

# Как достучаться до аудитории?

BRAIN TO BRAIN COMMUNICATIONS



Константин Кичинский





ТВОЙ  
МОЗГ



Тут может  
быть другой  
РС.



другой  
МОЗГ

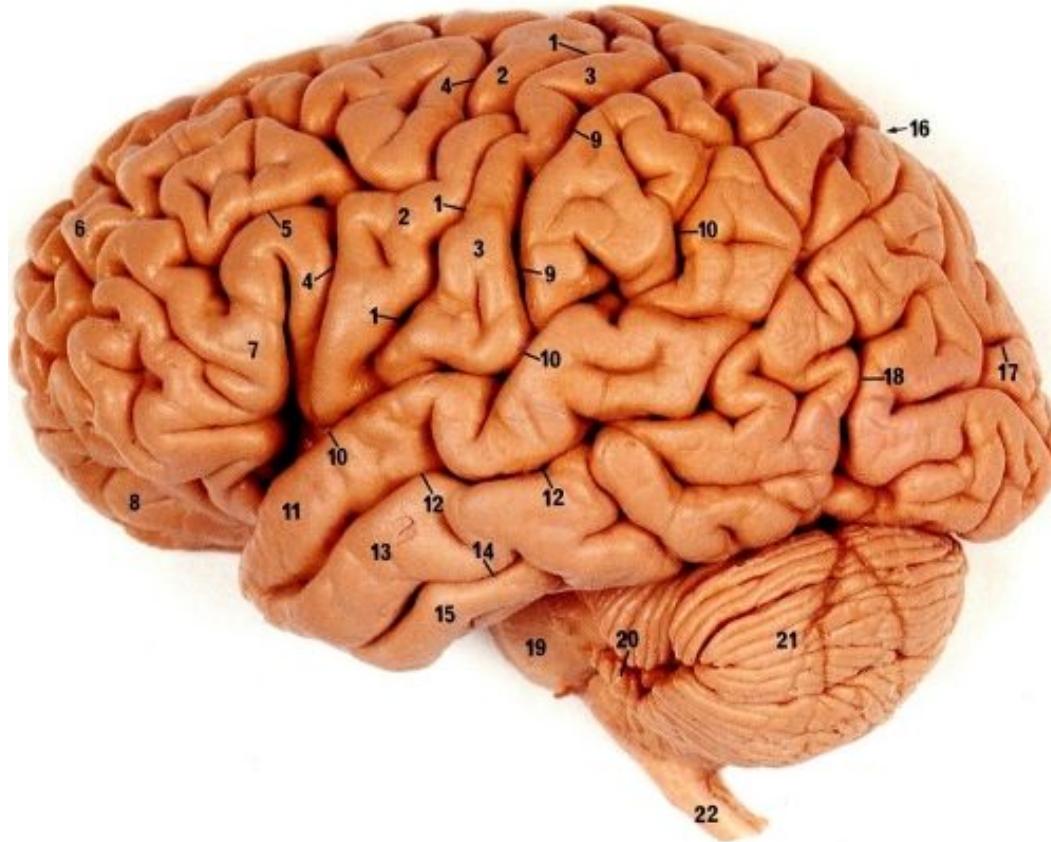
ВСЕ, ЧТО  
МЫ

СЛЫШИМ  
ВИДИМ  
ЧУВСТВУЕ  
М

...

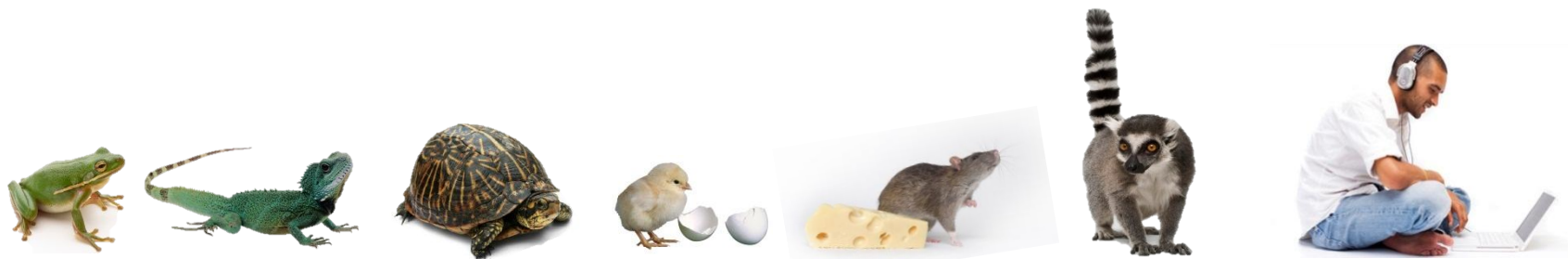
МЫ ДЕЛАЕМ  
НАШИМ МОЗГОМ.

—ПРИВЕТ, я ТВОЙ МОЗГ.

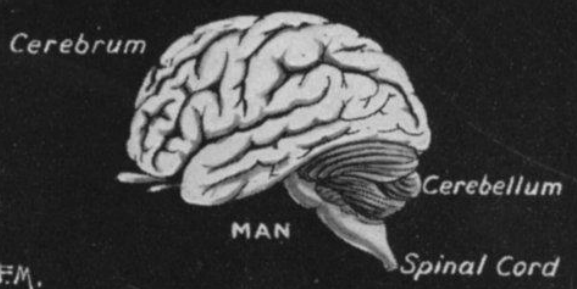
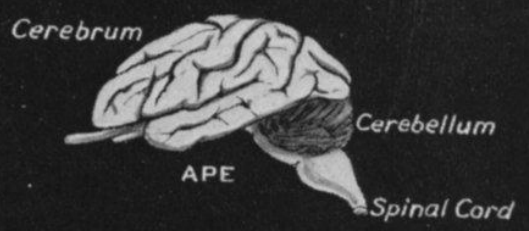
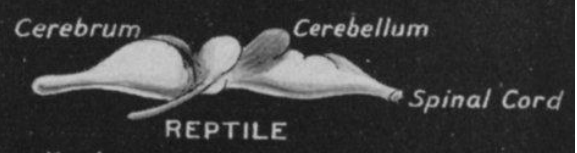


Выглядит не очень приятно, но именно эта штука находится в черепной коробке каждого из нас.

# 1. Эволюция



**Мы все — результат  
ЭВОЛЮЦИИ.**



S.F.M.

# Мозг — результат ЭВОЛЮЦИИ

.



Мозг развивался  
в определенных условиях  
для решения конкретных  
задач.

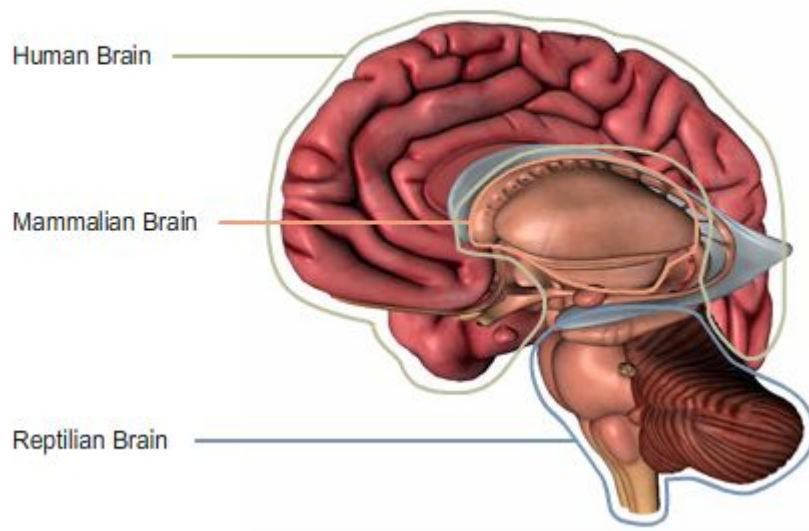
ГОТОВЫ  
СТАТЬ  
УЖИНОМ?





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.

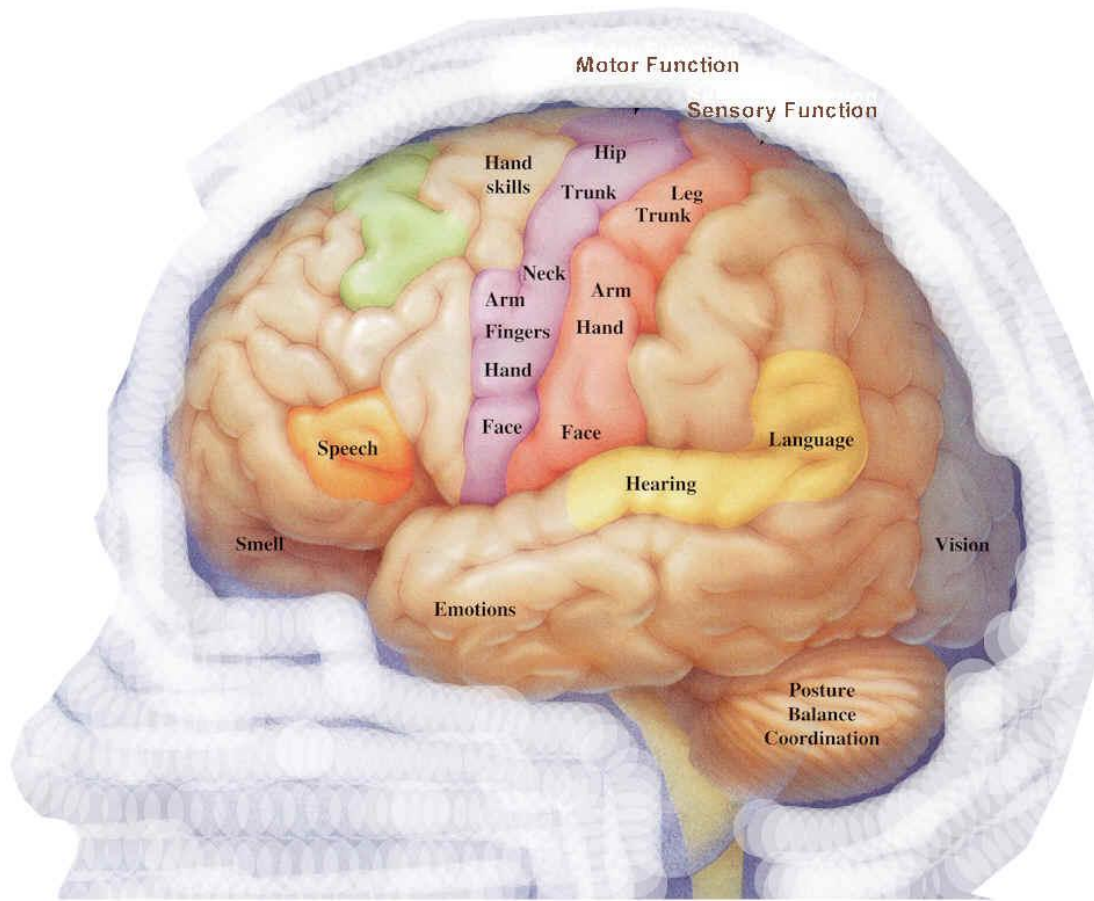




Новый сигнал  
начинают  
обрабатывать  
разные  
разделы  
мозга.



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

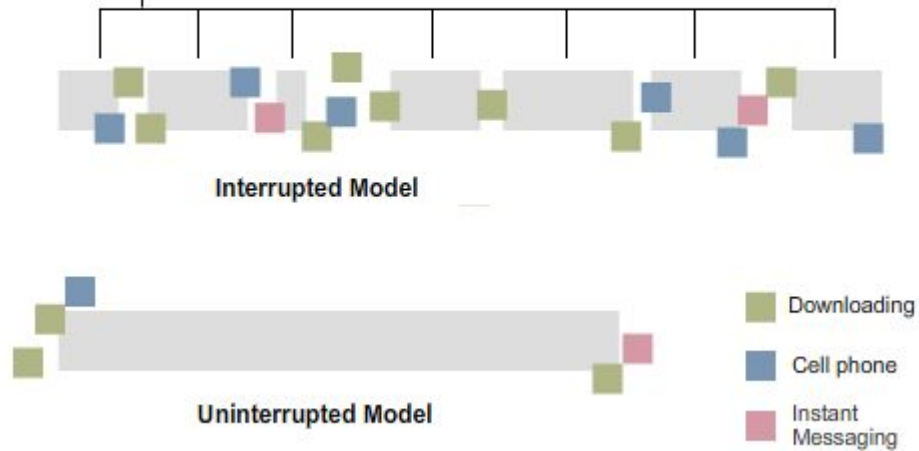


Многозадачность — это миф.

Упражнение

## one task switching comparisons

Segments length variable  
(0.5 - 5 min. per typical), total of 20 min.






ВКЛЮЧАЙТЕ  
РАЗНЫЕ  
КАНАЛЫ.

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

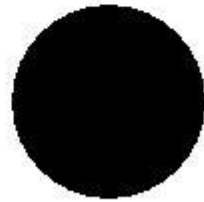
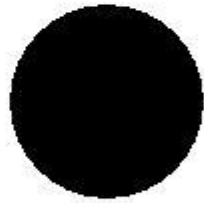
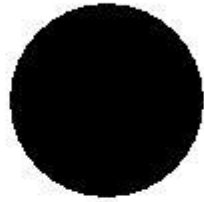


## 4. Память



МОЗГ —  
СЛОЖНАЯ  
ШТУКА.

МОЗГ ДАЕТ НАМ  
ПРИБЛИЗИТЕЛЬНУЮ  
КАРТИНУ МИРА.



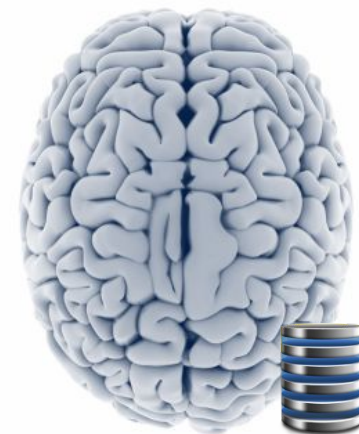
ПРОШИВКА МОЗГА  
ПОСТОЯННО  
МЕНЯЕТСЯ.

ДАЖЕ СЕЙЧАС.

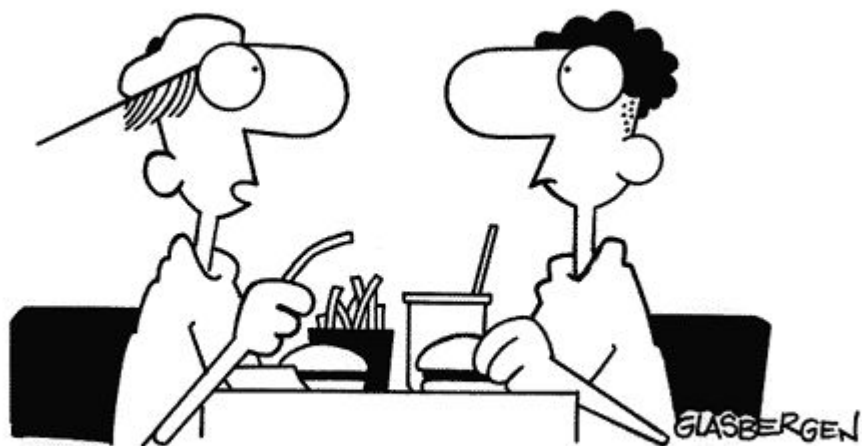
Бóльшая часть  
знаний **исчезает**  
в первые 60 секунд.



Выжившая память  
имеет шанс  
закрепиться и  
**мигрировать** в кору  
ГОЛОВНОГО МОЗГА.



Copyright 1997 Randy Glasbergen. [www.glasbergen.com](http://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!



Кодирование

Хранение

Выборка

Забывание

- 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**

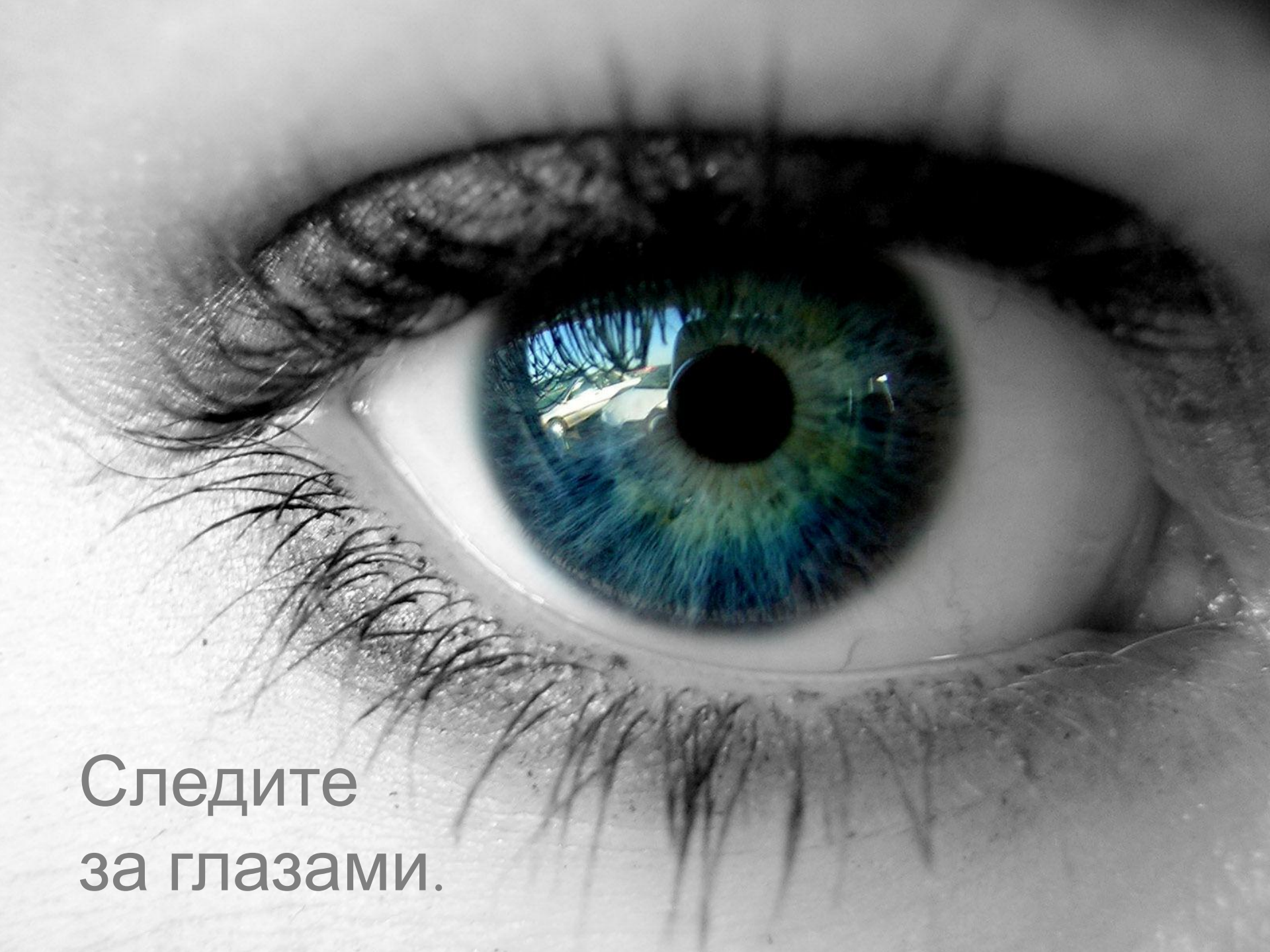


**INSIDE**

Создавайте  
аттракторы.

Когда вам **скучно**, вы  
начинаете смотреть на **часы**.



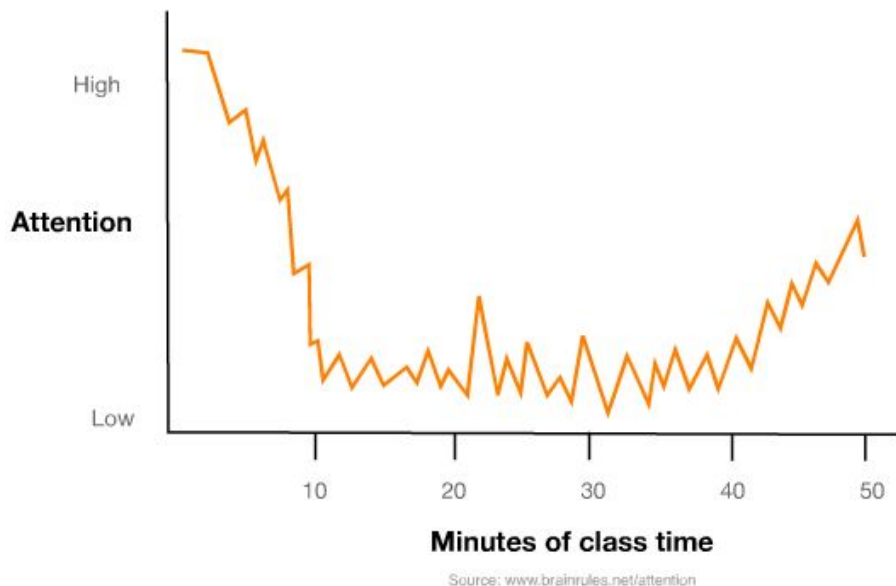


Следите  
за глазами.

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

## 6. Время

## The 10-minute rule



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

Каждые 10 минут  
нужно заново  
привлекать внимание.





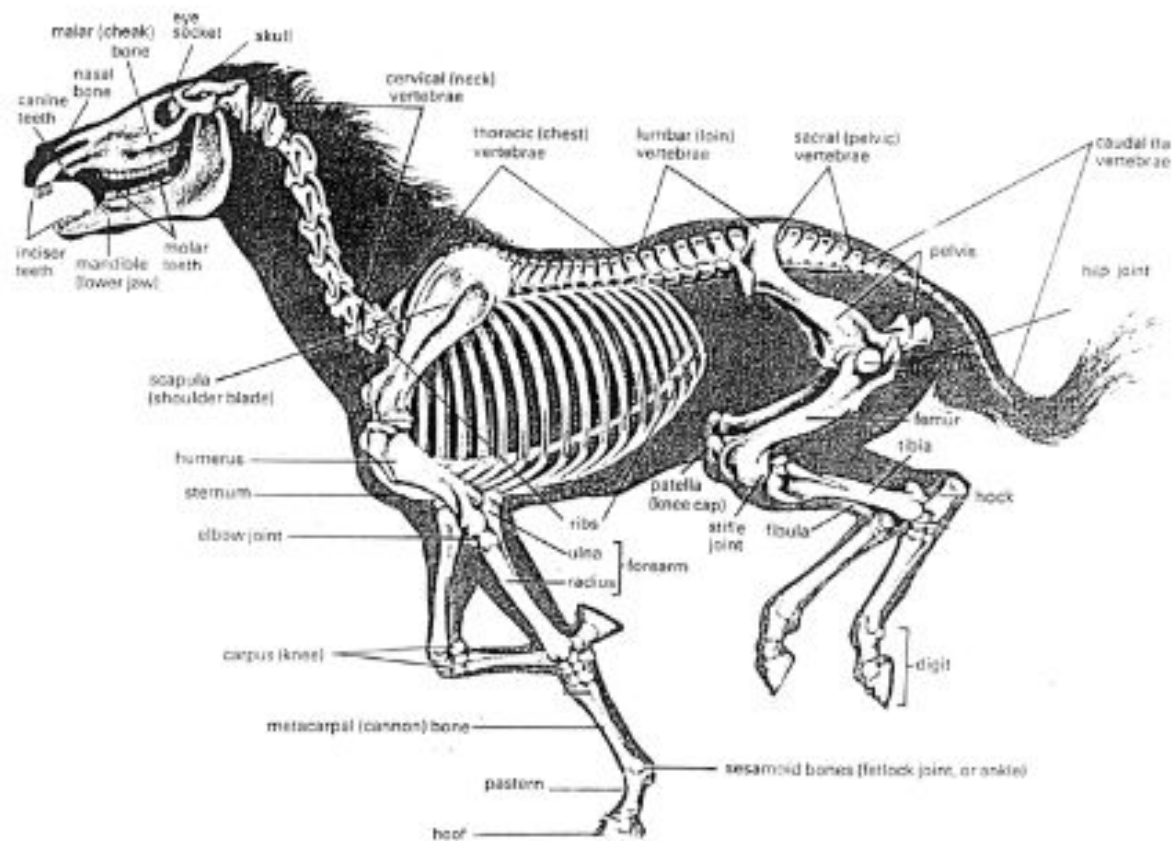
- Готовьтесь привлекать внимание каждые 10 минут.
- Не так важно, как именно вы это сделаете.
- Делайте перерывы.

# 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**.

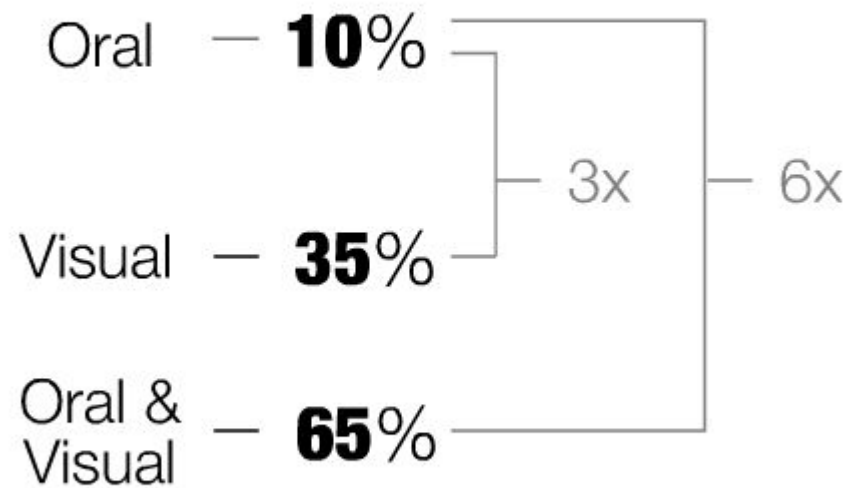
- Управляйте сложностью.
- Разбивайте сложное на простое.
- Не забудьте про структуру.

## 8. Текст и графика

A close-up photograph of a woman's face, focusing on her eyes and hair. She has long, wavy blonde hair and striking blue eyes. The lighting is soft, highlighting the texture of her hair and the intensity of her gaze. The background is a blurred blue.

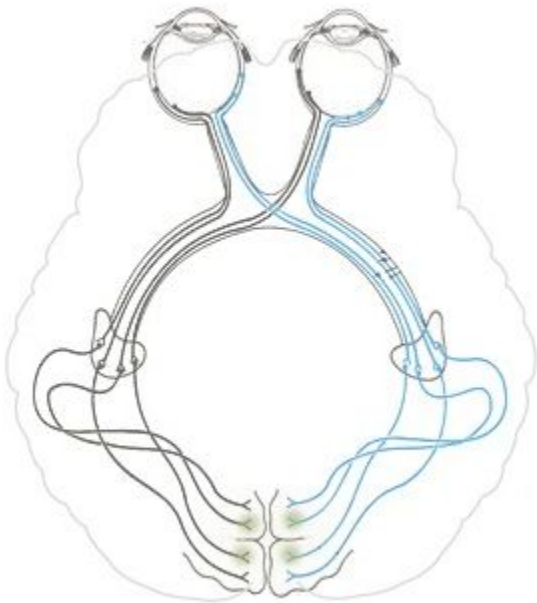
**Seeing is believing**





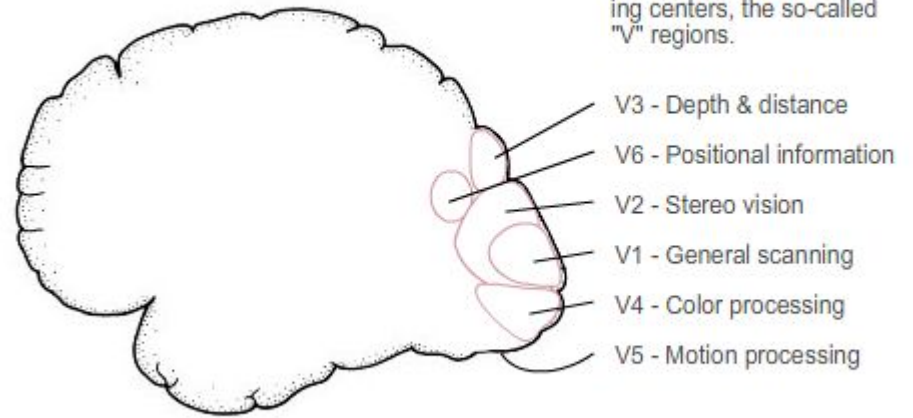
Source: Najjar, L.J. (1998) Principles of educational multimedia user interface design (via Brain Rules by John Medina, 2008)

## visual processing



## visual processing

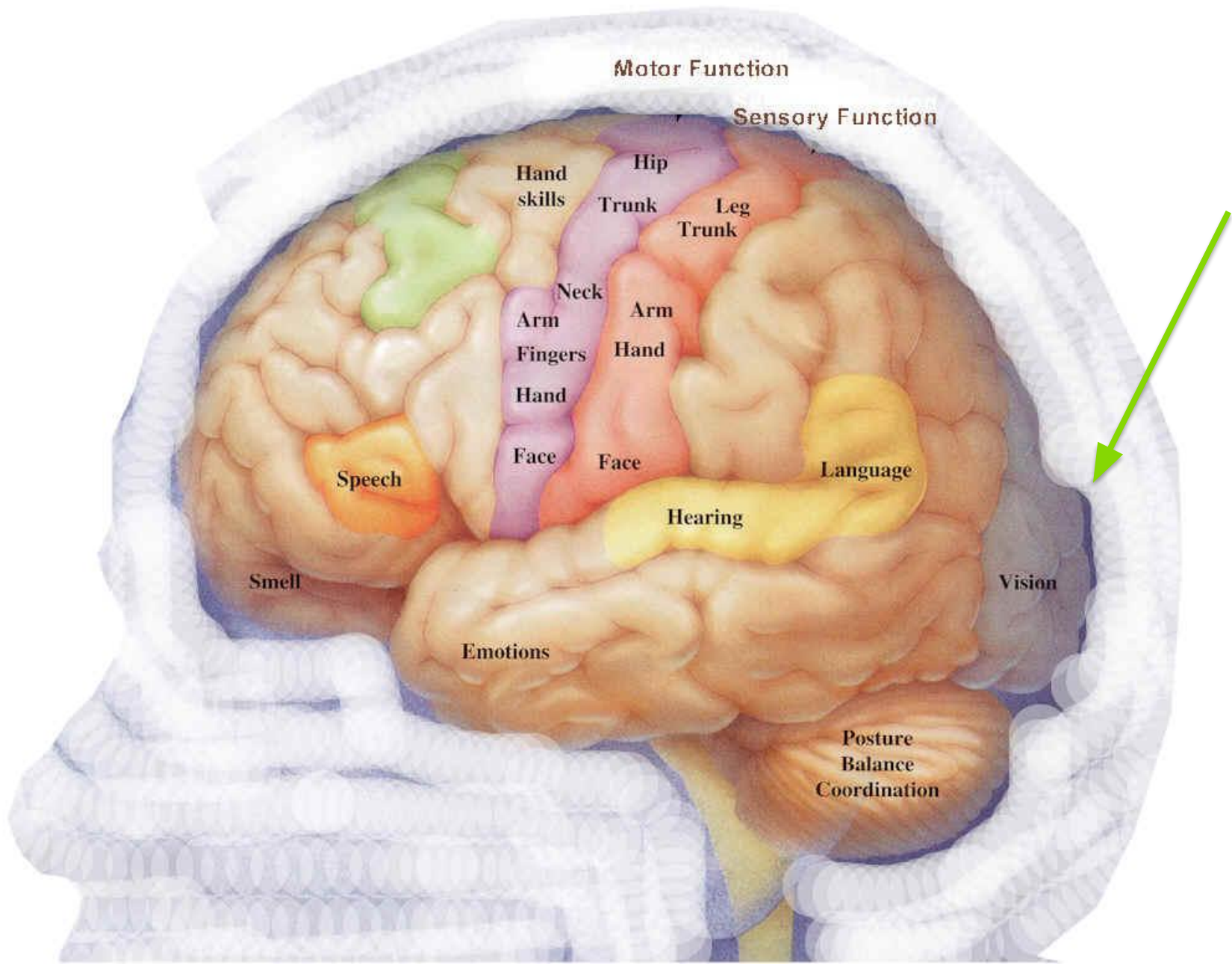
The visual cortex is subdivided into a wide variety of feature-specific processing centers, the so-called "V" regions.



**НАШИ ЛЮБИМЫЕ  
БЕЗУМНЫЕ  
3D-ЭФФЕКТЫ**

НЕТ КЛИПАРТУ!

НЕТ ИСКАЖЕНИЯМ!





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

Color names if you're a girl...



Color names if you're a guy...

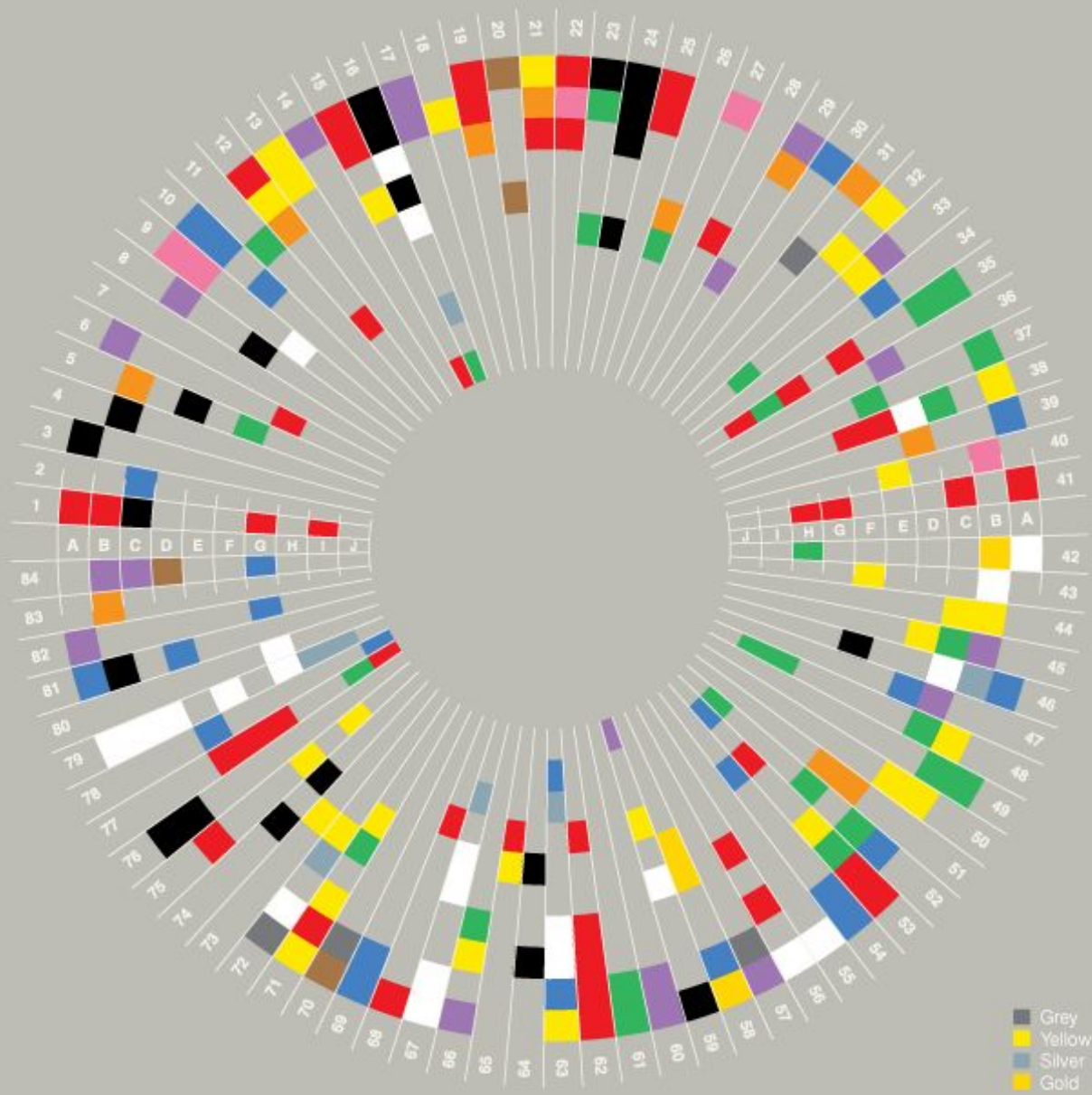
Doghouse Diaries  
"We take no as an answer."

Actual color names if you're a girl ...

Actual color names if you're a guy ...



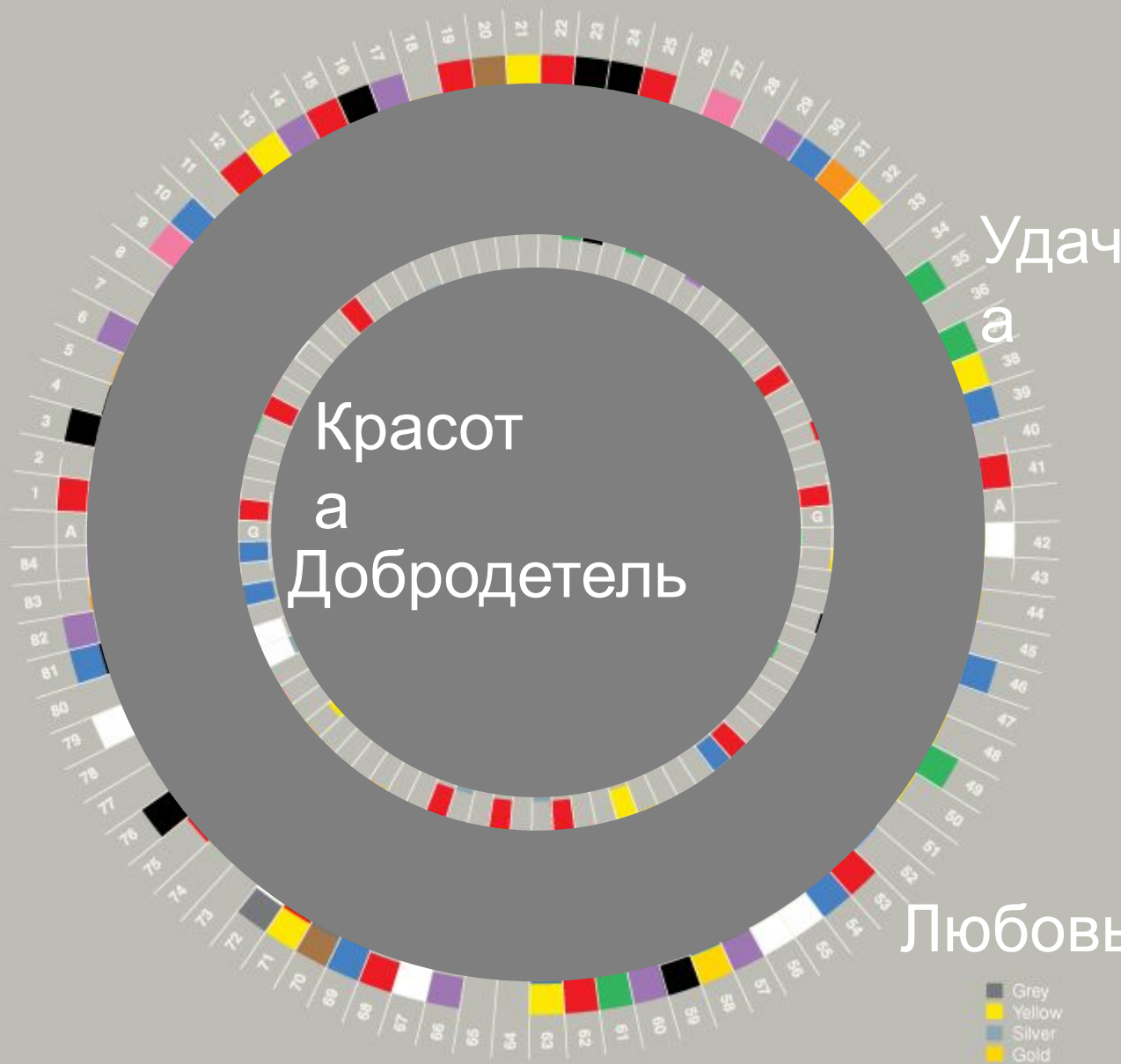
# Colours In Cultures



- |   |                    |   |                  |
|---|--------------------|---|------------------|
| 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           |

# 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           |



- 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

Любовь

- Grey
- Yellow
- Silver
- Gold





Красный  
— опасный.

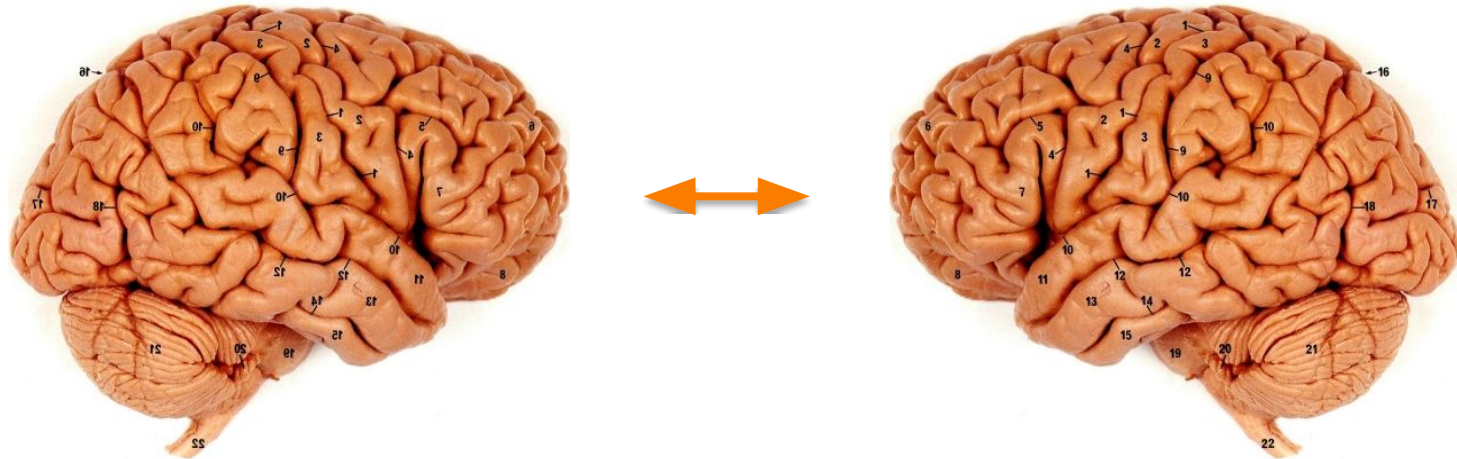




Серый  
— скучный.

□ Культура — это важно, но не догма.

□ Цвет несет смысл.



Используйте особенности  
мозга, чтобы лучше донести  
свои идеи.

Впрочем,  
иногда это  
может быть  
сложно.



# Как достучаться до аудитории?

BRAIN TO BRAIN COMMUNICATIONS



Константин Кичинский

[constantin@kichinsky.ru](mailto:constantin@kichinsky.ru)  
[@kichinsky](https://twitter.com/kichinsky)