

Thu hút sự chú ý của người xem

Nguyễn Thị Bích Thủy

Email: nbthuy2001@gmail.com

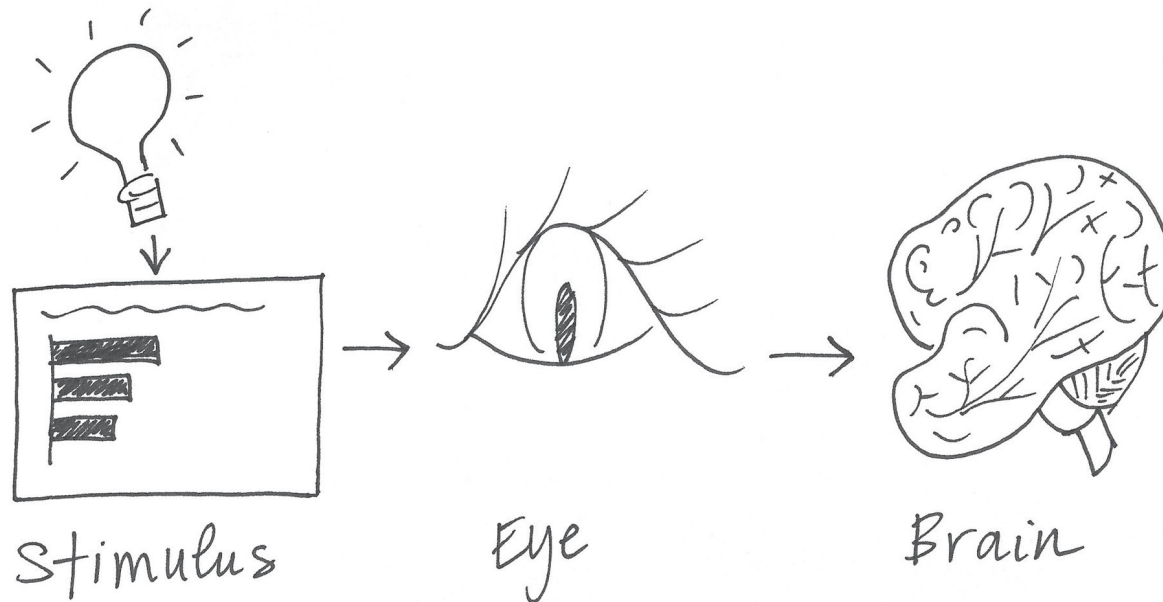
Tel: 0981 365 780

Nội dung

1. Cơ chế tiếp nhận hình ảnh của não người
2. Sử dụng lợi thế của mình khi tạo hình ảnh
3. Những hiệu ứng gây chú ý đầu tiên

1. Cơ chế tiếp nhận hình ảnh của não

- Cách não tiếp nhận hình ảnh



Ánh sáng => Mắt => Não: nhận thức trực quan

Ký ức

- Trong não, có ba loại ký ức quan trọng cần hiểu khi chúng ta thiết kế giao tiếp trực quan

Ký ức về biểu tượng

Ký ức ngắn hạn

Ký ức dài hạn

Tín hiệu của các hiệu ứng gây chú ý

Ví dụ: đếm số 3 trong dãy số

756395068473

658663037576

860372658602

846589107830

Tín hiệu của các hiệu ứng gây chú ý

756**3**9506847**3**

65866**303**7576

860**3**72658602

8465891078**30**

Tín hiệu của các hiệu ứng gây chú ý

Bạn không có thời gian để chớp mắt, không thực sự có thời gian để suy nghĩ, và đột nhiên có sáu số 3 trước mặt bạn. Điều này quá rõ ràng rất nhanh bởi vì trong lần lặp thứ hai này, ký ức về biểu tượng của bạn đang được tận dụng. Hiệu ứng gây chú ý của cường độ màu, trong trường hợp này, làm cho số 3 trở nên nổi bật như khác biệt với phần còn lại. Bộ não của chúng ta nhanh chóng nhận ra điều này mà không cần phải dành bất kỳ suy nghĩ có ý thức nào cho nó.

Các hiệu ứng gây chú ý đầu tiên



Orientation



Shape



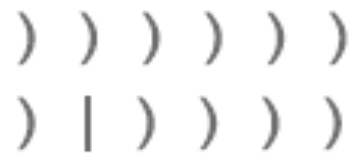
Line length



Line width



Size



Curvature



Added marks



Enclosure



Hue



Intensity



Spatial position



Motion

Các hiệu ứng gây chú ý

- Mắt của bạn bị hút vào một phần tử khác với phần còn lại: bạn không phải tìm kiếm nó.
- Đó là bởi vì bộ não của chúng ta được tăng cường để nhanh chóng nhận ra những khác biệt mà chúng ta thấy.

Các hiệu ứng gây chú ý

1. Thu hút người xem của bạn, sự chú ý nhanh chóng đến nơi bạn muốn họ nhìn.
2. Tạo ra một hệ thống thông tin trực quan.

Chúng ta hãy xem xét từng ví dụ một, đầu tiên là bằng văn bản và sau đó là trong bối cảnh trực quan hóa dữ liệu.

Các hiệu ứng gây chú ý trong văn bản

No preattentive attributes

What are we doing well? Great Products. These products are clearly the best in their class. Replacement parts are shipped when needed. You sent me gaskets without me having to ask. Problems are resolved promptly. Bev in the billing office was quick to resolve a billing issue I had. General customer service exceeds expectations. The account manager even called to check in after normal business hours.
You have a great company – keep up the good work!

Color

What are we doing well? Great Products. **These products are clearly the best in their class.** Replacement parts are shipped when needed. You sent me gaskets without me having to ask. Problems are resolved promptly. Bev in the billing office was quick to resolve a billing issue I had. General customer service exceeds expectations. The account manager even called to check in after normal business hours.
You have a great company – keep up the good work!

Bold

What are we doing well? Great Products. These products are clearly the best in their class. Replacement parts are shipped when needed. You sent me gaskets without me having to ask. Problems are resolved promptly. Bev in the billing office was quick to resolve a billing issue I had. General customer service exceeds expectations. The account manager even called to check in after normal business hours.
You have a great company – keep up the good work!

Italics

What are we doing well? Great Products. These products are clearly the best in their class. *Replacement parts are shipped when needed.* You sent me gaskets without me having to ask. Problems are resolved promptly. Bev in the billing office was quick to resolve a billing issue I had. General customer service exceeds expectations. The account manager even called to check in after normal business hours.
You have a great company – keep up the good work!

Các hiệu ứng gây chú ý trong văn bản

Size

What are we doing well? Great Products. These products are the best in their class. Replacement parts are shipped when needed. You sent gaskets

without me having to ask.

Problems are resolved promptly. Bev in the billing office was quick to resolve a billing issue I had. General customer service exceeds expectations. The account manager even called to check in after normal business hours. You have a great company – keep up the good work!

Outline (enclosure)

What are we doing well? Great Products. These products are clearly the best in their class. Replacement parts are shipped when needed. You sent me gaskets without me having to ask. Problems are resolved promptly. Bev in the billing office was quick to resolve a billing issue I had. General customer service exceeds expectations. The account manager even called to check in after normal business hours.

You have a great company – keep up the good work!

Separate spatially

What are we doing well? Great Products. These products are clearly the best in their class. Replacement parts are shipped when needed. You sent me gaskets without me having to ask.

Problems are resolved promptly.

Bev in the billing office was quick to resolve a billing issue I had. General customer service exceeds expectations. The account manager even called to check in after normal business hours. You have a great company – keep up the good work!

Underline (added marks)

What are we doing well? Great Products. These products are clearly the best in their class. Replacement parts are shipped when needed. You sent me gaskets without me having to ask. Problems are resolved promptly. Bev in the billing office was quick to resolve a billing issue I had. General customer service exceeds expectations. The account manager even called to check in after normal business hours.

You have a great company – keep up the good work!

Các hiệu ứng gây chú ý trong văn bản

- Các hiệu ứng khác nhau thu hút sự chú ý của chúng ta với sức mạnh khác nhau, tạo ra một hệ thống thông tin trực quan.

What are we doing well?

Themes & example comments

- **Great products:** "These products are clearly the best in class."
- **Replacement parts are shipped when needed:**
"You sent me gaskets without me having to ask, and I really needed them, too!"
- **Problems are resolved promptly:** "Bev in the billing office was quick to resolve a billing issue I had."
- **General customer service exceeds expectations:**
"The account manager even called after normal business hours.
You have a great company - keep up the good work!"

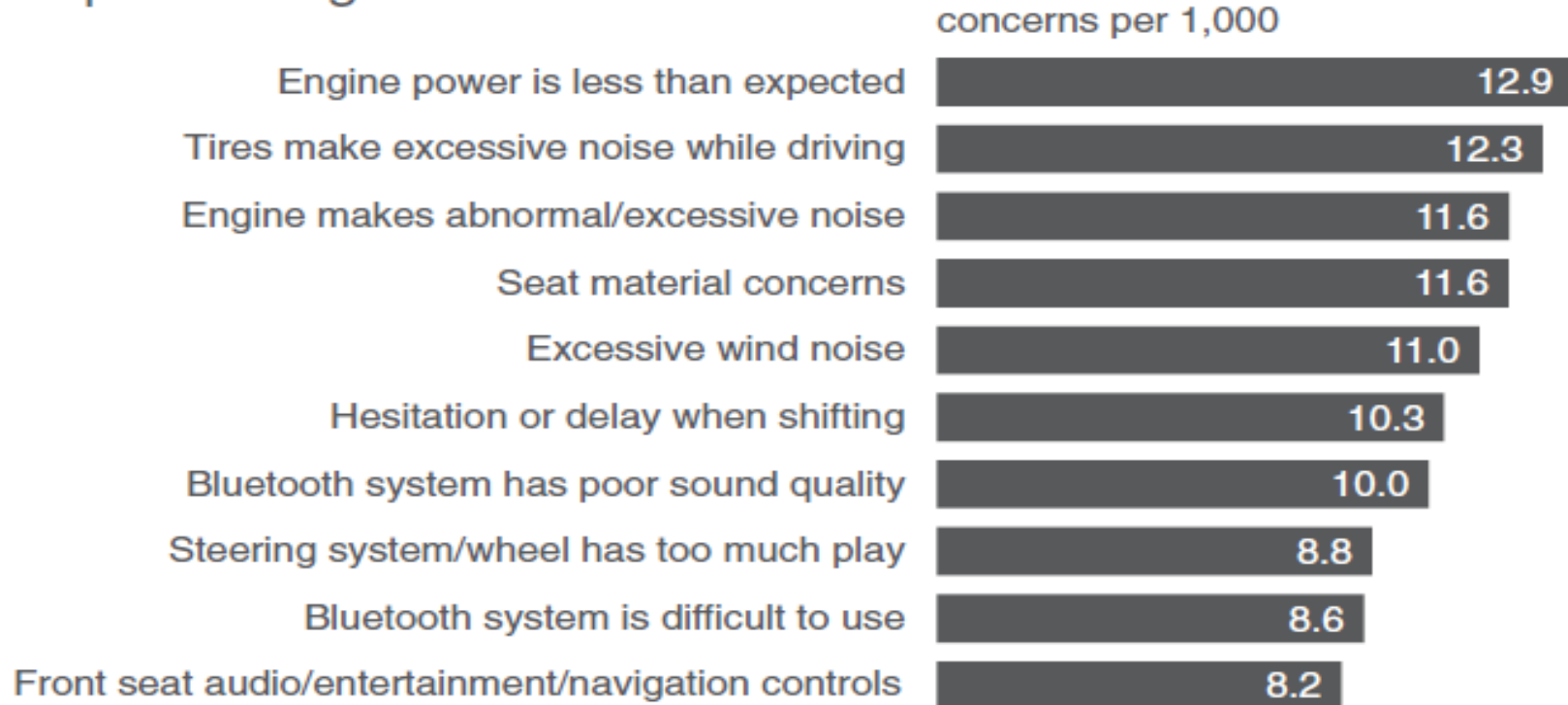
Các hiệu ứng gây chú ý trong đồ thị

Ví dụ:

Hãy tưởng tượng bạn làm việc cho một nhà sản xuất xe hơi. Bạn quan tâm đến việc hiểu và chia sẻ cái nhìn sâu sắc về các mối quan tâm thiết kế hàng đầu (được đo bằng số lượng mỗi quan tâm trên 1.000 mỗi quan tâm) từ khách hàng đối với một kiểu dáng và mẫu xe cụ thể.

Các hiệu ứng gây chú ý trong đồ thị

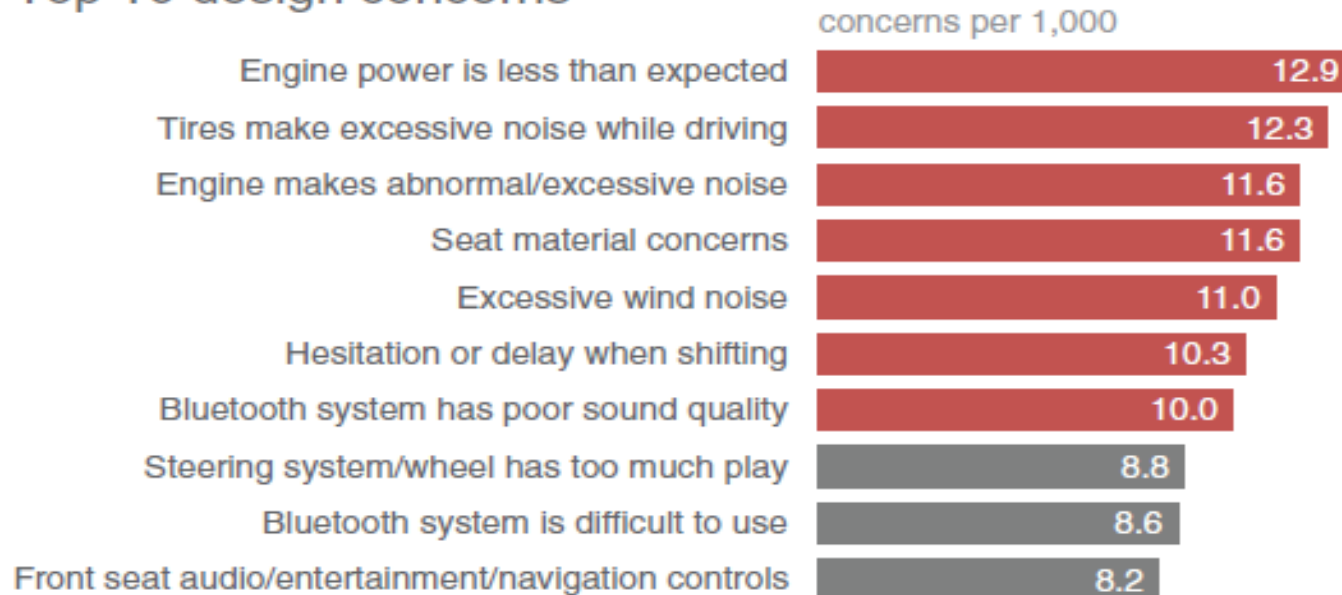
Top 10 design concerns



Biểu đồ gốc, không sử dụng các hiệu ứng gây chú ý

Các hiệu ứng gây chú ý trong đồ thị

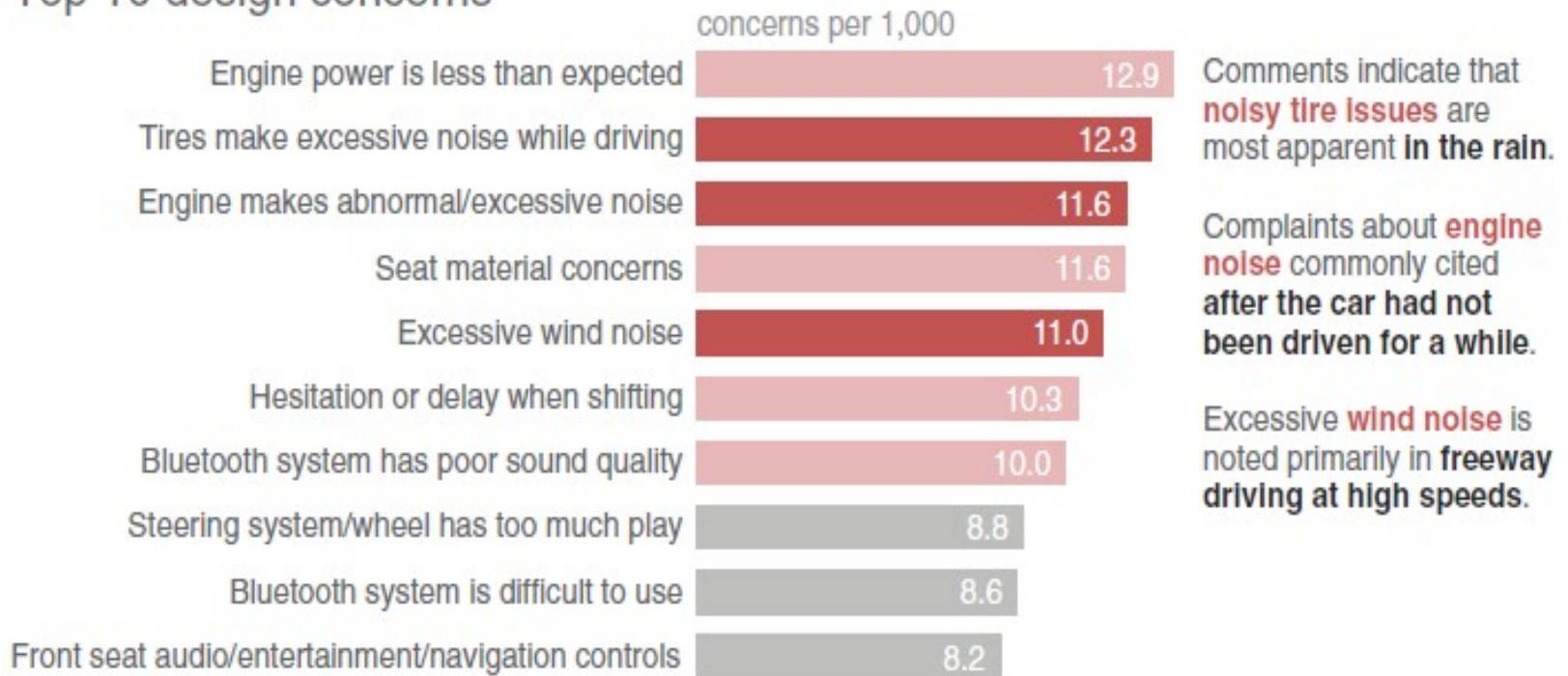
Top 10 design concerns



Tận dụng màu sắc để thu hút sự chú ý

Các hiệu ứng gây chú ý trong đô thị

Top 10 design concerns



Tạo một hệ thống phân cấp thông tin trực quan

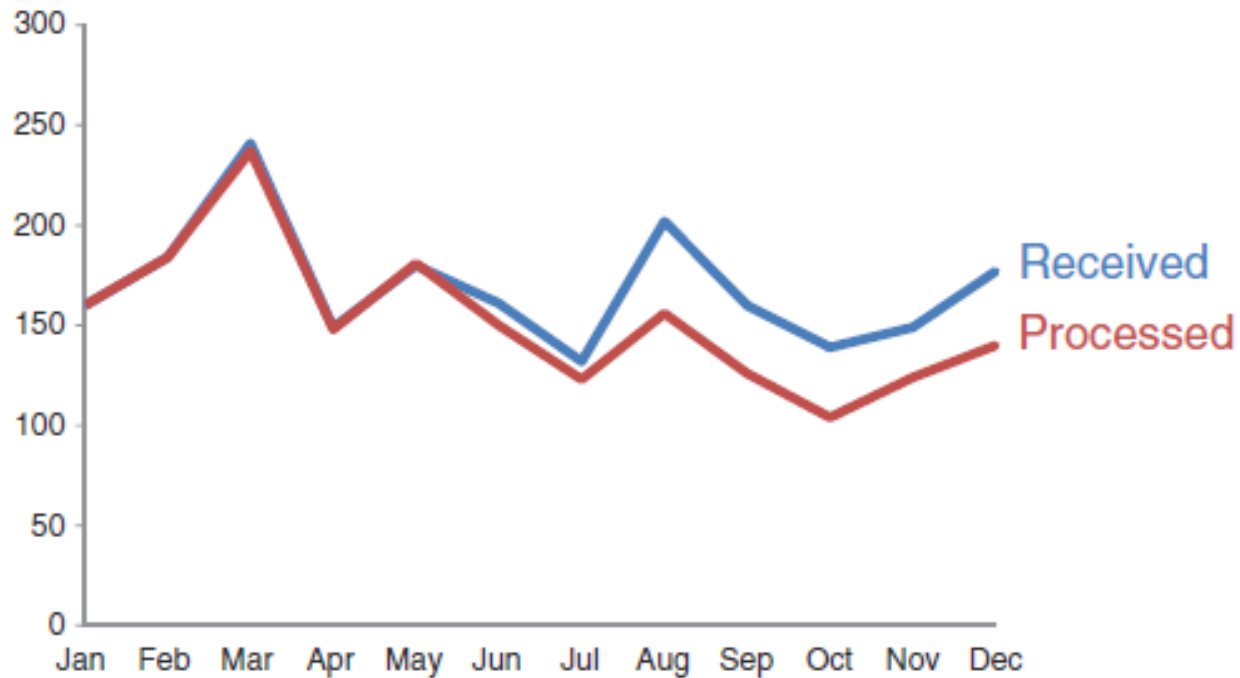
Lưu ý khi sử dụng các hiệu ứng gây chú ý

Làm nổi bật một khía cạnh có thể làm cho những thứ khác khó nhìn hơn

One word of warning in using preattentive attributes: when you highlight one point in your story, it can actually make other points harder to see. When you're doing exploratory analysis, you should mostly avoid the use of preattentive attributes for this reason. When it comes to *explanatory* analysis, however, you should have a specific story you are communicating to your audience. Leverage preattentive attributes to help make that story visually clear.

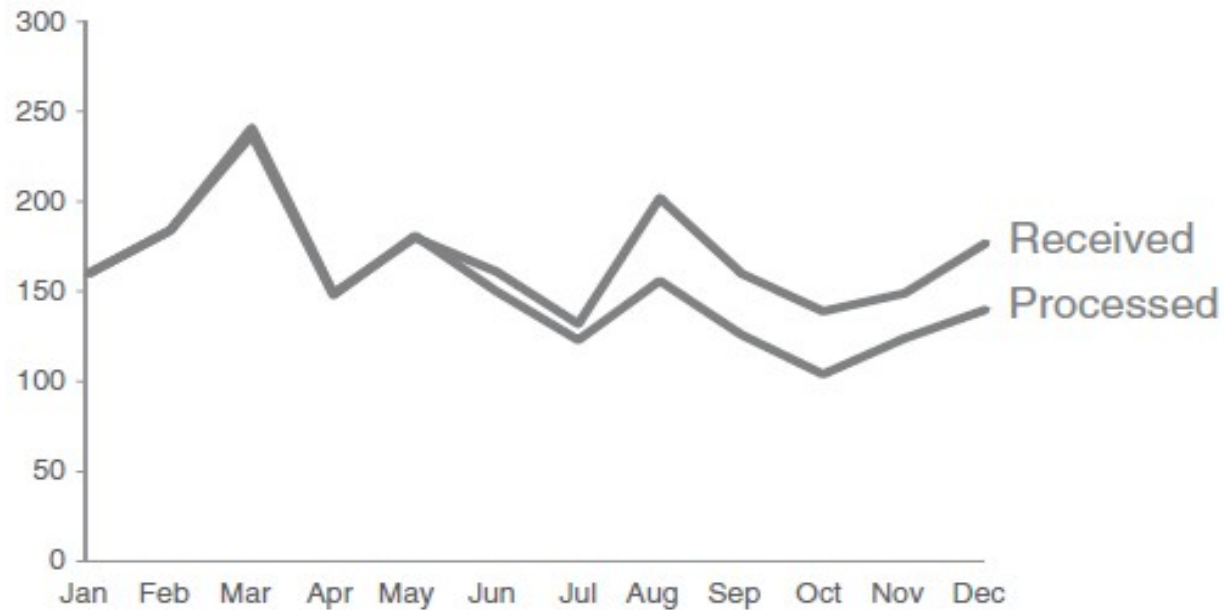
Sử dụng hiệu ứng gây chú ý

Xem lại ví dụ về vé



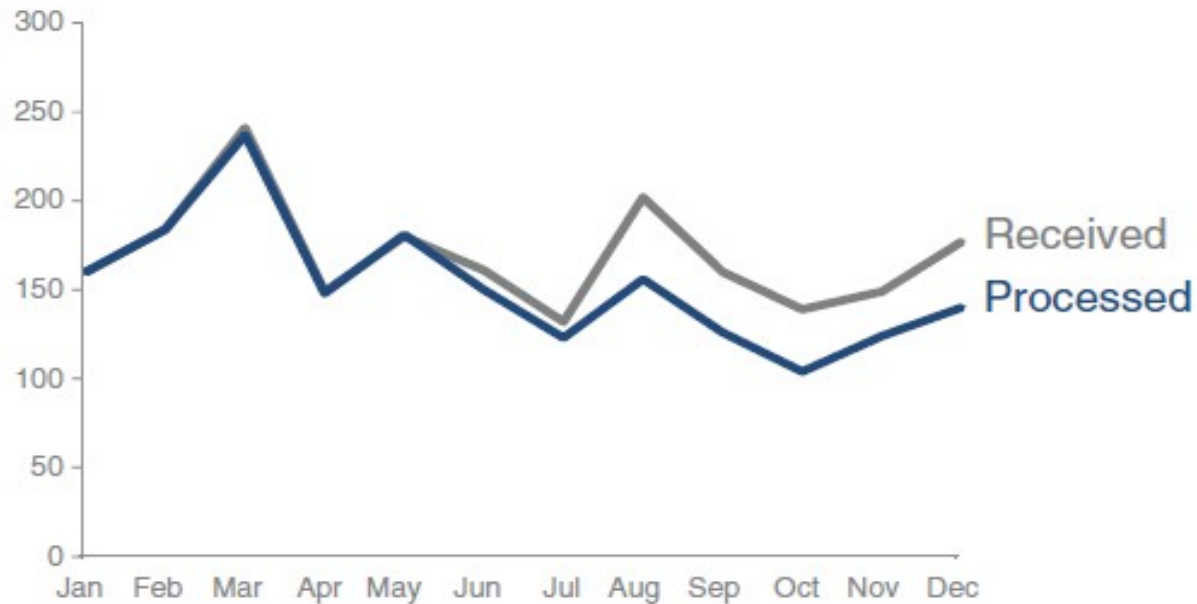
Sử dụng hiệu ứng gây chú ý

Đầu tiên, đẩy mọi thứ xuống nền



Sử dụng hiệu ứng gây chú ý

Làm cho dữ liệu nổi bật



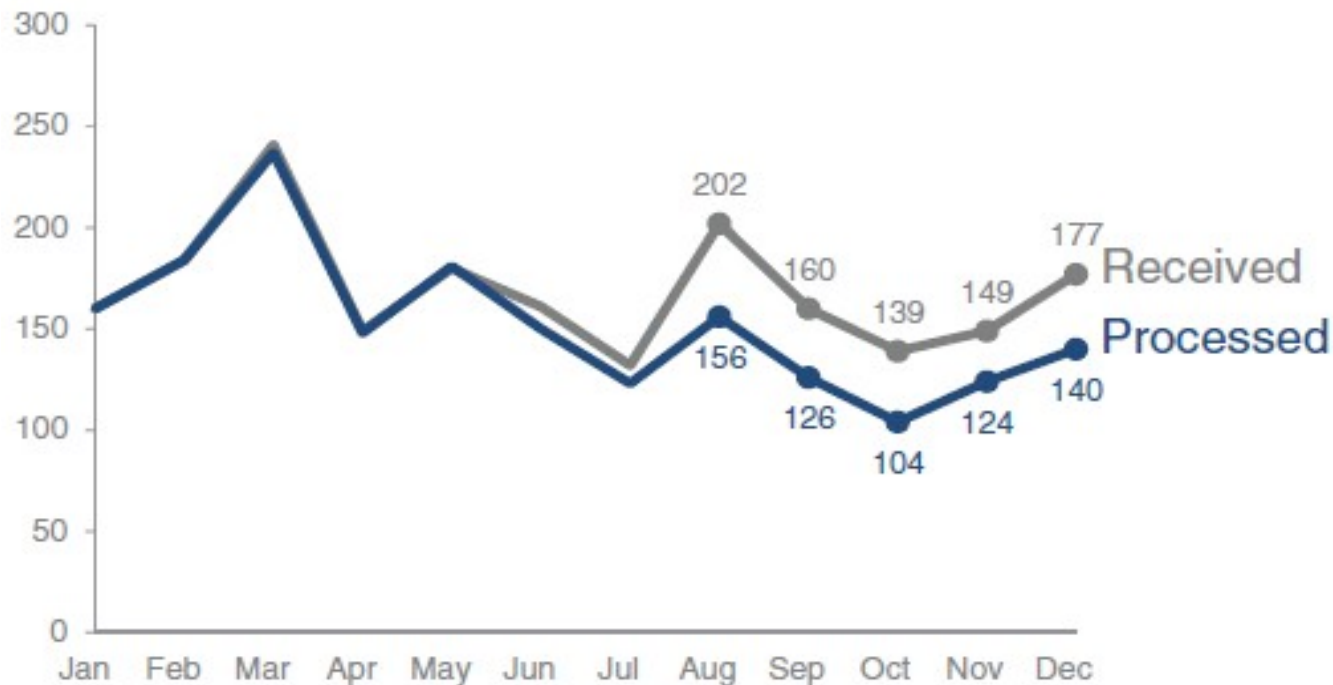
Sử dụng hiệu ứng gây chú ý

Quá nhiều nhãn dữ liệu cảm thấy lộn xộn



Sử dụng hiệu ứng gây chú ý

Nhãn dữ liệu được sử dụng một cách tiết kiệm giúp thu hút sự chú ý



Kích thước

- Kích thước tương đối biểu thị tầm quan trọng tương đối.
- Ngoài ra, nếu có một điều thực sự quan trọng, hãy tận dụng kích thước để chỉ ra rằng: làm cho nó **LỚN!**

Màu sắc

- Khi được sử dụng một cách tiết kiệm, màu sắc là một trong những công cụ mạnh mẽ nhất mà bạn có để thu hút sự chú ý của khán giả
- Sử dụng một cách tiết kiệm, nhất quán.
- Thiết kế với màu sắc trong tâm trí, suy nghĩ về màu sắc chuyển tải và xem xét liệu có nên tận dụng màu sắc thương hiệu hay không

Màu sắc

- Sử dụng màu một cách tiết kiệm.

Country Level Sales Rank Top 5 Drugs

Rainbow distribution in color indicates sales rank in given country from #1 (red) to #10 or higher (dark purple)

Country	A	B	C	D	E
AUS	1	2	3	6	7
BRA	1	3	4	5	6
CAN	2	3	6	12	8
CHI	1	2	8	4	7
FRA	3	2	4	8	10
GER	3	1	6	5	4
IND	4	1	8	10	5
ITA	2	4	10	9	8
MEX	1	5	4	6	3
RUS	4	3	7	9	12
SPA	2	3	4	5	11
TUR	7	2	3	4	8
UK	1	2	3	6	7
US	1	2	4	3	5

Top 5 drugs: country-level sales rank

RANK		1	2	3	4	5+
COUNTRY DRUG		A	B	C	D	E
Australia		1	2	3	6	7
Brazil		1	3	4	5	6
Canada		2	3	6	12	8
China		1	2	8	4	7
France		3	2	4	8	10
Germany		3	1	6	5	4
India		4	1	8	10	5
Italy		2	4	10	9	8
Mexico		1	5	4	6	3
Russia		4	3	7	9	12
Spain		2	3	4	5	11
Turkey		7	2	3	4	8
United Kingdom		1	2	3	6	7
United States		1	2	4	3	5

Màu sắc

- Sử dụng màu sắc nhất quán.
- Thiết kế với việc mù màu
- Hãy suy nghĩ về tông màu mà màu sắc truyền tải.
- Màu sắc thương hiệu.

Màu sắc

- Thiết kế với việc mù màu: Có một số trang web và ứng dụng với trình giả lập colorblindness cho phép bạn xem hình ảnh của bạn trông như thế nào thông qua đôi mắt mù màu.

vischeck.com

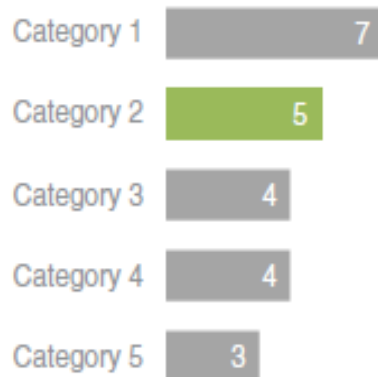
colororacle.org

checkmycolours.com

Màu sắc

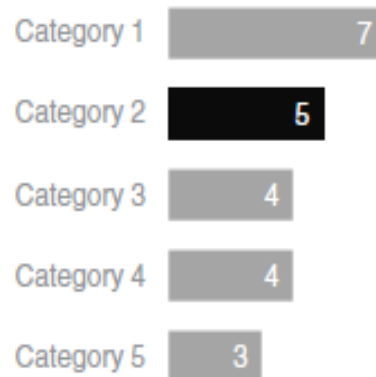
- Tùy chọn màu với màu thương hiệu. Sử dụng màu sắc thật cẩn thận

Leverage brand color



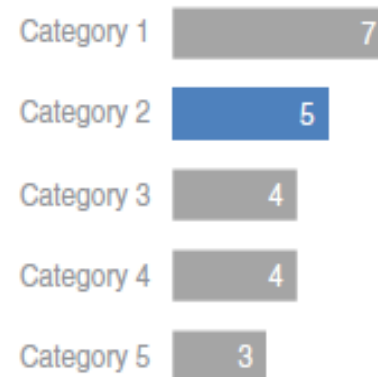
ClientLogo

Draw attention with black



ClientLogo

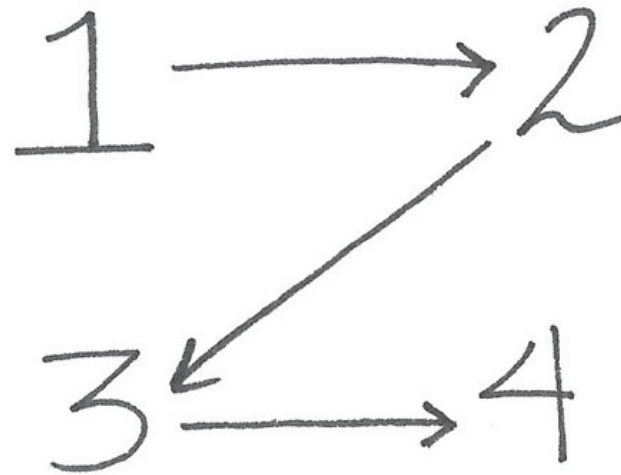
Use complementary color



ClientLogo

Vị trí trên trang

- Zigzag thông tin trên màn hình hoặc trang



Kết thúc

- Các hiệu ứng gây chú ý là các công cụ mạnh mẽ khi được sử dụng một cách tiết kiệm và chiến lược trong giao tiếp trực quan.
- Tận dụng các hiệu ứng gây chú ý như kích thước, màu sắc và vị trí trên trang để báo hiệu những gì quan trọng.
- Hướng sự chú ý của khán giả thông qua hình ảnh hiển thị theo cách bạn muốn.
- Đánh giá hiệu quả

THANKS FOR LISTENING!

1. Các hiệu ứng gây chú ý

- Giúp hướng khán giả của bạn chú ý đến nơi bạn muốn họ tập trung vào nó.
- Tạo ra một hệ thống các yếu tố phân cấp trực quan, dẫn dắt khán giả từ thông tin mà bạn muốn giao tiếp mà họ xử lý nó theo cách bạn mong muốn.

-