

# ЕЛЕНА БРОВКО

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ  
«ЛОВУШКА ДЛЯ  
ВНИМАНИЯ. КАК  
ВЫЗВАТЬ И УДЕРЖАТЬ  
ИНТЕРЕС К ИДЕЕ,  
ПРОЕКТУ ИЛИ  
ПРОДУКТУ»

Елена Бровка

**Краткое содержание «Ловушка  
для внимания. Как вызвать  
и удержать интерес к идее,  
проекту или продукту»  
Серия «КнигиКратко»**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=27359134](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27359134)*

*Библиотека «Главная мысль»; 2017*

**Аннотация**

**Этот текст – сокращенная версия книги «Ловушка для внимания. Как вызвать и удержать интерес к идее, проекту или продукту».** Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

По данным Южно-Калифорнийского университета, в 1986 году среднестатистический человек ежедневно сталкивался с объемом информации, эквивалентным 40 газетам, а в 2006 году – 174 газетам. Только представьте себе стопку из 174 газет, ежедневно появляющуюся в вашем почтовом ящике! Обработать такой объем информации невозможно.

За практически мгновенный доступ к необъятному морю информации нам приходится платить рассеянием внимания.

К сожалению, привычка современного человека выполнять много задач параллельно существенно ухудшает способность концентрироваться. Поэтому сегодня донести свои идеи друг до друга становится всё сложнее. Когда мы пытаемся обратить внимание на свою работу или продукт, нам приходится конкурировать не только с предложениями других людей и компаний, но также бороться с непродуктивными привычками самих слушателей, которые расплывают своё внимание между множеством огней.

Сегодня если вы учитель, вам приходится искать новые способы удерживать внимание легко отвлекающихся учеников. Если вы маркетолог, вам нужно находить небанальные способы продвижения брендов. Если вы научный сотрудник, вам необходимо изощряться, чтобы обратить на себя внимание тех, кто распределяет гранты. И так в любой сфере. Чтобы завладеть вниманием любой аудитории, нужно действовать по алгоритму, о котором мы и расскажем в нашем обзоре.

**Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги**

# **Авторский обзор по материалам книги «Ловушка для внимания. Как вызвать и удержать интерес к идее, проекту или продукту» Бен Парр**

Автор краткого обзора: *Елена Бровка*

## **Алгоритм Бенна Парра: как завладеть вниманием любой аудитории**

Полторы тысячи лет назад у людей хватало терпения сидеть в термах Диоклетиана и обсуждать тонкости римской политики и философии. Сегодня мы не в состоянии высиживать обед, не достав телефон и не заглянув в Facebook. По-настоящему завладеть чьим-то вниманием стало очень непросто, однако подход, предложенный в книге, помогает добиться значительных результатов. Согласно ему, внимание надо разжигать как костёр в три этапа.

На первом этапе надо *высечь искру*, то есть привлечь произвольное внимание слушателей, добиться их мгновенной и бессознательной реакции. Так инстинктивно мы реагируем, когда слышим своё имя, видим на постели гигантского паука или ловим в воздухе запах шоколадного печенья.

На втором этапе надо *раздуть пламя*, то есть привлечь кратковременное внимание, заставить аудиторию приложить сознательные усилия и по собственному желанию сосредоточиться на нашем сообщении, задуматься над ним. На этом этапе важно бороться с отвлекающими стимулами, которые будут конкурировать с нами за умы слушателей.

На третьем этапе предстоит *поддерживать костёр*, то есть формировать долгосрочный интерес, настоящую включённость, подкрепляемую произвольными действиями. Так, продолжительное внимание заставляет нас не просто делать звук погромче, когда мы слышим любимых исполнителей по радио, но также покупать их альбомы и ходить на концерты.

### *Биографическая справка*

**Бен Парр** – основатель и управляющий партнер венчурного фонда Dominate-Fund, инвестирующего в стартапы;

публицист; исследователь феномена социальных сетей и технологий.

## **Введение**

По данным Южно-Калифорнийского университета, в 1986 году среднестатистический человек ежедневно сталкивался с объемом информации, эквивалентным 40 газетам, а в 2006 году – 174 газетам. Только представьте себе стопку из 174 газет, ежедневно появляющуюся в вашем почтовом ящике! Обработать такой объём информации невозможно. За практически мгновенный доступ к необъятному морю информации нам приходится платить рассеянием внимания.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.