИЕ И ОБСУЖДЕНИЕ СОБЫТИЯ ДОСТАВЛЯЕТ БОЛЬШЕ РАДОСТИ, ЧЕМ САМО СОБЫТИЕ	195
84	КОГДА МЫ РАССТРОЕНЫ, МЫ НЕ ИЩЕМ НОВИЗНЫ	197

ЧЕЛОВЕКУ СВОЙСТВЕННО ОШИБАТЬСЯ. 199

85	НЕ СУЩЕСТВУЕТ АБСОЛЮТНО НАДЕЖНЫХ ПРОДУКТОВ..	200
86	В СОСТОЯНИИ СТРЕССА ЧЕЛОВЕК ЧАЩЕ ОШИБАЕТСЯ	202
87	НЕ ВСЕ ОШИБКИ ПЛОХИ..	206
88	ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ОШИБКИ ПРЕДСКАЗУЕМЫ	207
89	СТРАТЕГИИ ИСПРАВЛЕНИЯ ОШИБОК.	210

КАК ЧЕЛОВЕК ПРИНИМАЕТ РЕШЕНИЯ..... 213

90 Большая часть решений принимается на подсознательном уровне 214

91 Подсознание узнает первым.. 216

92 Человек стремится иметь больше информации, чем может обработать .. 218

93 Миф: выбор равносильен контролю 220

94 Что важнее: время или деньги? 222

95 Настроение и процесс принятия решений 224

96 Вы можете создавать более удачные коллективные решения 226

97 Люди принимают решения, основанные на привычках, или решения, основанные на ценностях, но не то и другое одновременно. 228

98 Когда люди сомневаются, за них решают другие 230

99 Кто угодно, но не я 232

100 Лучше один раз увидеть..... 234

БИБЛИОГРАФИЯ..... 239