



## #87 Эффект трудности обработки информации

Если нам нужно, чтобы пользователь что-либо прочел, тогда нам следует использовать минимум текста. Если нам нужно, чтобы пользователь что-то понял и запомнил, тогда нам следует использовать больше текста.

## #83 Неприятие потерь, #11 Ошибка базового процента

Мы можем заострить внимание пользователей описав их возможные потери. При этом сама вероятность потери может быть меньше 0.1%.

## #63 Проклятие знания

Наша коммуникация должна составляться с учетом мировоззрения наших пользователей. Акценты, которые мы используем в коммуникации должны быть значимыми в первую очередь для пользователей, а не для нас.

## #102 Сериальное вспоминание

Чем логичнее очередность предлагаемых пользователям действий (в каком-либо workflow-е), тем проще они будут ему казаться, и тем лучше он их запомнит.

## #103 Эффект длины списка

Увеличивая размер списка (не важно какого) мы снижаем внимание пользователя, повышая риск того, что он что-либо не заметит.

## #14 Эффект превосходства картинки

Если контекст позволяет, мы можем играть с вниманием пользователей заменяя тексты изображениями/анимацией.

## #15 Эффект Ресторфф

Мы можем использовать косметические изменения для фокусировки внимания пользователей (цвет, шрифт, размер шрифта, и т.д.).

## #21 Ошибка различия

Если мы хотим обратить внимание пользователей на отличия в каких-либо данных, нам следует показывать их друг рядом с другом, на одной странице.

## #61 Магическое число 7+2, #49 Заблуждение надежности автоматизации

Играя с количеством элементов интерфейса мы можем как повышать так и понижать бдительность и интерес пользователей.

## #70 Эффект социальной желательности

Мы можем добиться внимания пользователя, подчеркнув социальную желательность и публичность (!) предлагаемого действия. Важно подчеркнуть, что без фактора публичности вероятность игнорирования предложения значительно повысится.

#

Другие искажения, которые будет полезно знать и ситуативно использовать при работе с пользовательским вниманием: **#36 Пренебрежение вероятностью, #75 Эффект Барнума, #85 Эффект порции.**