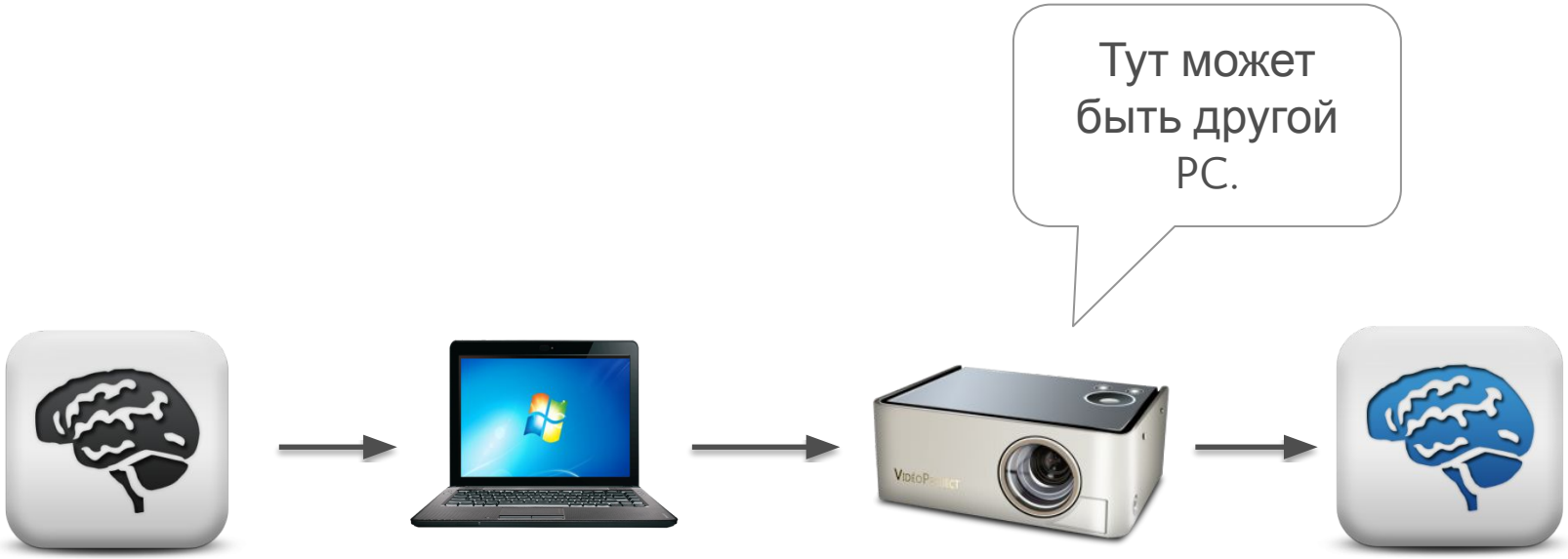
Как достучаться до аудитории?

BRAIN TO BRAIN COMMUNICATIONS

Константин Кичинский



твой мозг

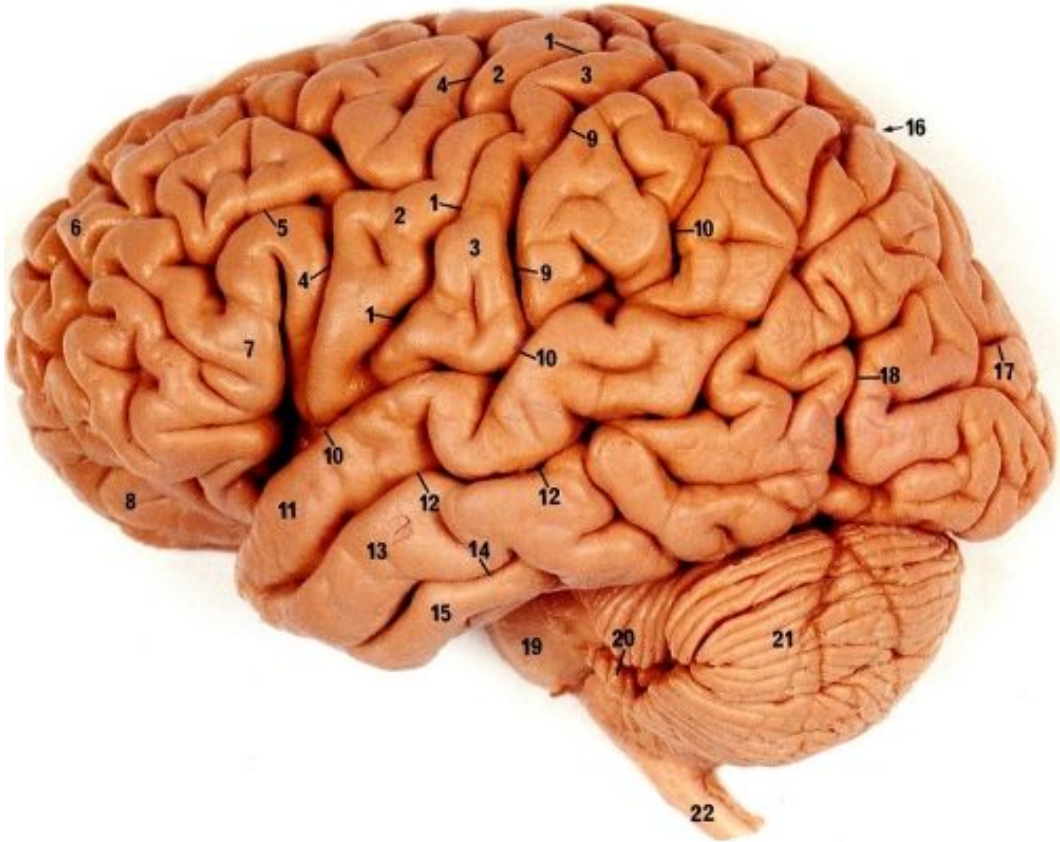
другой мозг

ВСЕ, ЧТО МЫ

СЛЫШИМ
ВИДИМ
ЧУВСТВУЕМ
...

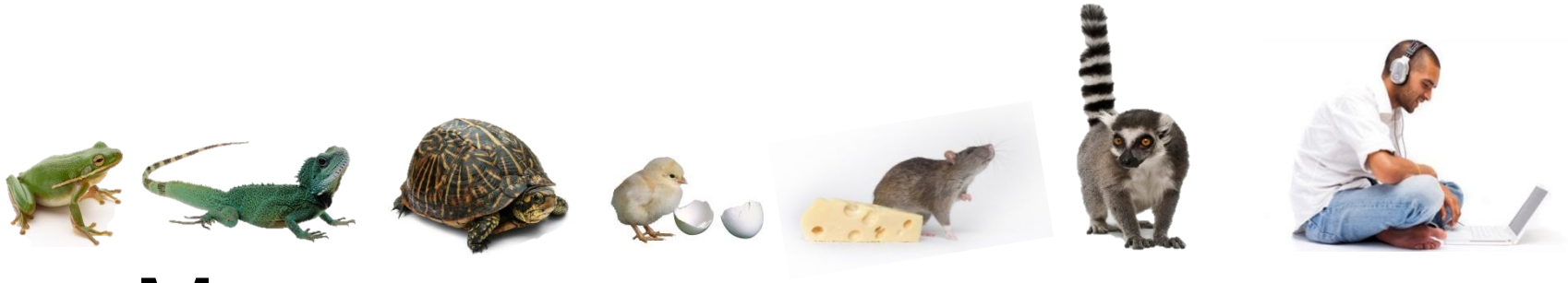
МЫ ДЕЛАЕМ НАШИМ МОЗГОМ.

–ПРИВЕТ, я твой мозг.

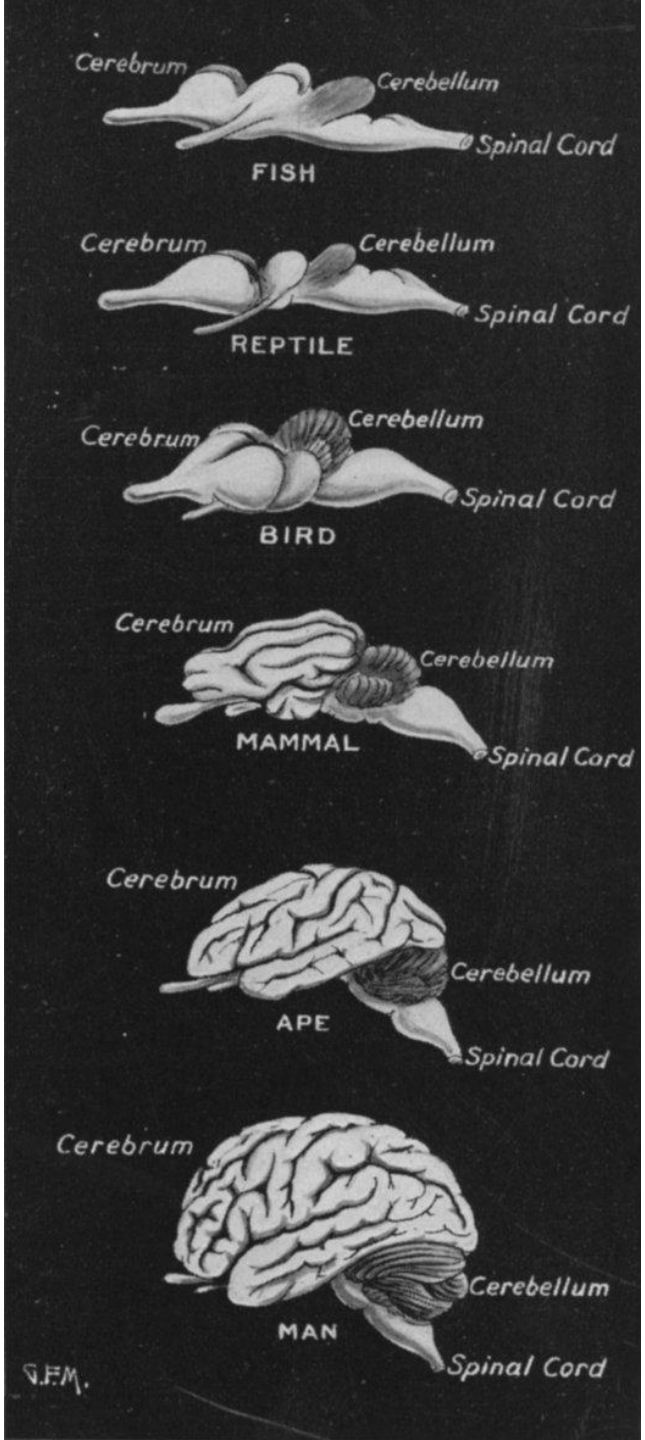


Выглядит не очень приятно, но именно эта штука находится в черепной коробке каждого из нас.

1. Эволюция



Мы все – результат эволюции.



Мозг – результат эволюции

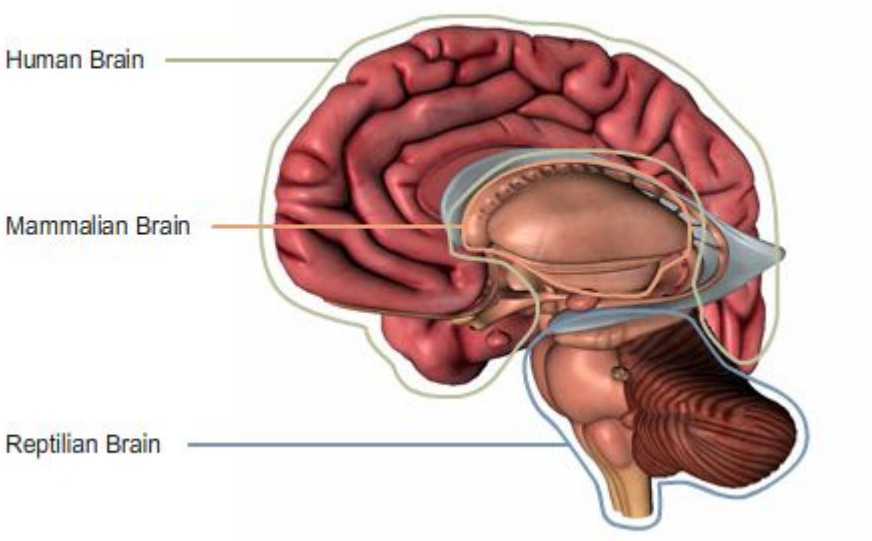
.

Мозг развивался
в определенных условиях
для решения конкретных
задач.

ГОТОВЫ
СТАТЬ
УЖИНОМ?

ЭТО ОДИН
ИЗ НАШИХ
СОРОДИЧЕЙ.

ОН НЕ ЗНАЕТ
PowerPoint.



У нас внутри 3 мозга.

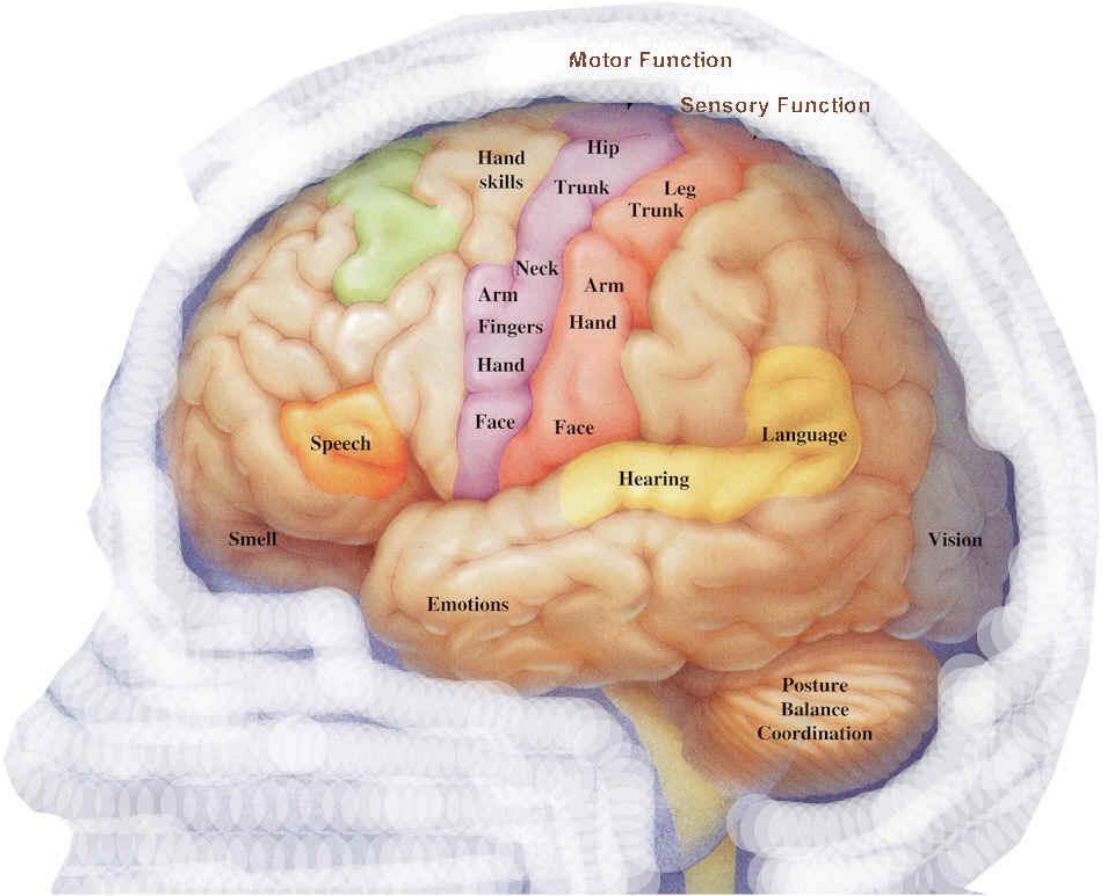
- Инстинкты рулят.
- Не допускайте посторонних аттракторов внимания, а случившиеся используйте в свою пользу.

2. Энергия

Мозг нуждается в питании и имеет ограниченный ресурс.

Новый сингал начинают обрабатывать разные разделы мозга.

В нашем мозге постоянно идет война за ресурсы.



- Кормите мозг кислородом и энергией.
- Спорт-спорт-спорт! 12км в день!

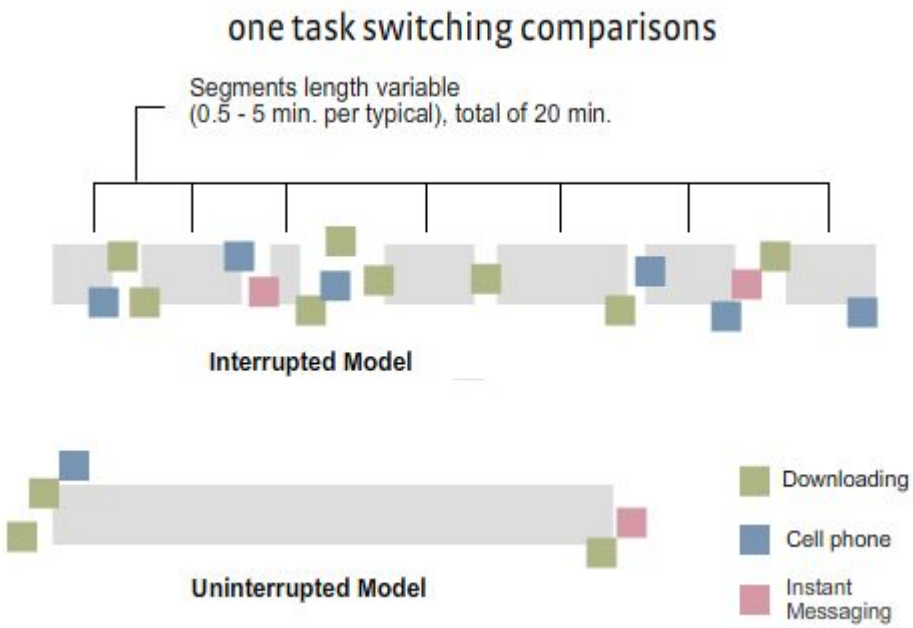
3. Многозадачность

“We are biologically incapable of processing attention-rich inputs simultaneously.”

— Dr. John Medina

Многозадачность – это миф.

Упражнение


one task switching comparisons
Segments length variable
(0.5 - 5 min. per typical), total of 20 min.
Interrupted Model
Uninterrupted Model
Downloading
Cell phone
Instant
Messaging

ВКЛЮЧАЙТЕ
РАЗНЫЕ
КАНАЛЫ.

- Нет параллельным задачам на внимание.
- Вовлекайте параллельно различные сигнальные системы.

4. Память

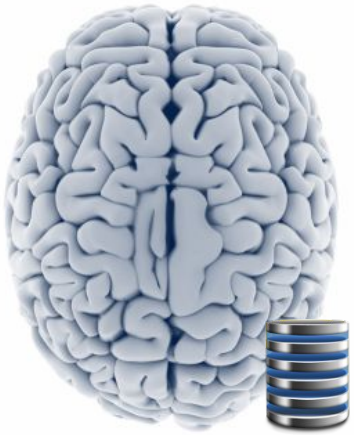
МОЗГ – СЛОЖНАЯ ШТУКА.

МОЗГ ДАЕТ НАМ
ПРИБЛИЗИТЕЛЬНУЮ
КАРТИНУ МИРА.

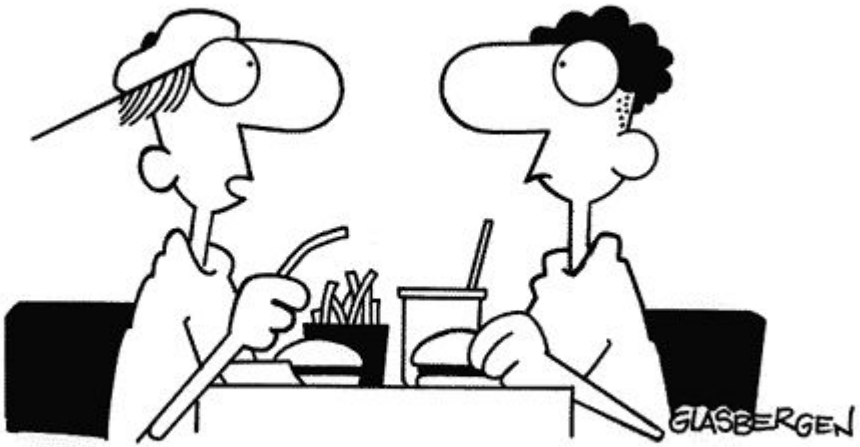
ПРОШИВКА МОЗГА ПОСТОЯННО МЕНЯЕТСЯ.
ДАЖЕ СЕЙЧАС.

Бóльшая часть знаний исчезает в первые 60 секунд.

Выжившая память имеет шанс закрепиться и мигрировать в кору головного мозга.



Copyright 1997 Randy Glasbergen. www.glasbergen.com

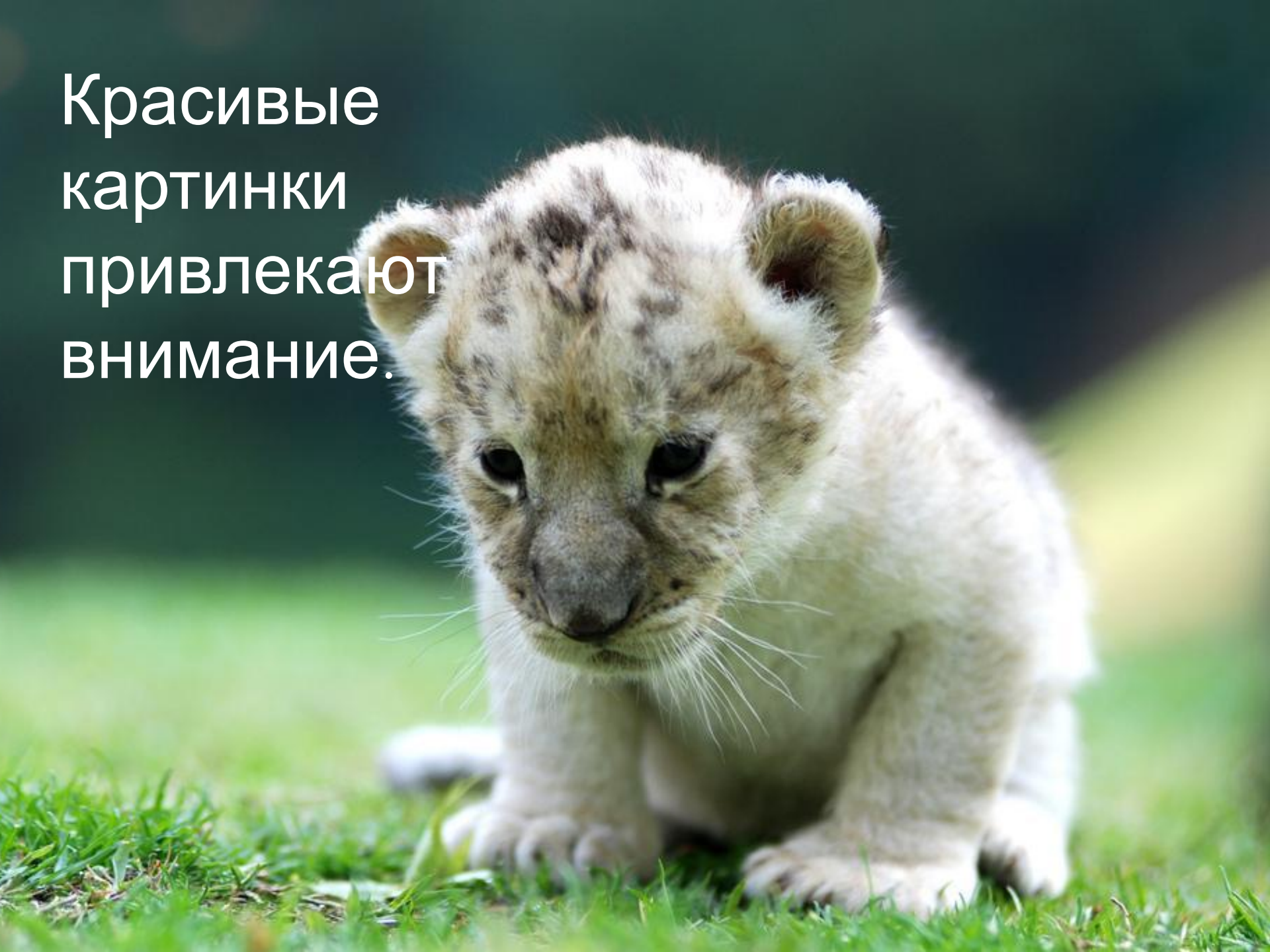


"I forgot to make a back-up copy of my brain, so everything I learned last semester was lost."

К черту лишнее!

- Повторение, действительно, ключ к памяти.
- Повторяйте основные мысли несколько раз.
- Повторяйте важное. Не забивайте память неважным.

5. Внимание


Красивые
картинки
привлекают
внимание.

Анимация привлекает внимание.

(Вообще-то это очень мощное средство.
Да, все из-за эволюции.)

FRONT

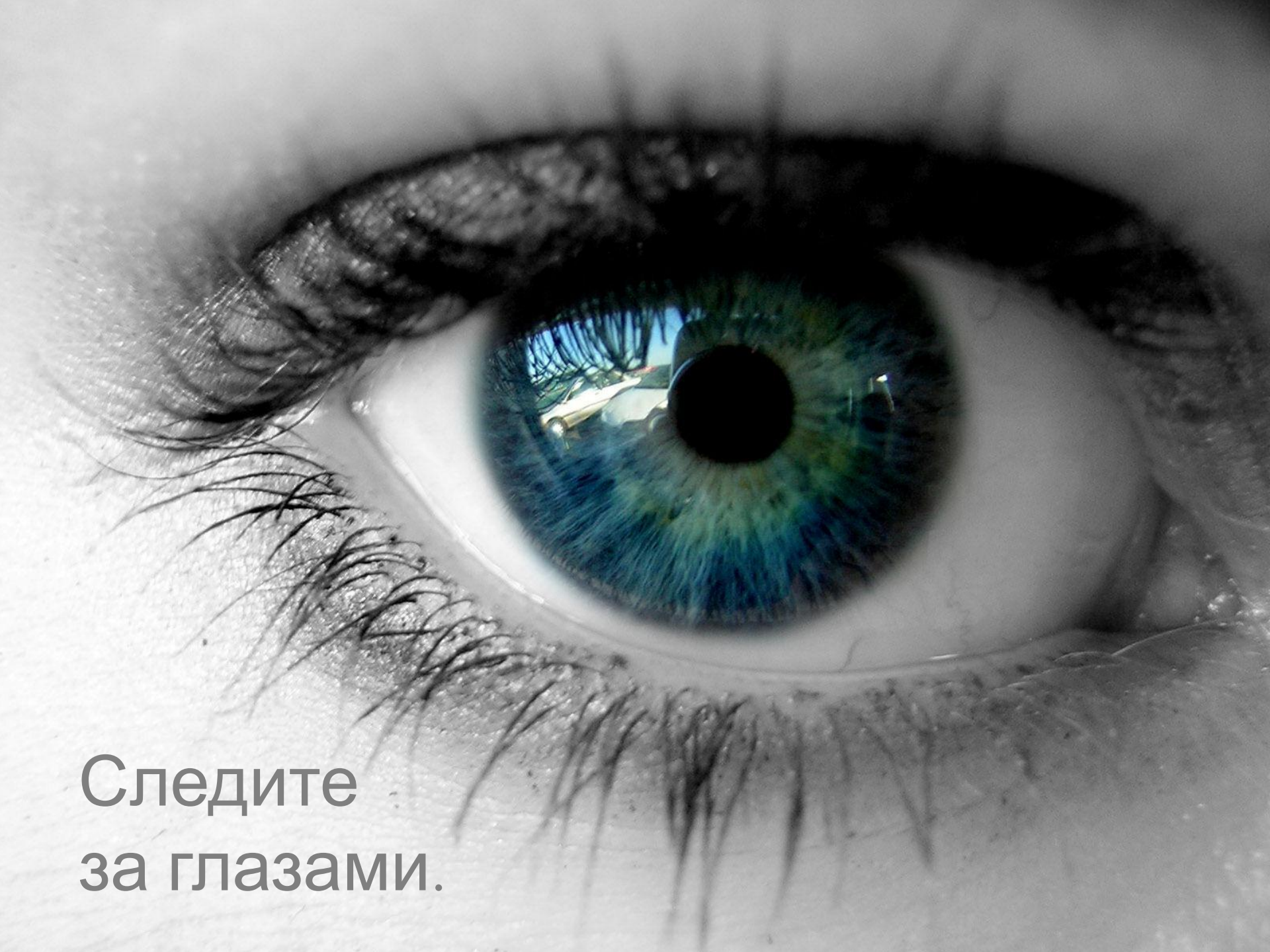
BACK

OTHER SIDE

INSIDE

Создавайте аттракторы.

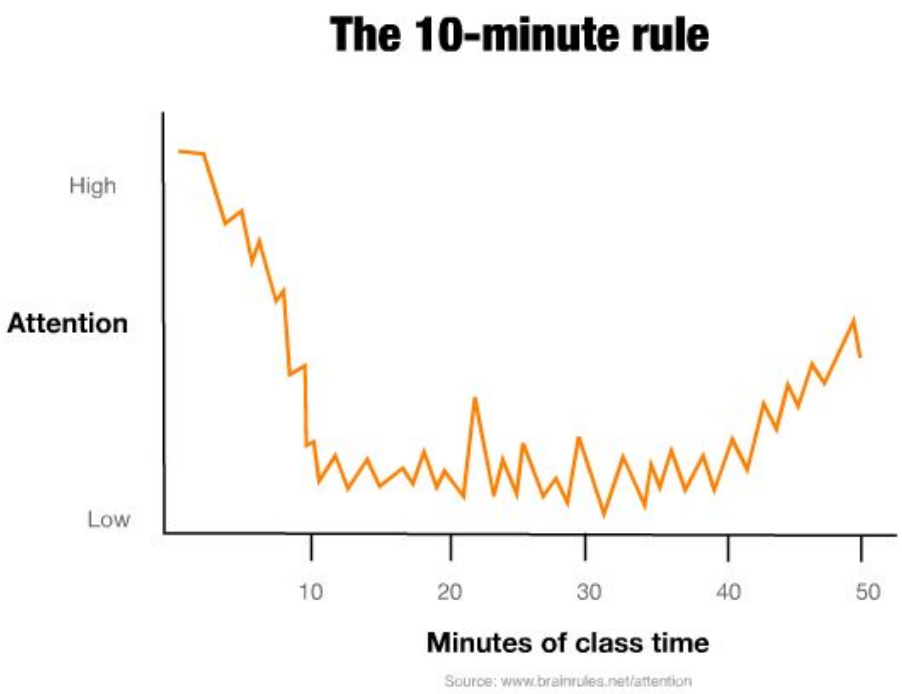
Когда вам скучно, вы начинаете смотреть на часы.



Следите
за глазами.

- Скучное никто не запоминает.
- Эмоции помогают запоминанию и вспоминанию.

6. Время



Если бы лекции были бизнесом, это был бы на 80% провальный бизнес.

Каждые 10 минут нужно заново привлекать внимание.

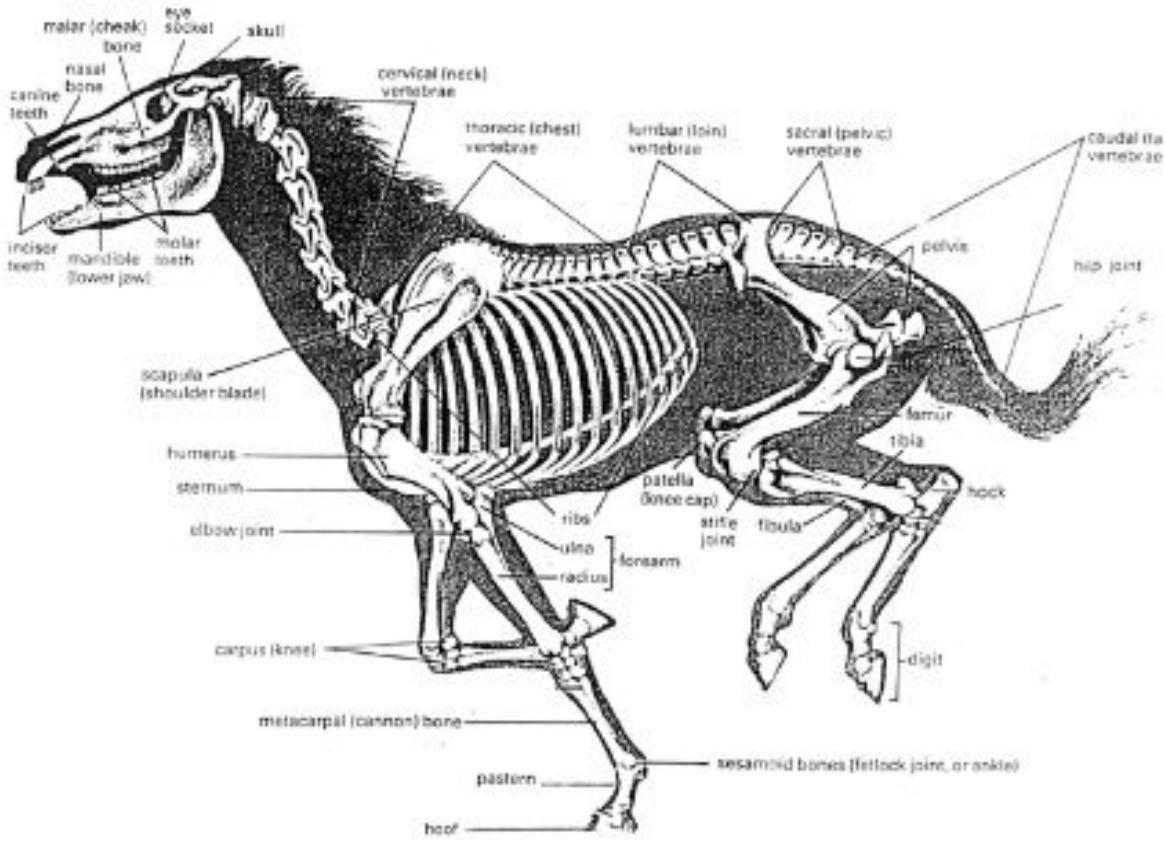
- Готовьтесь привлекать внимание каждые 10 минут.
- Не так важно, как именно вы это сделаете.
- Делайте перерывы.

7. Сложность

КОНТЕНТ ДОЛЖЕН БЫТЬ ПРОСТЫМ.

– сложный контент нужно разбивать на простые блоки.

МОЗГ БЫСТРО АДАПТИРУЕТСЯ К СИСТЕМНОСТИ.

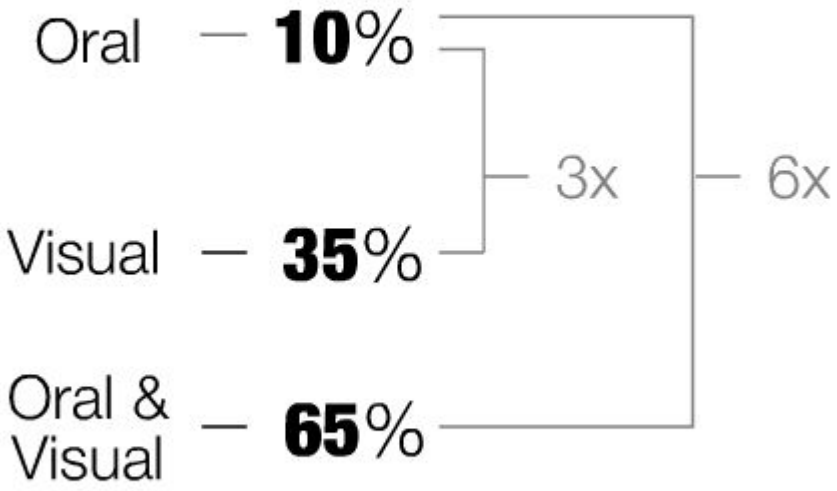


Структура не обязана выглядеть идеально, но она должна быть.

- Управляйте сложностью.
- Разбивайте сложное на простое.
- Не забудьте про структуру.

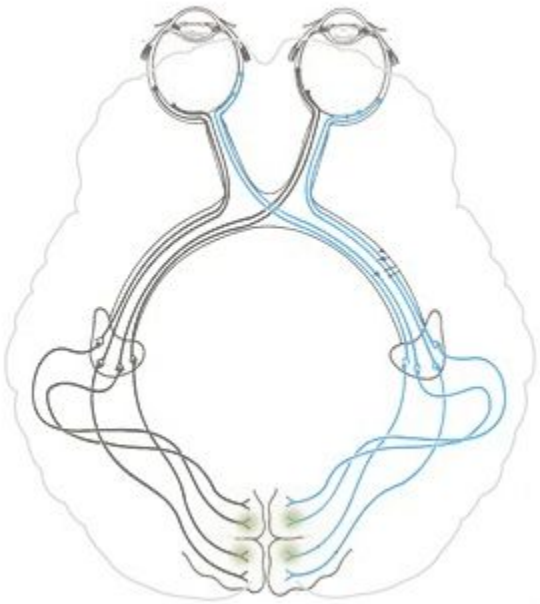
8. Текст и графика

Seeing is believing

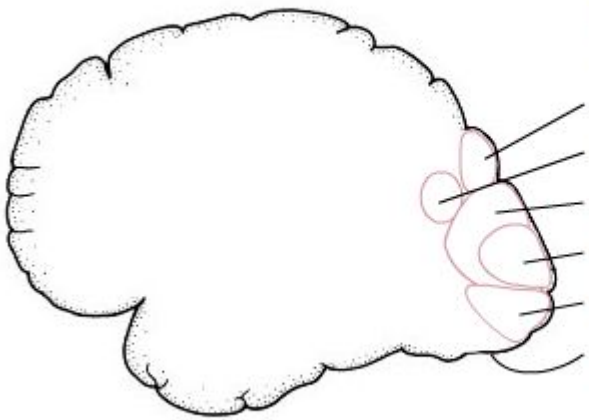


Source: Najjar, LJ (1998) Principles of educational multimedia user interface design (via *Brain Rules* by John Medina, 2008)

visual processing



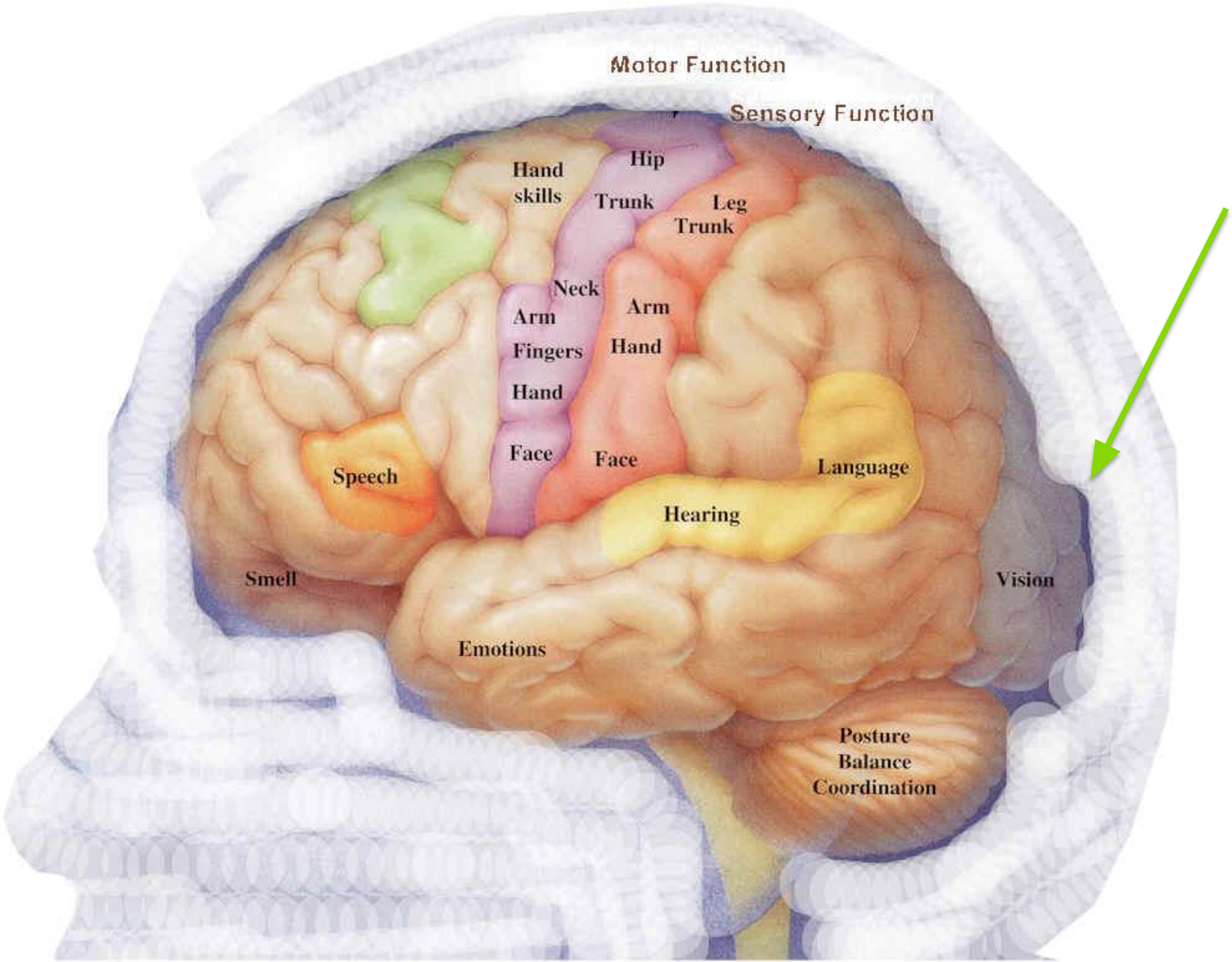
visual processing



The visual cortex is sub-divided into a wide variety of feature-specific processing centers, the so-called "V" regions.

НАШИ ЛЮБИМЫЕ БЕЗУМНЫЕ 3D-ЭФФЕКТЫ

НЕТ КЛИПАРТУ!
НЕТ ИСКАЖЕНИЯМ!


Motor Function
Sensory Function
Hand
skills
Hip
Trunk
Leg
Trunk
Neck
Arm
Fingers
Hand
Arm
Hand
Face
Face
Speech
Language
Hearing
Smell
Vision
Emotions
Posture
Balance
Coordination

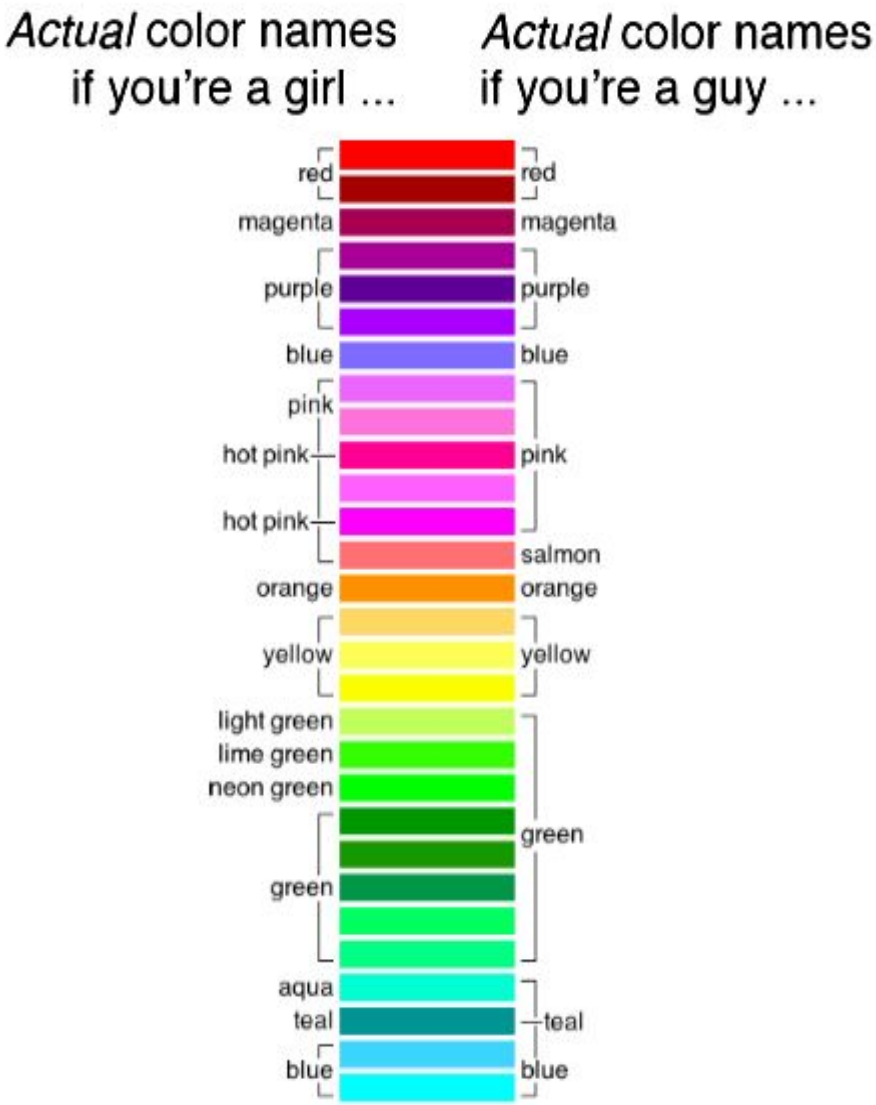
МЫ ЧИТАЕМ БЫСТРЕЕ, ЧЕМ ПРОИЗНОСИМ

– вывод: писать длинные тексты глупо.

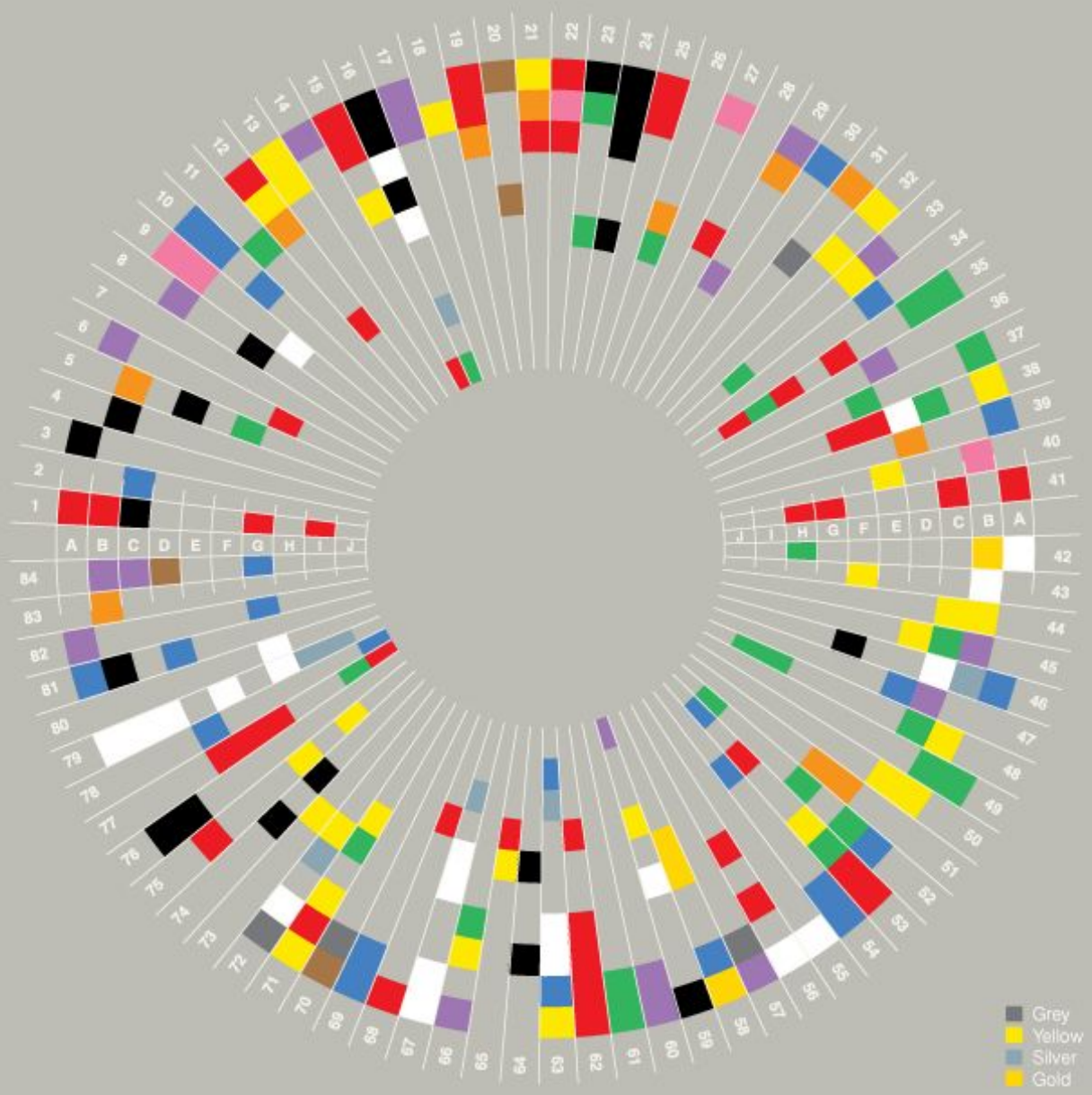
- Зрение – очень важная штука.
- Не читайте слайды. Аудитория сделает это быстрее.

9. Цвет

Girls vs. Guys



Colours In Cultures

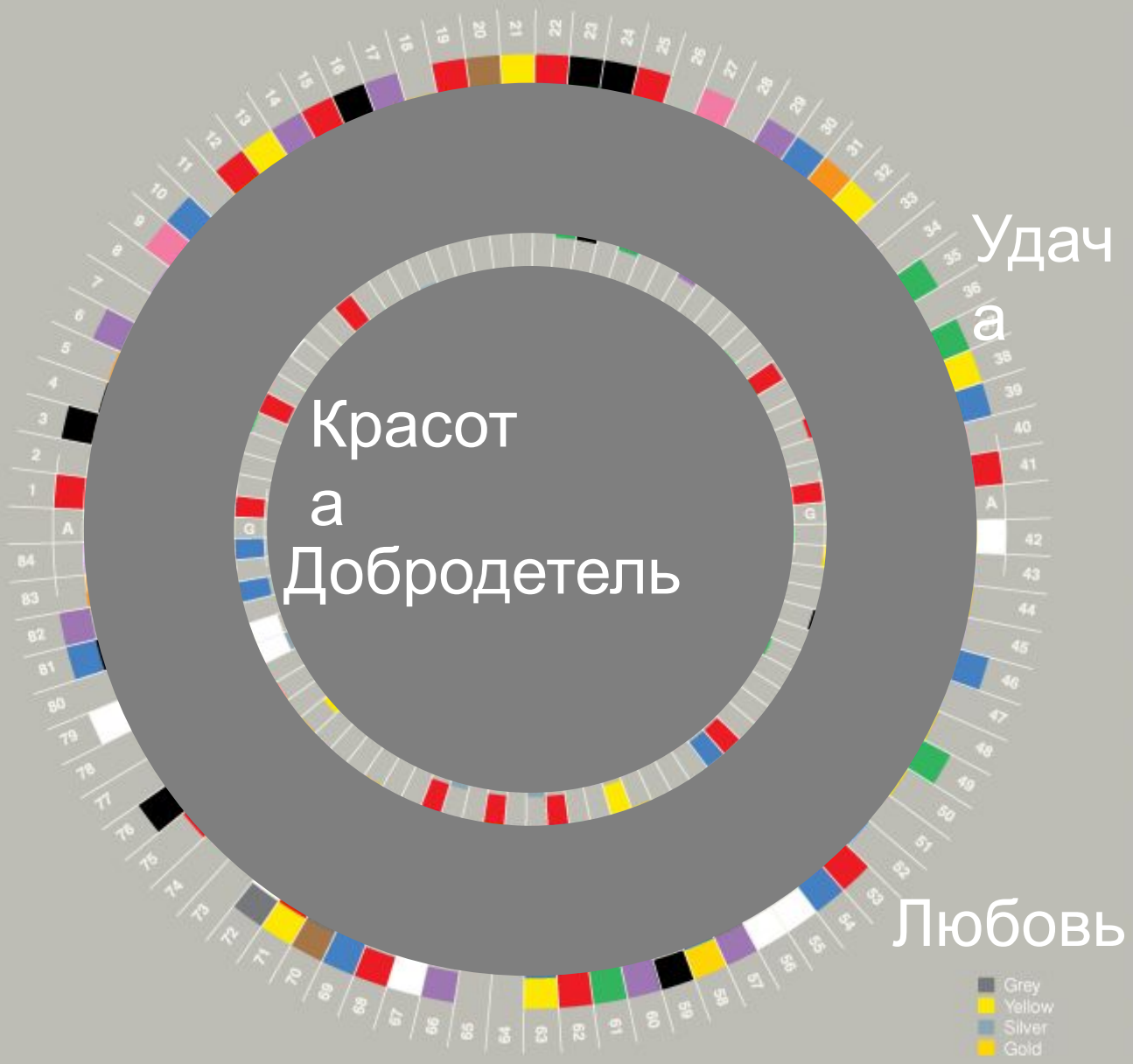


A	Western / American	F	Asian
B	Japanese	G	Eastern European
C	Hindu	H	Muslim
D	Native American	I	African
E	Chinese	J	South American

1	Anger	43	Holiness
2	Art / Creativity	44	Illness
3	Authority	45	Insight
4	Bad Luck	46	Intelligence
5	Balance	47	Intuition
6	Beauty	48	Religion
7	Calm	49	Jealousy
8	Celebration	50	Joy
9	Children	51	Learning
10	Cold	52	Life
11	Compassion	53	Love
12	Courage	54	Loyalty
13	Cowardice	55	Luxury
14	Cruelty	56	Marriage
15	Danger	57	Modesty
16	Death	58	Money
17	Decadence	59	Mourning
18	Deceit	60	Mystery
19	Desire	61	Nature
20	Earthy	62	Passion
21	Energy	63	Peace
22	Erotic	64	Penance
23	Eternity	65	Power
24	Evil	66	Personal power
25	Excitement	67	Purity
26	Family	68	Radicalism
27	Femininity	69	Rational
28	Fertility	70	Reliable
29	Flamboyance	71	Repels Evil
30	Freedom	72	Respect
31	Friendly	73	Royalty
32	Fun	74	Self-cultivation
33	God	75	Strength
34	Gods	76	Style
35	Good Luck	77	Success
36	Gratitude	78	Trouble
37	Growth	79	Truce
38	Happiness	80	Trust
39	Healing	81	Unhappiness
40	Healthy	82	Virtue
41	Heat	83	Warmth
42	Heaven	84	Wisdom

source: Pantone, ColorMatters & web sources

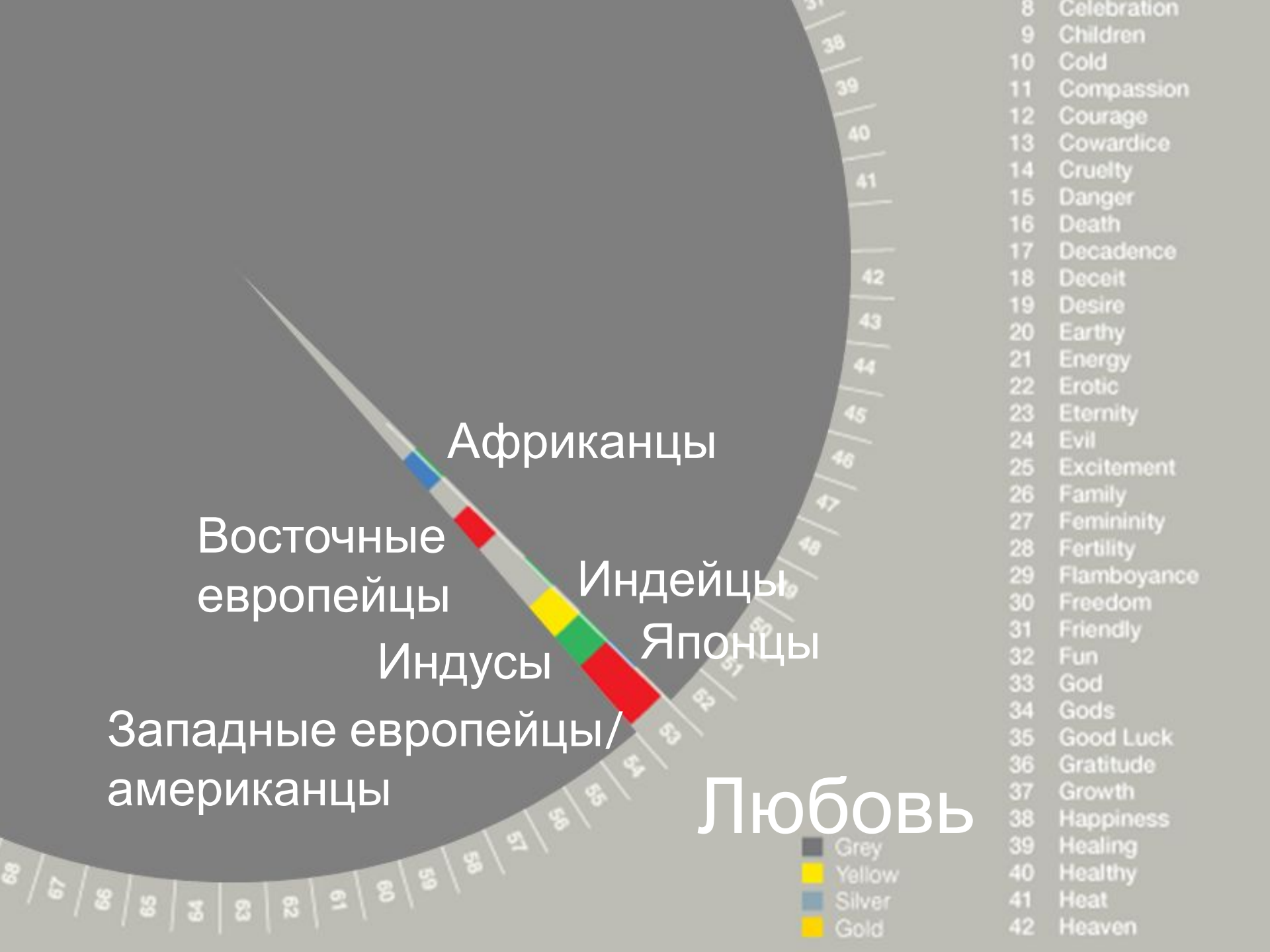
Colours In Cultures

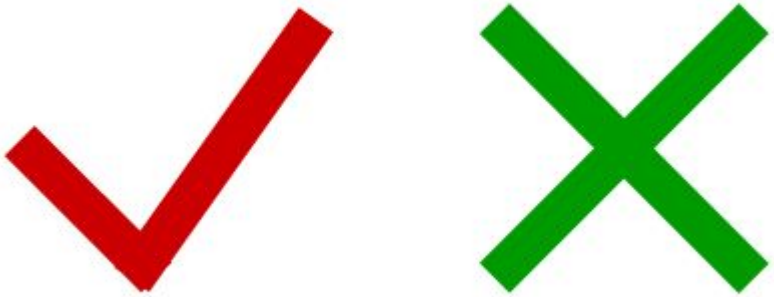


A	Western / American
B	Japanese
C	Hindu
D	Native American
E	Chinese
F	Asian
G	Eastern European
H	Muslim
I	African
J	South American

1	Anger
2	Art / Creativity
3	Authority
4	Bad Luck
5	Balance
6	Beauty
7	Calm
8	Celebration
9	Children
10	Cold
11	Compassion
12	Courage
13	Cowardice
14	Cruelty
15	Danger
16	Death
17	Decadence
18	Deceit
19	Desire
20	Earthy
21	Energy
22	Erotic
23	Eternity
24	Evil
25	Excitement
26	Family
27	Femininity
28	Fertility
29	Flamboyance
30	Freedom
31	Friendly
32	Fun
33	God
34	Gods
35	Good Luck
36	Gratitude
37	Growth
38	Happiness
39	Healing
40	Healthy
41	Heat
42	Heaven
43	Holiness
44	Illness
45	Insight
46	Intelligence
47	Intuition
48	Religion
49	Jealousy
50	Joy
51	Learning
52	Life
53	Love
54	Loyalty
55	Luxury
56	Marriage
57	Modesty
58	Money
59	Mourning
60	Mystery
61	Nature
62	Passion
63	Peace
64	Penance
65	Power
66	Personal power
67	Purity
68	Radicalism
69	Rational
70	Reliable
71	Repels Evil
72	Respect
73	Royalty
74	Self-cultivation
75	Strength
76	Style
77	Success
78	Trouble
79	Truce
80	Trust
81	Unhappiness
82	Virtue
83	Warmth
84	Wisdom

source: Pantone, ColorMatters & web sources

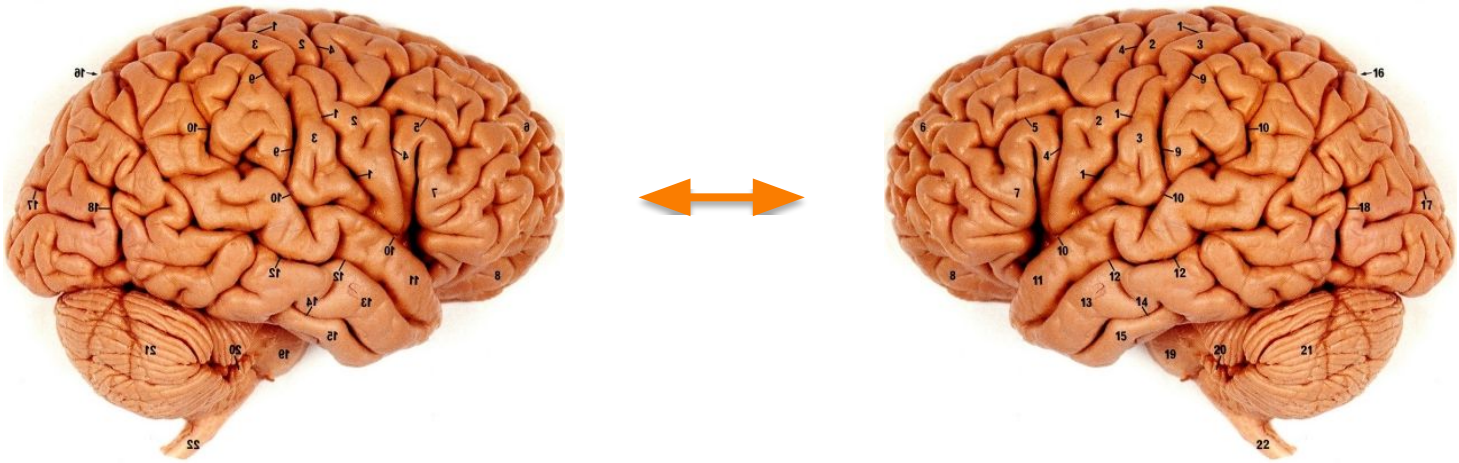

Африканцы
Восточные европейцы
Индейцы
Японцы
Индусы
Западные европейцы/ американцы
Любовь
Grey
Yellow
Silver
Gold
8 Celebration
9 Children
10 Cold
11 Compassion
12 Courage
13 Cowardice
14 Cruelty
15 Danger
16 Death
17 Decadence
18 Deceit
19 Desire
20 Earthy
21 Energy
22 Erotic
23 Eternity
24 Evil
25 Excitement
26 Family
27 Femininity
28 Fertility
29 Flamboyance
30 Freedom
31 Friendly
32 Fun
33 God
34 Gods
35 Good Luck
36 Gratitude
37 Growth
38 Happiness
39 Healing
40 Healthy
41 Heat
42 Heaven



Красный
— опасный.

Серый
— скучный.

- Культура – это важно, но не догма.
- Цвет несет смысл.



Используйте особенности мозга, чтобы лучше доносить свои идеи.

Впрочем, иногда это может быть сложно.

Как достучаться до аудитории?

BRAIN TO BRAIN COMMUNICATIONS

Константин Кичинский

constantin@kichinsky.ru
kichinsky@twitter.com