**Перевод отрывка из книги Daniel Levitin «Organized Mind». Глава 2**

|  |  |
| --- | --- |
| Оригинал (EN) | Перевод (RU) |
| ORGANIZING OUR HOMES  | ОРГАНИЗАЦИЯ ДОМА |
| Where Things Can Start to Get Better  | С ЧЕГО НАЧАТЬ |
| Few of us feel that our homes or work spaces are perfectly organised. | Немногие скажут, что их дом и рабочее прекрасно организованы. |
|  We lose our car keys, an important piece of mail; we go shopping and forget something we needed to buy; we miss an appointment we thought we’d be sure to remember.  | Мы теряем ключи, важные письма; идем за покупками и забываем, что хотели купить; пропускаем важные встречи, о которых были уверены, что помним. |
| In the best case, the house is neat and tidy, but our drawers and closets are cluttered.  |  В лучшем случае, даже если дома чисто и убрано, то шкафы и ящики завалены вещами. |
| Some of us still have unpacked boxes from our last move (even if it was five years ago), and our home offices accumulate paperwork faster than we know what to do with it.  | У кого-то стоят нераспакованные коробки с прошлого переезда (даже если он был пять лет назад), а в кабинете бумаги накапливаются быстрее, чем мы решим, что с ними делать. |
| Our attics, garages, basements, and the junk drawers in our kitchens are in such a state that we hope no one we know ever takes a peek inside of them, and we fear the day we may need to actually find something there. | Чердаки, гаражи, подвалы и кухонные шкафы завалены барахлом, мы надеемся, что никто никогда не будет в них заглядывать и боимся того дня, когда нам самим понадобится что-то там найти.  |
| These are obviously not problems that our ancestors had. | Очевидно, что у наших предков таких проблем не было.  |
|  When you think about what your ancestors might have lived like a thousand years ago, it’s easy to focus on the technological differences—no cars, electricity, central heating, or indoor plumbing.  | Если подумать о том, как жили люди тысячу лет назад, на ум сразу приходит отсутствие технологий — никаких автомобилей, электричества, центрального отопления и канализации.  |
| It’s tempting to picture homes as we know them now, meals more or less the same except for the lack of prepackaged food.  | Их дома кажутся похожими на наши, еда была примерно такой же, разве что не упакованная.  |
| More grinding of wheat and skinning of fowl, perhaps. But the anthropological and historical record tells a very different story.  | Им приходилось, наверное, чаще молоть пшеницу и ощипывать птиц. Но антропология и история показывают нам другую картину. |
| In terms of food, our ancestors tended to eat what they could get their hands on.  | Что касается еды, наши предки были склонны есть все, что могли достать. |
| All kinds of things that we don’t eat today, because they don’t taste very good by most accounts, were standard fare only because they were available: rats, squirrels, peacocks—and don’t forget locusts!  | То, что мы теперь не едим, в основном, потому что невкусно, они употребляли в пищу, из-за доступности: крыс, белок, павлинов - и не забывайте про саранчу! |
| Some foods that we consider haute cuisine today, such as lobster, were so plentiful in the 1800s that they were fed to prisoners and orphans, and ground up into fertilizer; servants requested written assurance that they would not be fed lobster more than twice a week.  |  Некоторые продукты, которые сегодня считаются изысканными, такие как омар, были так распространенны в девятнадцатом веке, что ими кормили заключенных и сирот, мололи в удобрение, а слуги требовали письменную гарантию, что лобстер их рационе будет не чаще двух раз в неделю. |
| Things that we take for granted—something as basic as the kitchen—didn’t exist in European homes until a few hundred years ago.  | Несколько сотен лет назад такая очевидная для нас вещь как кухня отсутствовала в европейских домах.  |
| Until 1600, the typical European home had a single room, and families would crowd around the fire most of the year to keep warm.  | До 1600 года типичный европейский дом представлял собой одну комнату, в которой семья большую часть года толпилась у огня, чтобы согреться.  |
| The number of possessions the average person has now is far greater than we had for most of our evolutionary history, easily by a factor of 1,000, and so organizing them is a distinctly modern problem.  | Количество имущества, которым владеет среднестатистический современный человек, намного больше, чем было на протяжении большей части нашей эволюционной истории. Коэффициент количества предметов не превышал 1,000, поэтому проблема организации вещей актуальна в наше время. |
| One American household studied had more than 2,260 visible objects in just the living room and two bedrooms.  | Известно, что в одном американском доме только в гостиной и двух спальнях находится больше чем 2,260 видимых объектов.  |
| That’s not counting items in the kitchen and garage, and all those that were tucked inside a drawer, cabinet, or in boxes.  | Это не считая вещей на кухне и в гараже, а так же все того, что запихано в ящики, столы и коробки.  |
| Including those, the number could easily be three times as high. | Если учитывать их все, то число видимых объектов можно смело умножать на три.  |
| Many families amass more objects than their houses can hold. | Во многих семьях вещей накапливается больше, чем их дом может вместить.  |
| The result is garages given over to old furniture and unused sports equipment, home offices cluttered with boxes of stuff that haven’t yet been taken to the garage.  | Результат - гаражи, захваченные старой мебелью и ненужным спортивным инвентарем, кабинеты, загроможденные коробками с вещями, которые еще не перенесены в гараж.  |
| Three out of four Americans report their garages are too full to put a car into them.  | Три из четырех американцев говорят, что их гаражи захламлены так, что нет места для машины.  |
| Women’s cortisol levels (the stress hormone) spike when confronted with such clutter (men’s, not so much).  | Сталкиваясь с таким беспорядком уровень кортизола (гормона стресса) в женском организме подскакивает (мужской организм реагирует не так резко).  |
| Elevated cortisol levels can lead to chronic cognitive impairment, fatigue, and suppression of the body’s immune system.  | Высокий уровень кортизола может привести к хроническому ухудшению когнитивных способностей, усталости и понижению иммунитета. |
| Adding to the stress is that many of us feel organising our possessions has gotten away from us. | К этому добавляем стресс, который мы испытываем в поисках пропавших вещей. |
| Bedside tables are piled high with stuff. | Вспомните эти загроможденные прикроватные столики. |
| We don’t even remember what’s in those unpacked boxes. | Мы даже не помним, что находится в тех нераспакованных коробках. |
| The TV remote needs a new battery, but we don’t know where the new batteries are. | В пульте от телевизора села батарейка, но мы не знаем где она. |
| Last year’s bills are piled high on the desk of our home office. | Прошлогодние счета лежат горой на столе в кабинете.  |
| Few of us feel that are homes are as well organized as, say, Ace Hardware. | Лишь у немногих из нас организация дома так же хороша как, скажем, в магазинах стройматериалов.  |
| How do they do it? | Как они это делают?  |
| The layout and organisation of products on shelves in a well-designed hardware store exemplify the principles outlined in the previous chapters. | Хорошо продуманное расположение и организация товаров на полках в строительном магазине иллюстрируют принципы, упомянутые в предыдущих главах. |
| It practices putting together conceptually similar objects, putting together functionally associated objects, and all the while maintaining cognitively flexible categories.  |  Это метод объединения объектов с похожей концепцией и связанными функциями, не разрушая гибкую структуру когнитивной категоризации. |
| John Venhuizen is president and CEO of Ace Hardware, a retailer with more than 4,300 stores in the United States. “Anyone who takes retailing and marketing seriously has a desire to know more about the human brain,” he says. | Президент и CEO Ace Hardware - ведущей компании по ритейлу строительных товаров, с больше чем 4,300 магазинами в США, Джон Венхузен говорит: «Любой, кто серьезно относится к продажам и маркетингу, изучает работу человеческого мозга. |
| “Part of what makes the brain get cluttered is capacity—it can only absorb and decipher so much. | Большое количество информации засоряет его, мешает мозгу сосредоточиться, в итоге, он занимается только тем, что поглощает и обрабатывает данные. |
| Those big box stores are great retailers and we can learn a lot from them, but our model is to strive for a smaller, navigable store because it is easier on the brain of our customers. This is an endless pursuit.”  | Так гипермаркет - отличный ритейлер и большое поле для изучения, но эта модель продаж всегда будет конкурировать с меньшими магазинами рядом с домом, потому что мозгу наших клиентов проще делать покупки там”. |
| Ace, in other words, employs the use of flexible categories to create cognitive economy. | Таким образом, Ace Hardware применяют гибкую когнитивную категоризацию для сокращения работы мозга. |
| Ace employs an entire category-management team that strives to arrange the products on the shelves in a way that mirrors the way consumers think and shop. | Команда категорийного менеджмента «Ace Hardware» прилагает все усилия для того, чтобы организовать полки так, чтобы максимально отразить поведение покупателя в магазине. |
|  A typical Ace store carries 20,000–30,000 different items, and the chain as a whole inventories 83,000 different items.  |  В их обычном магазине продается 20,000-30,000 различных вещей, а во всей сети насчитывается около 83,000 товаров. |
| (Recall from Chapter 1 that there are an estimated one million SKUs in the United States. This means that the Ace Hardware chain stocks nearly 10% of all the available products in the country.) |  (Как было сказано в Главе первой, в США в продаже около одного миллиона наименований. Это означает, что у Ace Hardware в наличии почти 10% всех доступных товаров в стране.)  |
| Ace categorizes its items hierarchically into departments, such as lawn & garden, plumbing, electrical, and paint. | Ace Hardware категоризируют товары иерархически в отделы, такие как *сад и газон, сантехника, электротовары,* *краски*. |
| Then, beneath those categories are subdivisions such as fertilizers, irrigation, and tools (under lawn & garden), or fixtures, wire, and bulbs (under electrical). | Затем категории разбиваются на подразделения, такие как у*добрения, полив* и *инвентарь* (*сад и газон*), *осветительные приборы, провода* и *лампочки* (*электротовары*). |
| The hierarchy digs down deep. Under the Hand & Power Tools Department, Ace lists the following, nested subcategories: |  У них очень глубокая категоризация. В отделе электроинструментов присутствуют следующие подкатегории: |
| Power Tools; Consumer Power Tools | Heavy-Duty Power Tools | Wet/Dry Vacs; Corded Drills; Craftsman; Black & Decker; Makita; And so on | Электроинструменты; Простые электроинструменты | Спец. элекстроинструменты | Сухие и моющие профессиональные пылесосы; Проводные Дрели; Товары для мастерской; Отдел бренда «Makita: И так далее |
| What works for inventory control, however, isn’t necessarily what works for shelving and display purposes. | Такая схема хорошо работает на складе, но не всегда хороша для полок и витрин магазина.  |
|  “We learned long ago,” Venhuizen says, “that hammers sell with nails because when the customer is buying nails and they see a hammer on the shelf, it reminds them that they need a new one. | «Мы давно научились раскладывать товар - говорит Венхузен - молотки хорошо продаются рядом с гвоздями, потому что клиент, покупая гвозди, видит молоток, и это напоминает, что ему нужен новый. |
|  We used to rigidly keep the hammers with other hand tools; now we put a few with the nails for just that reason.”  | Раньше мы всегда размещали молотки рядом с другими инструментами, теперь мы кладем несколько к гвоздям». |
| Suppose you want to repair a loose board in your fence and you need a nail. | Представьте, вы хотите заделать дыру в своем заборе, вам нужен гвоздь. |
|  You go to the hardware store, and typically there will be an entire aisle for fasteners (the superordinate category).  |  Вы идете в строительный магазин и там, как правило, будет целый ряд с крепежом (крупная категория). |
| Nails, screws, bolts, and washers (basic-level categories) take up a single aisle, and within that aisle are hierarchical subdivisions with subsections for concrete nails, drywall nails, wood nails, carpet tacks (the subordinate categories).  |  Гвозди, винты, болты и шайбы (меньшая категория) лежат в одном проходе, но и тут они подразделяются на гвозди для бетона, гипсокартона, дерева, ковров (подкатегория). |
| Suppose now that you want to buy laundry line. | Предположим теперь, что вы хотите купить перевру для сушки белья. |
|  This is a type of rope with special properties: It has to be made of a material that won’t stain wet clothes; it has to be able to be left outside permanently and so must withstand the elements; it has to have the tensile strength to hold a load of laundry without breaking or stretching too much. | У нее должны быть особые свойства: веревка не должна красить одежду, быть устойчивой к разным погодным условиям, быть достаточно прочной, чтобы под весом белья она не растягивалась и не рвалась. |
|  Now, you could imagine that the hardware store would have a single aisle for rope, string, twine, cord, and cable, where all of these like things are kept together (as with nails), and they do, but the merchants leverage our brains’ associative memory networks by also placing a stock of laundry line near the Tide detergent, ironing boards, irons, and clothespins. | Но в магазине также будет целый ряд веревок, нитей, бечевок кабелей и все они лежат в одном месте (как и гвозди).Так и есть, но мерчандайзеры, зная, как работает наш мозг, также кладут веревку для белья рядом с порошком, гладильными досками утюгами и прищепками. |
|  That is, some laundry line is kept with “things you need to do your laundry,” a functional category that mirrors the way the brain organizes information. |  Так веревка для сушки белья лежит с вещами для стирки, это функциональная категория, которая отражает то, как мозг организует информацию. |
|  This makes it easy not just to find the product you want, but to remember that you need it. | Это не только упрощает поиск товара, но и напоминает, что он вам нужен. |
| How about clothing retailers organizing their stock? | А как магазины одежды организуют свое пространство? |
| They tend to use a hierarchical system, too, like Ace Hardware. | Они, как правило, используют иерархическую систему, так же, как в Ace Hardware. |
| They may also use functional categories, putting rainwear in one section, sleepwear in another. | Они используют функциональные категории, складывая дождевики и пижамы в разные отделы. |
| The categorization problem for a clothing retailer is this: | Но у магазинов одежды есть проблема. |
| There are at least four important dimensions on which their stock differs—the gender of the intended buyer, the kind of clothing (pants, shirts, socks, hats, etc.), color, and size. | Существует по меньшей мере четыре категории, по которым можно распределить одежду: пол предполагаемого покупателя, вид одежды (брюки, рубашки, носки, шляпы и т.д.), цвет и размер. |
| Clothing stores typically put the pants in one section and the shirts in another, and so on. | Магазины одежды, как правило, кладут брюки в одну секцию, а рубашки в другую и так далее. |
| Then, dropping down a level in the hierarchy, dress shirts are separated from sports shirts and T-shirts. | Затем, опускаясь дальше по иерархии, рубашки распределяют на классические, спортивные, футболки. |
| Within the pants department, the stock tends to be arranged by size. | В отделе брюк, чаще всего, работает категоризация по размеру. |
| If a department employee has been especially punctilious in reordering after careless browsers have gone through the stock, within each size category the pants are arranged by color. | Щепетильные продавцы, после распределения брюк по размеру, раскладывают их по цвету. |
| Now it gets a bit more complicated because men’s pants are sized using two numbers, the waist and the inseam length. | Этот процесс усложняется тем, что сетка размеров мужских брюк делится по объему талии и длине.  |
| In most clothing stores, the waist is the categorization number: | В большинстве магазинов одежды брюки с  |
| All the pants of a particular waist size are grouped together. | Одинаковым объемом талии складывают вместе. |
| So you walk into the Gap, you ask for the pants department, and you’re directed to the back of the store, where you find rows and rows of square boxes containing thousands of pairs of pants. | Если вы зайдете в Gap, и спросите про брюки, вас отправят в дальнюю часть магазина, где тысячи брюк лежат стопками на квадратных полках. |
| Right away you notice a subdivision. | Вы сразу же поймете по какой логике они распределены.  |
| The jeans are probably stocked separately from the khakis, which are stocked separately from any other sporty, dressy, or more upscale pants. | Джинсы, скорее всего, лежат отдельно от брюк цвета хаки, которые, в свою очередь, отделены от спортивных, классических и брюк более высокого качества. |
| Now, all the jeans with a 34-inch waist will be clearly marked on the shelf. | Дальше будут четко обозначены джинсы с объемом талии в 34 дюйма. |
| As you look through them, the inseam lengths should be in increasing order. | А они, в свою очередь, распределены по длине в порядке возрастания. |
| And color? | Что насчет цвета? |
| It depends on the store. | Все зависит от магазина. |
| Sometimes, all the black jeans are in one contiguous set of shelves, all the blue are in another. | Иногда все черные джинсы лежат на одном ряде полок, а синие на другом. |
| Sometimes, within a size category, all the blues are stacked on top of all the blacks, or they’re intermixed. | А иногда они разделены только по размеру и синие лежат на черных или перемешаны с ними. |
| The nice thing about color is that it is easy to spot—it pops out because of your attentional filter (the Where’s Waldo? network)—and so, unlike size, you don’t have to hunt for a tiny label to see what color you’ve got. | Категоризация по цветам хороша тем, что они легко различимы для наших фильтров внимания, в отличие от размера, который нужно еще найти на маленькой этикетке. |
| Note that the shelving is hierarchical and also divided. | Обратите внимание, что стеллажи тоже распределены по определенным категориям. |
| Men’s clothes are in one part of the store and women’s in another. | Мужская одежда находятся в одной части магазина, а женская в другой. |
| It makes sense because this is usually a coarse division of the “selection space” in that, most of the time, the clothes we want are in one gender category or the other and we don’t find ourselves hopping back and forth between them. | В этом есть смысл, так как мы обычно ищем одежду в одной половой категории, и такое типичное разделение пространства помогает не бегать взад вперед по магазину. |