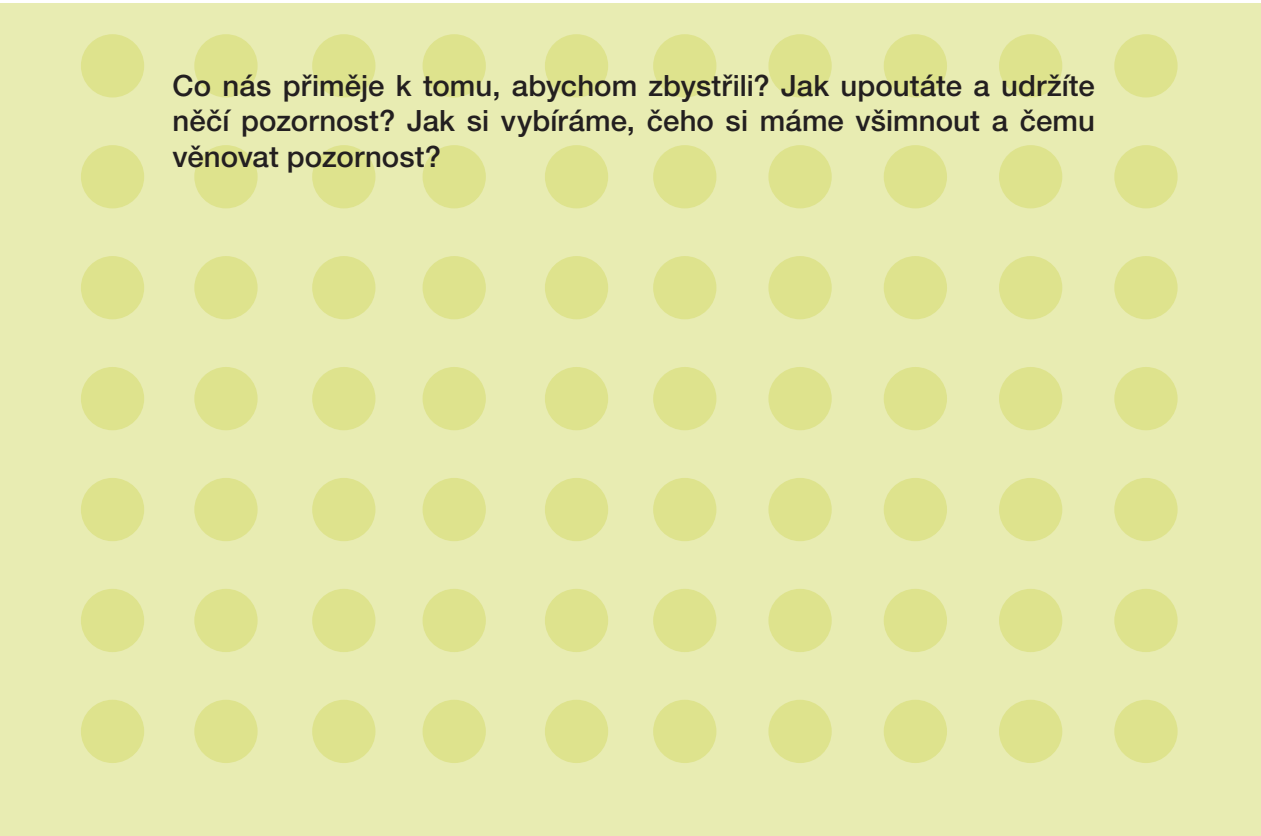




JAK LIDÉ ZAMĚŘUJÍ SVOJI POZORNOST



Co nás přiměje k tomu, abychom zbystřili? Jak upoutáte a udržíte něčí pozornost? Jak si vybíráme, čeho si máme všimnout a čemu věnovat pozornost?

Robert Solso (2005) je autorem následujícího (do češtiny volně přeloženého) cvičení: v níže uvedeném odstavci přečtěte pouze tučně vysázená slova a ostatní text ignorujte.

Kdesi Mezi v hloubi nejvýraznější pustého ostrova kognitivní pobliž schopnosti souostroví X patří jeden starší schopnost účastník soutěže vybrat Trosečník jednu ukryl zprávu truhlu z jiné zlata, kterou Dokážeme vyhrát to v soutěžním zaměřením úkolu naší. Třebaže pozornosti ji na hledalo určitá několik vodítka set jako lidí třeba (fanoušci, styl soutěžící písma a Zaměříme-li producenti), svoji nenašli pozornost ji. na Proslýchá určité se podněty, že zpráva toto v jiných místo podnětech se nachází nebude 300 jasně kroků rozpoznatelná západně Avšak od z kmenové nesouvisejícího rady a zdroje 200 kroků na sever. X lze A zlata je zřejmě detekovat dost na některé zakoupení celého informace ostrova!

Lidé lze v mnoha situacích snadno vyrušit. Vlastně jejich pozornost lze od objektu, na nějž jsou soustředěni, snadno odvrátit. Ovšem lidé dokáží rovněž věnovat pozornost jedné věci a ostatní podněty odfiltrovat. Tato schopnost je označována jako selektivní pozornost.

Jak obtížné je upoutat jejich pozornost, závisí na tom, do jaké míry jsou do určité úlohy zabraní či zapojení. Například pokud navštíví váš web, aby si na něm koupili nějaký dárek, a nejsou si jisti, co mají vybrat, celkem snadno upoutáte jejich pozornost videem, velkou fotografií, barvou nebo animací. Obrázek 40.1 je toho dobrým příkladem.

OBRÁZEK 40.1 Lidé věnují pozornost velkým fotografiím a barvám

Na druhou stranu, pokud se někdo soustředí na určitou úlohu, například vyplnění informací ve formuláři na **obrázku 40.2**, nejspíš bude rušivé podněty ignorovat.

Zde vyplňte své údaje

Nakupuji soukromě Nakupuji na firmu

Váš e-mail: * Telefon: * +420

Jméno: * Příjmení: *

Ulice, č.p.: * Město: * PSČ: *

Přeji si doručit zboží na jinou adresu

Přeji si dostávat informace o novinkách a akčních nabídkách

[O krok zpět](#)

Pokračujte

OBRÁZEK 40.2 Lidé při vykonávání složitých úloh filtrují rušivé podněty

NEVĚDOMÁ SELEKTIVNÍ POZORNOST

Představte si, že jdete lesní cestou a přemýšlíte o blížící se služební cestě, když náhle spatříte na zemi hada. Uskočíte zpět. Srdce se vám rozbuší. Jste připraveni na útěk. Ale moment, to přece není had; je to jen klacek. Uklidníte se a pokračujete v chůzi. Všimli jste si klacku a dokonce jste na něj velmi podvědomě zareagovali.

Má kniha *Neuro Web Design: What Makes Them Click?* (Neuro Web Design: co způsobuje, že uživatelé kliknou?) pojednává o nevědomém duševním zpracování. Někdy si svoji vědomou selektivní pozornost uvědomíte, třeba když jste četli odstavec na začátku této kapitoly. Avšak selektivní pozornost funguje i podvědomě.



Koktejlův večírek

Představte si, že jste na večírku a mluvíte s osobou, která stojí vedle vás. Třebaže je tam rušno, dokážete odstínit okolní konverzaci. Pak uslyšíte někoho vyslovit vaše jméno, to projde vaším „filtrem“ a ihned upoutá vaši pozornost.

PONAUCENÍ

- * Lidé budou věnovat pozornost pouze jedné věci a všechno ostatní budou ignorovat, pokud jim dáte konkrétní pokyn, aby tak učinili, a pokud nebude úloha trvat příliš dlouho.
- * Člověk podvědomě neustále sleduje prostředí, zda v něm nezaslechne své jméno nebo zmínku o jídle, sexu či nebezpečí.

Potkali jste někdy člověka, který byl o něčem skálopevně přesvědčen a nechtěl svůj názor změnit bez ohledu na řadu důkazů, podle kterých nebyl daný názor obhajitelný? Lidé vyhledávají informace a věnují pozornost informacím a souvislostem, které potvrzují jejich názory. Nehledají informace – ve skutečnosti je ignorují nebo dokonce berou na lehkou váhu – které nepodporují jejich dosavadní postoj.

Filtrování je často užitečné, neboť snižuje množství informací, jimž musíme neustále věnovat pozornost. Nicméně někdy může vést filtrování ke špatné volbě.

V roce 1988 mělo americké námořnictvo v Perském zálivu křižník s názvem USS Vincennes. Jednoho dne při kontrole radarové obrazovky na lodi posádka spatřila letadlo blížící se jejich směrem. Posádka usoudila, že blížící se letadlo nebylo civilní letadlo, ale nepřátelské vojenské letadlo. Proto letadlo sestřelili, načež se ukázalo, že šlo o civilní letadlo s 290 cestujícími na palubě. Nikdo nepřežil.

K tomuto chybnému závěru přispělo mnoho faktorů. Situace byla stresující (o stresu se zmíním v kapitole Lidé dělají chyby) a v místnosti byla příliš velká tma. Existovalo mnoho nejednoznačných informací, které posádce křižníku Vincennes znesnadňovaly pochopit, jaké letadlo se zobrazovalo na radaru. Nejdůležitější však je to, čemu se rozhodli věnovat pozornost a co se rozhodli ignorovat. Několik členů posádky bylo od začátku přesvědčeno, že šlo o nepřátelské vojenské letadlo, a od té chvíle filtrovali všechny nové informace. Neustále opakovali nacvičený scénář, co dělat v situaci, když jejich vzdušný prostor naruší nepřátelské vojenské letadlo. Ignorovali důkaz, že šlo o civilní letadlo, věnovali pozornost pouze informacím, které podporovaly jejich přesvědčení, že šlo o nepřátelský vojenský stroj, a poté postupovali podle nacvičeného scénáře. Všechny tyto kroky je přivedly k nesprávnému závěru.

PONAUCENÍ

- * Nečekejte, že lidé budou nutně věnovat pozornost informacím, které jim poskytnete.
- * Nic nepředpokládejte. Co je pro vás coby pro designéra samozřejmé, nemusí být jasné lidem, kteří výsledek vaší tvůrčí činnosti používají.
- * Pokud máte za to, že by lidé mohli informace filtrovat, upoutejte pozornost k tomu, co je důležité, například pomocí barvy, výraznějších rozměrů, animace, videa a zvuku.
- * Jestliže je důležité, aby lidé věnovali pozornost určitým informacím, zvýrazněte tyto informace 10krát výrazněji, než si myslíte, že je třeba.

Když mé děti vyrůstaly, braly hodiny hudby s využitím Suzukiho metody. Můj syn se učil hrát na housle a má dcera na klavír. Po návštěvě jednoho ze sólových vystoupení mé dcery jsem se jí zeptala, o čem přemýšlí, když hraje z paměti klavírní sonátu, aniž by před sebou měla noty. O dynamice hudby? O tom, kdy hrát hlasitěji a kdy tišeji? O konkrétních notách či nadcházejících pasážích?

Zmateně se na mě podívala.

„O čem přemýšlím?“ řekla. „Nepřemýšlím o ničem. Jen sleduji své prsty, jak hrají na klavír.“

Načež jsem byla zmatená zase já.

Otočila jsem se ke svému synovi a zeptala se ho: „Hraješ při svém sólovém vystoupení na housle stejným způsobem? Přemýšlíš u toho?“

„Samozřejmě že nepřemýšlím,“ odpověděl. „Také sleduji své prsty, jak hrají na housle.“

Suzukiho metoda klade důraz na neustálé opakování. Studenti před sebou nemají během vystoupení noty; místo toho si všechny části pamatují, i když jsou mnohdy poměrně složité. Na své hudební nástroje cvičí tak často, že se na něj naučí hrát, aniž by o tom přemýšleli.

Pokud se určitá dovednost procvičuje tak dlouho, že ji člověk provádí automaticky, lze ji vykonávat s minimální vědomou pozorností. Je-li skutečně automatická, pak téměř umožňuje vykonávat více úloh současně. Říkám téměř, protože multitasking ve skutečnosti neexistuje.

PŘÍLIŠ MNOHO AUTOMATICKÝCH KROKŮ MŮŽE VÉST K CHYBÁM

Už jste někdy použili softwarovou aplikaci, v níž bylo pro smazání určité položky potřeba provést řadu kroků? Klepnuli jste na položku, poté jste klepnuli na tlačítko Smazat, načež se zobrazilo vyskakovací okno, v němž bylo pro potvrzení třeba klepnout na tlačítko Ano. Potřebujete smazat asi 25 souborů, takže si připravíte prsty a začnete na ně klepat myší. Zanedlouho si na tuto rutinní činnost vaše prsty zvyknou, takže ani nebudete přemýšlet o tom, co děláte. Při podobných situacích lze snadno pokračovat v nechtěném mazání souborů i po smazání požadovaných 25 souborů.

PONAUCENÍ

- * Pokud lidé opakovaně provádí sérii kroků, nakonec tak budou činit automaticky.
- * Pokud po lidech požadujete, aby opakovaně prováděli určitou posloupnost kroků, snažte se celý proces usnadnit, avšak uvědomte si, že má i své nevýhody: lidé mohou začít dělat chyby, neboť přestanou automaticky vykonávané činnosti věnovat pozornost.
- * Usonadněte lidem stornovat nejen poslední provedený krok, ale i celou posloupnost kroků.
- * Místo abyste po lidech vyžadovali opakované provádění určité úlohy, pokuste se vytvořit takový design, který lidem umožní vybrat všechny požadované položky a následně se všemi současně provést požadovanou operaci.

Farid Seif, obchodník z texaského Houstonu, před časem nastoupil do letadla v Houstonu s nabitou ruční střelnou zbraní ve své brašně na notebook. Bez problémů ji pronesl přes bezpečnostní kontrolu. Seif nebyl terorista. Zbraň byla v Texasu legální; jednoduše si ji zapomněl před cestou vyndat ze své brašny.

Ochranka na houstonském letišti zbraň neodhalila. Bezpečnostní personál by ji snadno spatřil při pohledu na snímky rentgenového skeneru, ovšem nikdo si ničeho nevšiml.

Americké ministerstvo vnitřní bezpečnosti rutinně testovalo možnost projít bezpečnostní kontrolou se zbraněmi, součástkami bomb a jinými zakázanými předměty vysláním svých tajných agentů. Americká vláda výsledky těchto testů dosud oficiálně nezveřejnila, nicméně podle odhadů bylo 70 procent těchto testů neúspěšných, což znamená, že agenti většinou dokázali projít přes bezpečnostní kontrolu, podobně jako Farid Seif, s předměty, které měly být při kontrole odhaleny.

Proč je tomu tak? Proč si bezpečnostní personál všimne příliš velké láhve s tekutinou, avšak nabitou ruční střelnou zbraň neodhalí?



Podívejte se na video o Faridu Selfovi

Video televizní společnosti ABC News zabývající se tímto tématem si můžete prohlédnout na adrese <http://abcnews.go.com/Blotter/loaded-gun-slips-past-tsa-screeners/story?id=12412458>

MENTÁLNÍ MODEL TÝKAJÍCÍ SE FREKVENCE

Bezpečnostní personál si nevšiml nabitou ruční střelnou zbraň a součástek bomb aspoň z části proto, že se s nimi často nesesetkávají. Pracovník ochranky pracuje řadu hodin v kuse, sleduje lidi a obrazovku se snímky ze skeneru. Vytvoří si určité očekávání toho, jak často dojde k nějakému porušení pravidel. Například s tubou krému na ruce nebo kleštičkami na nehty se nejspíš setkává poměrně často, takže čeká, že na ně narazí, a tudíž je vyhledává. Na druhou stranu s nabitými ručními střelnými zbraněmi či součástkami bomb se nejspíš často nesesetkává. Pracovník ochranky si vytváří mentální model týkající se frekvence výskytu těchto událostí a následně začne podvědomě věnovat pozornost předmětům podle tohoto mentálního modelu.

Andrew Bellenkes (1997) prováděl výzkum tohoto očekávání a zjistil, že pokud lidé očekávají, že s určitou frekvencí dochází k určitým událostem, častěji si takových událostí nevšimnou, pokud k nim dochází více či méně často, než jaká jsou jejich očekávání. Vytváří si mentální model toho, jak často dojde k určité události, a podle tohoto modelu zaměřují svoji pozornost.



V případě nízké frekvence výskytu důležité události na ni upozorněte

Každý den používám řadu hodin svůj notebook, který je většinou zapojen do elektrické sítě. Avšak někdy jej zapomenou zapnout do sítě, čímž se vybíjí baterie. Na obrazovce je indikátor stavu baterie, který neustále signalizuje pokles kapacity baterie, ale když jsem doma, mám za to, že mám notebook připojen do elektrické sítě, a indikátoru si nevšímám.

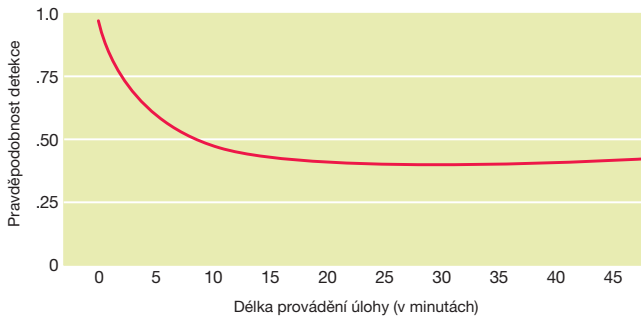
Nakonec, když zbývá asi osm procent kapacity baterie, můj počítač pípne a zobrazí se zpráva, která mě upozorní na velmi nízkou kapacitu baterie. Přesně tohle je příklad signalizace v případě nepravidelné, avšak důležité události. (Kéž by mi tak můj Apple umožňoval vlastní nastavení upozornění. Než mě upozorní, baterie je skutečně téměř vybitá. Pak zběsile pobíhám a hledám zástrčku či zásuvku nebo ukládám soubory.)

PONAUCENÍ

- * Lidé si vytvoří podvědomý mentální model frekvence výskytu určitých událostí.
- * Pokud vytváříte produkt nebo aplikaci, v níž si uživatelé mají všimnout události, k níž dochází poměrně zřídka, upoutejte jejich pozornost nepřehlédnutelným upozorněním, jakmile k takové situaci dojde.

ČLOVĚK DOKÁŽE UDRŽET POZORNOST PŘIBLIŽNĚ 10 MINUT

Představte si, že jste na schůzce a někdo prezentuje údaje o prodeji za poslední čtvrtletí. Jak dlouho dokáže prezentující udržet vaši pozornost? Pokud vás téma zajímá a prezentující je dobrý řečník, dokážete se na prezentaci soustředit nejvýše 7 až 19 minut. Pokud vás téma nezajímá nebo je řečník obzvlášť nudný, váš zájem opadne mnohem rychleji. Obrázek 44.1 znázorňuje, jak toto udržení pozornosti vypadá.



OBRÁZEK 44.1 Pozornost začíná klesat po 10 minutách

Lidé si mohou udělat krátkou přestávku a poté zahájit další sedmi- až desetiminutový interval, nicméně 7 až 10 minut je přibližně doba, kterou dokážeme věnovat jakékoliv úloze.

Pokud vytváříte web, nejspíš navrhujete stránky, které si někdo prohlídí méně než sedm minut. Předpokládáte, že někdo si zobrazí stránku, vyhledá odkaz a klepne na něj. Ale někdy můžete přidat i další média, jako třeba zvuk či video. I pro tato média platí limit 7 až 10 minut. Vídea na portálu TED jsou zpravidla dlouhá 20 minut, takže zmíněný limit překračují (třebaže v nich vystupují skvělí světoví řečníci, takže lze tato videa poněkud prodloužit). Web Lynda.com toto pravidlo skvěle dodržuje – většina on-line tutoriálů je kratší než 10 minut.

PONAUCENÍ

- * Počítejte s tím, že na upoutání pozornosti uživatele máte maximálně 7 až 10 minut.
- * Pokud potřebujete udržet pozornost déle než 7 až 10 minut, uveďte nové informace nebo udělejte přestávku.
- * On-line demonstrační videa nebo tutoriály by neměly trvat déle než 7 minut.

45

LIDÉ VĚNUJÍ POZORNOST POUZE
NÁPADNÝM RYSŮM

Prohlédněte si zobrazení mince amerického centu na **obrázku 45.1**. Která mince je tou opravdovou? Nepodvádějte. Zkuste na to nejdříve přijít, než vyndáte z peněženky skutečnou minci.



OBRÁZEK 45.1 Který cent je ten pravý?

Žijete-li ve Spojených státech amerických a používáte mince americké měny, s centem se setkáváte nejspíš hodně často. Ovšem věnujete pozornost pouze určitým parametrům centu, třeba jeho barvě nebo velikosti. Tento efekt psychologové označují jako „nápadné rysy“. Lidé věnují pozornost pouze tomu, co k dané úloze potřebují. Třebaže cent obsahuje spoustu detailů a mnoho nápadných rysů, pro většinu lidí je nejnápadnější pouze barva a velikost. Jste-li numismatik, vnímáte nápadné rysy jinak. Pro sběratele mincí může být nápadným rysem datum, text či podobizna.

Jak už víme z kapitoly „Jak lidé vidí“, člověk se může na něco dívat, a přesto to nevidí. Podobným způsobem člověk každodenně vnímá spoustu podnětů všemi smysly, jimž nevěnuje pozornost. Lidé si podvědomě uvědomují, že mají omezené zdroje, a proto se jejich mozek rozhoduje, čemu je skutečně třeba věnovat pozornost a co mohou ignorovat.

Tak už víte, který cent je ten pravý? (Správná odpověď je A.)

PONAUCENÍ

- * Rozhodněte se, které rysy mají být pro vaše uživatele těmi nejnápadnějšími.
- * Vytvořte design tak, aby byly nápadné rysy jednoznačné.
- * Uvědomte si, že lidé budou nejspíš věnovat pozornost pouze nápadným rysům.

LIDÉ VE SKUTEČNOSTI NEDOKÁŽÍ VYKONÁVAT VÍCE ÚLOH SOUČASNĚ

Vím, že si lidé často myslí, že dokáží vykonávat více úloh současně, ale výzkum hovoří jasně: lidé ve skutečnosti nedokážou vykonávat více úloh současně. (V úvahu připadá pouze jedna zvláštní výjimka, ke které se za chvíli dostanu.)

Mnohaleté psychologické výzkumy naznačují, že lidé dokáží vykonávat pouze jednu úlohu současně. Dokáží přemýšlet pouze o jedné věci současně. Dokáží vykonávat pouze jednu duševní aktivitu současně. Takže můžete mluvit, nebo můžete číst. Můžete číst, nebo můžete psát. Můžete poslouchat, nebo můžete číst – čili můžete vykonávat pouze jednu věc současně. Lidé dokáží docela dobře rychle přepínat mezi různými činnostmi, takže si *myslíme*, že zvládáme multitasking, ovšem ve skutečnosti tomu tak není.

JEDINÁ MOŽNÁ VÝJIMKA

Vědci přišli na jedinou možnou výjimku: pokud vykonáváte nějakou fyzickou úlohu, kterou děláte skutečně velmi často a jste v ní dobří, pak ji dokážete vykonávat i při provádění nějaké duševní úlohy. Takže jste-li dospělí a naučili jste se chodit, pak dokážete chodit a současně mluvit. Tedy možná. Třebaže chůze a mluvení nejdou vždy příliš dobře dohromady. Studie Iry Hymana (2009) prokázala, že lidé, kteří při chůzi telefonují, častěji vráží (doslova) do jiných lidí a nevěšmají si, co se kolem nich děje. Vědci nechali jezdit člověka převlečeného za klauna na jednokolce. Telefonující lidé si klauna všimli méně nebo si na něj nepamatovali.



Telefonování během řízení vozidla snižuje pozornost

V mnoha státech USA je zakázáno držet za jízdy mobilní telefon, avšak pokud použijete soupravu hands-free, je telefonování za jízdy legální. Takové pojetí není správné. Problémem není držení samotného mobilního telefonu, nýbrž konverzace s jinou osobou. Při telefonickém rozhovoru je vaše pozornost zaměřena na rozhovor, a proto ji nevěnujete řízení. Jde tedy o problém pozornosti, nikoliv o problém soupravy hands-free.



Pokud lidé musejí vyslechnout cizí telefonický rozhovor, obtěžuje je to více, než poslouchat dva lidi, kteří spolu hovoří

Jednostranná konverzace (neboli jakýsi „polohovor“) spotřebovává více vašich duševních zdrojů, neboť informace jsou méně předvídatelné. Jste napnutí, protože přemýšlíte, co vám uniklo na druhé straně konverzace. Lauren Embersonová (2010) testovala respondenty vykonávající různé duševní úlohy. Vedli si mnohem lépe v úlohách, kdy slyšeli obě strany telefonického rozhovoru, než když slyšeli pouze „polohovor“. Vědci měřili akustické parametry (kvalitu zvuku atd.) a dospěli k závěru, že k této rozdílnosti dochází proto, že „polohovor“ je nepředvídatelný. Vzhledem k tomu, že respondenti přemýšleli o neodposlechnuté polovině konverzace, nevěnovali pozornost vykonávané úloze.

JE NĚJAKÝ ROZDÍL MEZI VĚKEM A SCHOPNOSTÍ VYKONÁVAT VÍCE ÚLOH SOUČASNĚ?

Eyal Ophir a Clifford Nass (2009) provedli řadu studií na vysokoškolácích a zjistili, že studenti vysokých škol nebyli v multitaskingu lepší, než široká veřejnost. Zmínění vědci vytvořili dotazník, v němž se lidí ptali, kolik různých médií současně používají. Poté vybrali respondenty z obou konců spektra: vášnivě uživatele více médií současně a příležitostně uživatele více médií současně.

Poté vědci zadali respondentům z obou skupin různé úkoly. Například jim ukázali dva samostatné červené obdélníky nebo dva červené obdélníky obklopené čtyřmi nebo šesti modrými obdélníky. Tyto objekty dvakrát blikly a respondenti měli určit, zda se mezi dvěma problesknutími změnila orientace dvou červených obdélníků. Modré obdélníky měli respondenti ignorovat.

Vědci dospěli k přesně opačným výsledkům, než jaké očekávali. Příležitostní uživatelé více médií současně dokázali modré obdélníky ignorovat, avšak vášniví uživatelé více médií současně měli s ignorováním modrých obdélníků větší problémy, a proto si s úlohou poradili hůře. Následně vědci prováděli úlohy s písmeny a čísly. Výsledky byly vždy téměř stejné: vášnivě uživatele více médií současně vyrušovaly irelevantní podněty více než příležitostně uživatele více médií současně, a s úlohami si poradili hůře.



Podívejte se na video zabývající se výzkumem multitaskingu

Video zabývající se výzkumem vědců Ophira a Nasse najdete na adrese www.youtube.com/watch?v=2zuDXzVYZ68

PONAUCENÍ

- * Lidé budou tvrdit, že zvládají multitasking, avšak ve skutečnosti tomu tak není.
- * Lidé, kteří sami sebe popisují jako jedince, kteří bez problémů dokáží provádět více úloh současně, jsou v multitaskingu pravděpodobně nejhorší.
- * Mladí lidé nezvládají multitasking lépe než starší lidé.
- * Nenuťte lidi provádět více úloh současně. Je pro ně obtížné provádět dvě věci současně, například konverzovat se zákazníkem při vyplňování formuláře na počítači či tabletu. Pokud musí lidé dělat obě zmíněné úlohy současně, věnují pozornost především správnosti formuláře.
- * Pokud po lidech požadujete, aby dělali více věcí najednou, počítejte s tím, že budou dělat spoustu chyb, takže jim umožněte tyto chyby později opravit.
- * Telefonování za jízdy je stejně nebezpečné, jako řízení pod vlivem alkoholu.

47

NEJVĚTŠÍ POZORNOST POUTAJÍ NEBEZPEČÍ, JÍDLA, SEX, POHYB, TVÁŘE A PŘÍBĚHY

Co nejčastěji upoutá naši pozornost?

- ★ všechno, co se hýbe (například video nebo blikající objekty);
- ★ obrázky lidských tváří, zejména pokud se dívají přímo na vás;
- ★ obrázky jídla, sexu nebo nebezpečí;
- ★ příběhy;
- ★ hlasité zvuky (viz následující podkapitola číslo 48).

PROČ LIDÉ NEDOKÁŽÍ PŘESTAT VĚNOVAT POZORNOST JÍDLU, SEXU A NEBEZPEČÍ

Podívali jste se někdy nad tím, proč vždycky vznikají zácpy, když lidé jedou kolem nějaké nehody? Lamentujete nad tím, že lidi přitahuje lidské neštěstí, a přesto sami sebe přistihnete, jak na nehodu rovněž civíte, když jedete kolem? Víte, ve skutečnosti to není vaše chyba, že nedokážete (stejně jako kdokoliv jiný) odolat pohledu na nebezpečné scény. To vám váš *starý mozek* říká, abyste něčemu podobnému VĚNOVALI POZORNOST.

Člověk má tři mozky

Ve své knize *Neuro Web Design: co způsobuje, že uživatelé kliknou?* hovořím o tom, že člověk ve skutečnosti nemá jeden mozek, nýbrž tři. *Nový mozek* je vědomým, dedukujícím, logickým mozkiem, o němž si myslíte, že jej znáte nejlépe, *střední mozek* je ta část, která zpracovává emoce, a *starý mozek* je ta část, která se nejvíce zajímá o vaše přežití. Z evolučního pohledu se nejprve vyvinul starý mozek. Ostatně tato část našeho mozku je velmi podobná mozku u plazů, a proto ji někteří lidé nazývají „plazím mozkiem“.

Můžu to sníst? Můžu s tím mít sex? Zabije mě to?

Úlohou vašeho starého mozku je nepřetržitě monitorovat prostředí a odpovídat na otázky: „Můžu to sníst? Můžu s tím mít sex? Zabije mě to?“ O to všechno se starý mozek stará (obrázek 47.1). Když se nad tím zamyslíte, je do důležité. Bez jídla zemřete, bez rozmnožování lidstvo vymře, a když vás něco zabije, na předchozích dvou otázkách už nezáleží. Takže zvířecí mozky se velmi brzy vyvinuly tak, aby se intenzivně staraly o tyto tři zásadní otázky. S evolucí zvířat se vyvinuly i ostatní schopnosti (emoce, logické myšlení), avšak součástí zvířecího mozku zůstala i neustálá kontrola těchto tří důležitých věcí.



OBRÁZEK 47.1 Pohled na jídlo je jedna z věcí, které nedokáže náš starý mozek odolat.

Autor fotografie Guthrie Weinschenk

Proto nedokážete odolat

Znamená to, že zkrátka nedokážete odolat pohledu na jídlo, sex nebo nebezpečí, bez ohledu na to, jak usilovně se o to snažíte. Může za to starý mozek. Jakmile si zmíněné situace všimnete, nemusíte nutně něco udělat; nemusíte například sníst čokoládový dort, když jej vidíte, nemusíte flirtovat s přitažlivou ženou, která vešla do místnosti, a nemusíte utíkat od velkého, hrozivě vyhlížejícího chlapa, který vešel do místnosti s přitažlivou ženou. Nicméně všech těchto věcí si *všimnete*, ať už chcete, nebo ne.



Vaši pozornost upoutají obrázky lidí

Lidé mají v sobě zakódováno, aby věnovali pozornost tvářím. Podrobnější informace o částech mozku, které zpracovávají tváře, najdete v kapitole „Jak lidé vidí“.

PONAUCENÍ

- * Ne vždy je vhodné zmiňovat jídlo, sex nebo nebezpečí na vašem webu či v softwarové aplikaci, ovšem pokud tak učiníte, zcela jistě upoutáte pozornost.
- * Použijte obrázky zblízka vyfotografovaných tváří.
- * Co nejvíce používejte příběhy, třebaže se podle vás jedná o faktografické informace.

48

HLASITÉ ZVUKY VÁS VYLEKAJÍ A ZBYSTRÍ VAŠI POZORNOST

Pokud chcete upoutat něčí pozornost pomocí zvuku, **tabulka 48.1** popisuje některé možnosti a situace, kdy je vhodné je použít (převzato z: Deatherage, 1972)

TABULKA 48.1: Jak dokáží zvuky upoutat pozornost

Zvukový signál	Intenzita	Schopnost upoutat pozornost
Lodní mlhová siréna	Velmi vysoká	Dobrá, ale ne v případě přítomnosti spousty dalších nízkofrekvenčních zvuků
Běžný klakson	Vysoká	Dobrá
Hvízdnutí	Vysoká	Dobrá, ale pouze je-li přerušované
Siréna	Vysoká	Dobré, pokud její intenzita kolísá
Zvon	Střední	Dobrá v případě dalšího nízkofrekvenčního zvuku
Bzučák	Nízká až střední	Dobrá
Zvonkohra nebo gong	Nízká až střední	Uspokojující

LIDÉ SI ZVYKNOU NA PODNĚTY

Byli jste někdy na návštěvě u někoho, kdo měl doma hodiny, které každou hodinu odbíjely? Ležíte v posteli, abyste si zdřímlí, když vtom se zase ozvou ty zatracené hodiny. „Jak může v tomhle domě vůbec někdo spát?“ divíte se. A přesto všichni, kdo žijí ve městě, spí dobře. Zvykli si na zvuk odbíjení hodin. Jelikož jej slyší každou hodinu, nevěnují mu už žádnou pozornost.

Vaše podvědomá mysl neustále sleduje prostředí, aby se ujistila, že se v něm nenachází žádné nebezpečné podněty. Proto cokoliv nového ve vašem okolí upoutá vaši pozornost. Ale pokud se určitý signál opakuje stále dokola, nakonec se vaše podvědomá mysl rozhodne, že už nejde o nový signál, a začne jej ignorovat.

PONAUCENÍ

- * Pokud vytváříte počítačový program, nejspíš můžete ovlivnit zvuky doprovázející provedení určitých akcí, například když uživatel udělá chybu, dosáhne cíle nebo daruje peněžní částku.
- * Zvolte takový zvuk, který odpovídá velikosti potřebné pozornosti. Nepřeslechnutelné zvuky vyhraďte pro situace, kdy je to opravdu důležité, třeba když uživatel hodlá naformátovat svůj pevný disk nebo učinit nějaký nezvratný krok.
- * Používáte-li k upoutání pozornosti zvuky, stojí za to je čas od času obměnit, aby si na ně lidé nezvykli a aby zvuky i nadále dokázaly upoutat pozornost.

ABY LIDÉ NĚČEMU VĚNOVALI POZORNOST, MUSÍ SI TOHO NEJDŘÍVE VŠIMNOUT

Abyste něčemu mohli věnovat pozornost, musíte si toho všimnout a vnímat to. Uvedme si několik příkladů citlivosti vašich smyslů?

- ★ **Zrak** – stojíte-li na vyvýšeném místě v absolutní tmě, jste schopni vidět hořící svíčku na vzdálenost téměř 50 kilometrů
- ★ **Sluch** – ve velmi tiché místnosti dokážete zaslechnout tikání hodinek na vzdálenost 6 metrů.
- ★ **Čich** – dokážete zacítit kapku parfému na ploše přibližně 75 metrů čtverečních.
- ★ **Hmat** – dokážete ucítit lidský vlas na své pokožce.
- ★ **Chuť** – rozpoznáte čajovou lžičku cukru v téměř 8 litrech vody.

TEORIE DETEKCE SIGNÁLU

Pokud nemůžete najít své hodinky a zkoušíte si vzpomenout, kde jste je nechali, pak uslyšíte jejich tikot, jste-li od nich vzdáleni méně než 6 metrů. Ale co když nehledáte hodinky? Co když vás nezajímají hodinky, ale spíše přemýšlíte o tom, co si dáte k obědu? V takovém případě si ani nemusíte tikot hodinek vůbec uvědomit.

Detekce něčeho není vždy jednoduchá. Vaše smysly mohou vnímat určitý podnět, což ovšem neznamená, že mu věnujete pozornost.

Citlivost a dispozice

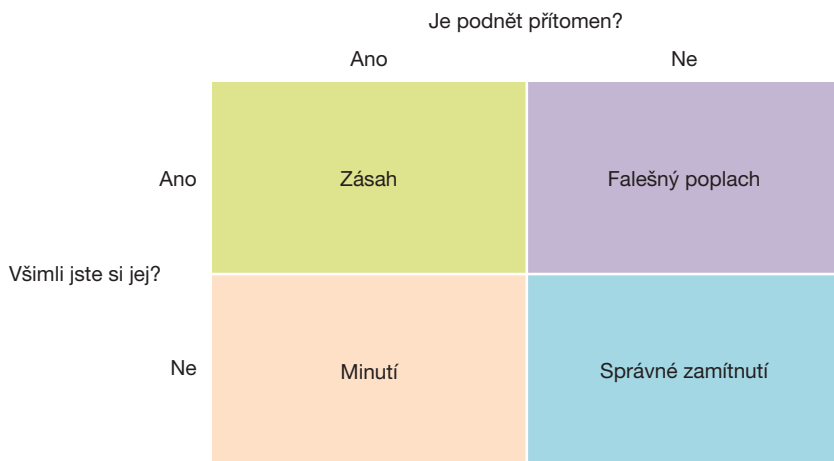
Představte si, že čekáte na někoho, kdo vás má vyzvednout. Dotyčná osoba má zpoždění, načež běžíte ke dveřím v domnění, že jste zaslechli zvuk přijíždějícího auta, ačkoliv jste žádný nezaslechli.

Zda něco vnímáte, či nikoliv, nezávisí na pouhé přítomnosti podnětu. Ve skutečnosti je někdy podnět přítomen a vy jej nepostřehnete, a někdy podnět chybí, přičemž máte pocit, že jej slyšíte nebo vidíte.

Vědci podobné situace shrnují pod názvem **teorie detekce signálu**. Jak můžete vidět na **obrázku 49.1**, existují čtyři možné výsledky.

Nejde jen o konceptuální myšlenku. Existují skutečné případy, které vědci zabývající se detekcí signálů zkoumají. Příkladem může být rentgenolog, který si každý den prohlíží desítky lékařských snímků. Rentgenolog se musí rozhodnout, zda je na snímku malá tečka a zda jde o rakovinu, či nikoliv. Pokud detekuje zhoubný nález tam, kde žádný není (falešný poplach), může pacient podstoupit zbytečnou operaci, ozařování a chemoterapii. Na druhou stranu, pokud rentgenolog existující zhoubný nález neodhalí, pacient může

zemřít, neboť léčba nemusí být zahájena včas. Psychologové studují různé podmínky, které lidem umožňují přesněji detekovat signály.



OBRÁZEK 49.1 Teorie detekce signálu

JAK POUŽÍT TEORII DETEKCE SIGNÁLU

Řekněme, že vytváříte nový systém pro řízení letového provozu sloužící ke sledování počtu letadel ve vzdušném prostoru. Chcete zamezit tomu, aby bylo některé letadlo přehlédnutelné, takže aktivujete signály (použijete jasnější barvy a ozvučení), abyste zaručili, že dispečer signál nepřehlédne. Pokud vytváříte aplikaci zobrazující lékařům rentgenové snímky, signál poněkud utlumíte, abyste zabránili falešným poplachům.

PONAUČENÍ

- * Vytváříte-li design pro konkrétní aplikaci, zohledněte zmíněné čtyři kvadranty grafu detekce signálu. Má případný falešný poplach nebo nepostřehnutí podnětu pro lidi fatálnější následky?
- * Zamyslete se nad tím, jak byste mohli svůj design změnit s ohledem na čtyři kvadranty grafu detekce signálu. Je-li horší falešný poplach, pak signál utlumte. Je-li horší nepostřehnutí signálu, pak signál zdůrazněte.