

Psychologische termen



Halo Effect

Wanneer iemand beschikt over een positieve eigenschap, is het menselijk om er vervolgens vanuit te gaan dat diegene ook over andere positieve eigenschappen beschikt.

**Joep is een aantrekkelijke jongen,
dus hij moet wel goed zijn in sport.**

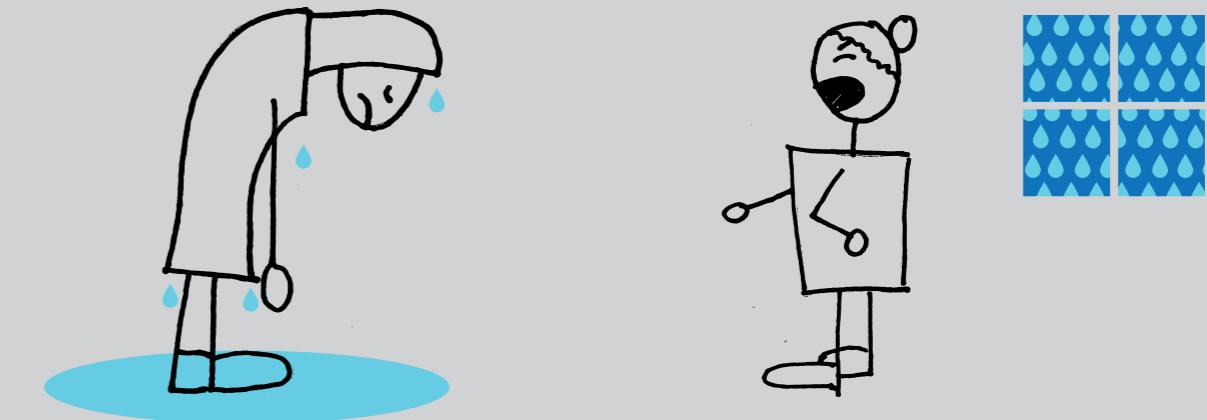


Terwijl dit in werkelijkheid helemaal niet het geval is.

Psychologische termen

Fundamental Attributions Error

Wanneer iemand verkeerd gedrag vertoont, gaan andere mensen opzoek naar een oorzaak van dit gedrag. Hierbij worden vaak persoonlijke factoren meer meegenomen dan situationele factoren.



Jan komt helemaal doorweekt thuis en krijgt van Greta op zijn kop omdat hij het huis nat maakt, maar wat Greta niet doorheeft is dat het buiten hard regent en dat Jan er niets aan kan doen dat hij helemaal doorweekt is.

Psychologische termen

Confirmation Bias



We zijn geneigd enkel feiten te geloven die onze mening ondersteunen terwijl we feiten die ons standpunt niet ondersteunen of in twijfel brengen, negeren. We willen graag gelijk hebben en niet ons ongelijk toegegeven.

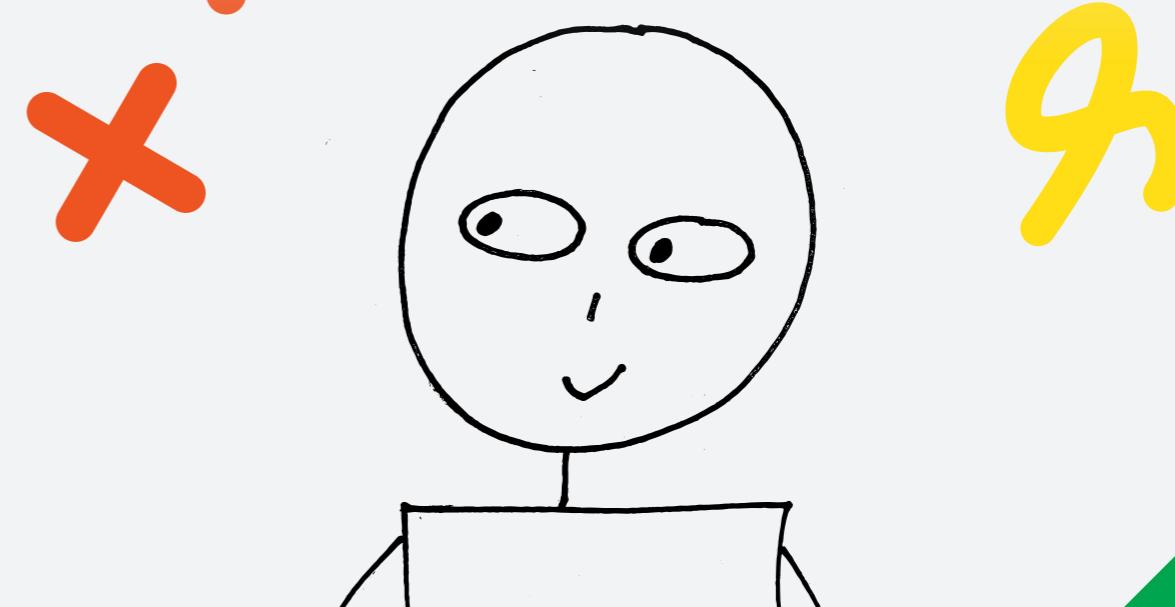
In de aanloop naar verkiezingen zul je eerder informatie opzoeken die jouw favoriete kandidaat in positief daglicht zetten.

Psychologische termen

Illusory Truth Effect

Wanneer iemand vaker foute informatie te zien krijgt dan correcte informatie, zal men sneller het foute geloven simpelweg omdat hij/zij dit vaker ziet.

Zo zullen de meeste mensen skeptisch zijn over de 'flat earth theory' als ze dit de eerste keren op hun twitter-timeline zien staan. Na vijf keer zo'n artikel langs te hebben zien komen zullen ze er op klikken en na een tijdje (als het algoritme ervoor zorgt dat dat het enige is dat ze te zien krijgen) zullen ze er misschien wel in geloven.

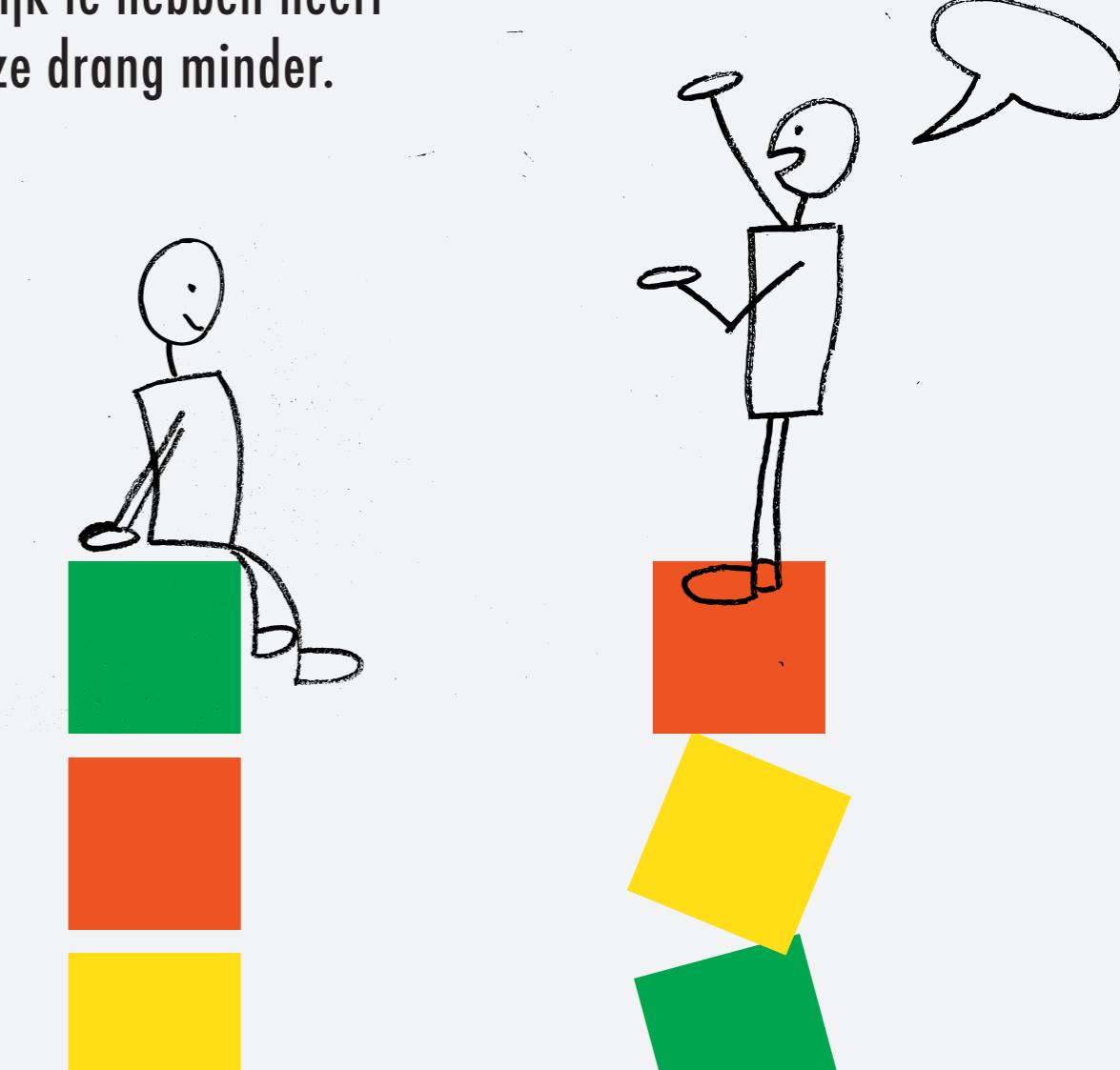


Wat je moet weten over presenteren.

"The more uncertain people are, the more they defend their ideas."

Wanneer iemand niet zeker is over zijn/haar standpunt, zullen ze er harder voor werken om toch hun gelijk te krijgen. Iemand die zelf er zeker van is gelijk te hebben heeft deze drang minder.

Zorg er tijdens je presentatie voor dat je verschillende perspectieven bespreekt zodat je niet bijt hangen in je eigen optiek.



Wat je moet weten over presenteren.

"Group decision-making can be faulty."



Wanneer een groep gezamelijk een keuze maakt, moeten ze rekening houden met elkaars voorkeuren waardoor ze essentiële informatie over het hoofd zien.

Om dit te voorkomen is het slim om aan het begin van een discussie een overzicht uit te delen met belangrijke informatie zodat het niet vergeten wordt. Laat mensen ook van tevoren weten dat ze gezamelijke keuzes gaan moeten maken en tot slot, vraag altijd om een argumentatie.



Wat je moet weten over presenteren.

“Sustained attention lasts about 10 minutes.”

23



Wat je moet weten over presenteren.

"People are motivated by progress, mastery, and control."

Zodra mensen merken dat ze progressie maken, raken ze meer gemotiveerd. Dit omdat ze dichterbij 'mastery' van de skill komen.



Om dit gevoel bij je publiek te versterken, kun je meerdere vragen over hetzelfde onderwerp gedurende de presentatie stellen. De mensen zullen doorhebben dat ze de vragen steeds gemakkelijker kunnen beantwoorden en zullen hierdoor meer gemotiveerd te raken aandachtig te luisteren naar de presentatie.

Wat je moet weten over mensen.

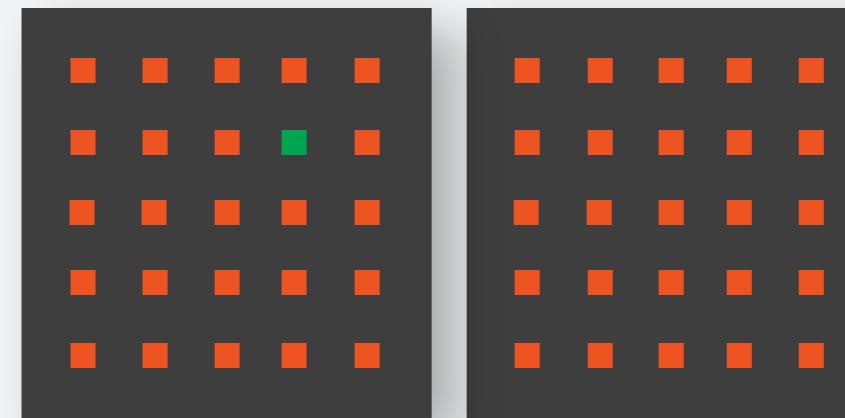
“What you see, isn’t what your brain gets.”

Mensen gaan er vanuit dat wat ze zien, is wat werkelijkheid is. Men trekt dan een conclusie enkel gebaseerd op wat ze denken te zien, terwijl daar soms meer voor nodig is.

Je kunt dit principe ook toepassen in UX ontwerp. Zo lijkt het net alsof deze tekst in een rechtshoek staat, maar in werkelijkheid staan er alleen vier hoekjes omheen. Je brein concludeert dat het een volledige rechthoek is.



"For people to pay attention to something, they must first perceive it."



Bij de rechter afbeelding valt het ene kleine groene vierkantje gelijk op. Bij de linker afbeelding is er niet een specifiek vierkantje dat de aandacht vangt.

Manieren om de aandacht van de gebruiker te sturen:

- Wanneer men op zoek is naar iets, zullen ze er eerder hun aandacht op kunnen vestigen.
- Men zal het snelst aandacht vestigen op iets dat anders is (bijv. groter/luider/anders gekleurd/etc.) dan de rest.
- Als er niets anders is voor de gebruiker om aandacht aan te geven kan je ook gemakkelijk de aandacht van de gebruiker sturen ("If you're standing at a high point in total darkness, you can see a candle 30 miles away.")

Wat je moet weten over mensen.

“Not all mistakes are bad.”

Handelingen

die niet het gewenste gedrag opleveren zijn niet per se slechte handelingen. Pas als ze een negatief resultaat teweeg brengen, zijn ze slecht. ‘Happy accidents’ kunnen meehelpen een algemeen doel te bereiken.

Tijdens het testen van een product is een designer alleen maar blij als er een fout wordt gemaakt omdat het betekend dat iets verbeterd kan worden.

Wat je moet weten over mensen.

"People make most decisions unconsciously."

Onze onbewuste handelt sneller dan onze bewuste geest. Hierdoor hebben mensen soms voorkeuren of onderhandelen ze acties die ze niet goed kunnen uitleggen.

Als ik langs een spiegel loop, kijk ik automatisch naar mijn reflectie. Niet per se omdat ik graag wil weten hoe ik er uit zie maar omdat ik hier onbewust voor kies.



Wat je moet weten over mensen.

100 things every designer should know about people - how people think

"There are four ways of begin creative."

Er zijn vier verschillende manieren hoe creativiteit de vraag
"Hoe kan ik het best aardappelen bereiden?"
kan beantwoorden.

COGNITIVE

DELIBERATE

Recepten met aardappelen opzoeken

SPONTANEOUS

Alvast het vlees bereiden en tijdens het bereiden bedenken wat je gaat doen met de aardappelen.

EMOTIONAL

Nagaan wat de lekkerste aardappelen waren die je hebt gegeten

De aardappelen bereiden zoals je er nu zin in hebt.

Het goede nieuws; iedereen kan creatief zijn! Cognitieve creativiteit is makkelijk jezelf aan te leren en makkelijk te stimuleren. Het slechte nieuws; emotionele creativiteit moet vanuit jezelf komen en is dus niet aan te leren.

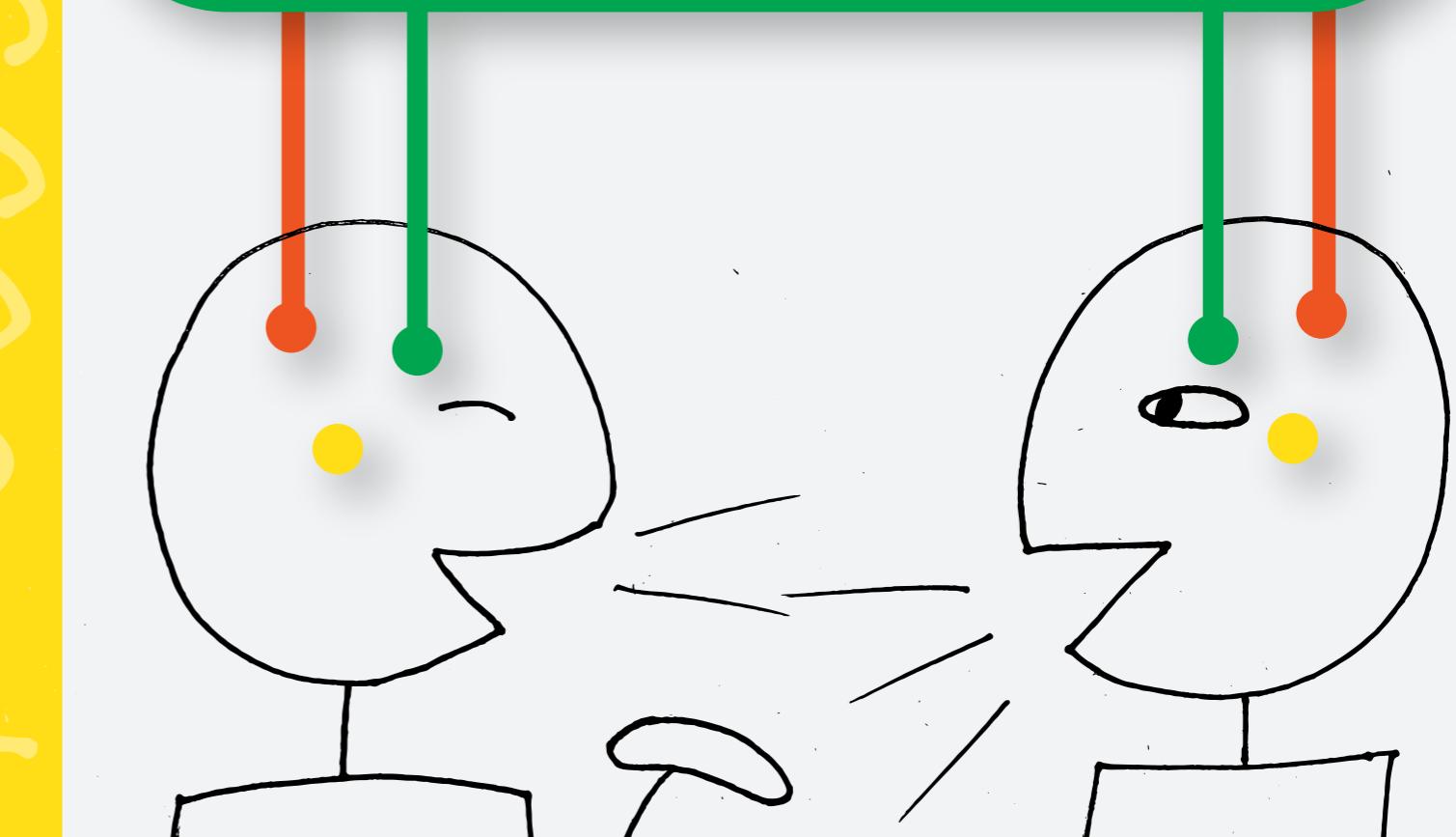
Wat je moet weten over mensen.

100 things every designer should know about people - people are social beings

"Speakers' brains and listeners' brains sync up during communication."

Wanneer je luisterd naar iemand, zal je brein actief raken op dezelfde plekken als de spreker. Des te beter je begrijpt wat je wordt verteld, des te meer synchroon je brein werkt.

Informatie overbrengen door middel van audio en/of video met stemgeluid zal helpen de boodschap beter over te brengen.



Wat je moet weten over mensen.

"People are more motivated to compete when there are fewer competitors."

Wanneer er minder tegenstanders zijn, is de kans groter dat je wint. Als er te veel tegenstanders zijn, kan dit een overweldigend gevoel wekken.



Experiment: Groep A en B kregen allebei een short quiz. Hierbij werd verteld dat de bovenste 20% vijf dollars kregen. Groep A bestond uit 10 mensen, groep B uit 100. Groep A voltooide de quiz duidelijk sneller, wetend dat ze het tegen minder mensen opnamen.