**TED演讲观后感兼周记**

本周的任务是观看著名的TED演讲集并总结自己的心得感受。

最令我印象深刻的一则TED演讲，名为《资料视觉化的美丽》。这个演讲视频给我了极大的启发与冲击，令人眼前一亮。我不禁发觉，其实生活中每天我们都接收大量的现象和信息，但是许多都成为过眼云烟，只有很小一部分被我们认同感知吸收。我们非常需要培养从平凡生活经历中发现亮点的本事。

演讲的演示效果非常华丽，借助了许多很炫的技术效果。开头，演讲者先以图片的例子告诉观众：繁琐的数字数据很难非常直观的表达出来，而用图片的尺寸就可以直观地反映几个数据间的大小差异，用颜色就可以区分不同种类……我们的眼睛是非常敏感的，是最锐利的感官，而我们真正吸收认知的信息量是远远小于的，所以我们应该把我们想表达的数据信息转化成能快速直接被眼睛吸收的。信息数据的图形化可以使绝对的资料相对化，与其他数据进行比较，更实际客观。

**其他的演讲内容归纳总结**：

**视频怎样鼓舞全球化的新创新学校：**

TED 的 Chris Anderson 说， 网络视频正在形成一个“群体加速创新”的现象。 这种自发循环学习的重要性几乎可以和印刷技术的发明相提并论。但是要参与到这股力量中， 团体组织需要能够有很强的开放意识。而这对TED而言，也意味着一个新篇章之开始。

**连接这个世界**

Hector Ruiz，AMD执行主席，希望给每一个人提供因特网的连接。在这个演讲中，他分享了他不寻常的人生故事，并且描述了AMD５０×１５的创举项目。这个项目要在2015年，通过网络连接起世界上50%的人。

**畅想电子游戏**

游戏设计师David Perry预言未来的游戏对玩家来说将不仅仅只是娱乐。 未来的游戏会是丰富和复杂的，而且充满了丰富的情感。对有的人来说，这些元素将会使游戏比真实世界更加真实而且有意义。

**《阿凡达》之前的好奇小男孩**

詹姆斯·卡梅隆大成本（高票房）的电影创造了一个个属于它们自己的奇妙虚幻世界。在这场真诚的演讲中，卡梅隆揭示了他年少时对神奇事物的好奇──从科幻读物到深海潜水，并解释了这份好奇心是如何帮助他创造了一个又一个的商业巨片──《异性》《终结者》《泰坦尼克号》《阿凡达》。

**阿密特·苏德：建一个包罗博物馆的网络博物馆**

想象你可以身不离座就在世界各地最好的博物馆里欣赏艺术珍品。Amit Sood讲述了他是如果受艺术激情的驱使，建立了这个艺术工程， 使人们可以实现那样的理想。

**论幸福**

幸福是什么，如何让所有人都能幸福？佛教僧侣Matthieu Richard(曾是一位生物化学家）认为人们可以通过修身养性来求得内心真正的安宁和圆满。

控制自身的心态，回归自然。

**物理学教我市场营销学校**

物理学和市场营销似乎没有什么相似之处，但是丹.科布利却对两者充满热情。他利用牛顿第二定律、海森堡的不确定原理、科学的方法以及热力学的第二定律将这些毫不相干的两者放到一起来解释品牌化的基本理论。

公司品牌越大，包袱越大，所以宝洁联合利华选择使用子品牌；观测调查会产生影响 调查消费者说会做什么不代表真的会做；一个负面观察可以容易推翻一个经营多年的品牌；管理者无法完全控制局势。

**社交网络预测流行病传播**

在摸清错综复杂的人际关系网之后，尼古拉斯·克里斯塔吉斯 (Nicholas Christakis)和同事詹姆斯·福乐开始研究怎么善用这一信息。这里，通过结点图示和社交网络关系，他介绍了新出笼的发现：这些社会关系可以被用来及早发现流行病，控制病毒的爆发，新思想的传播，和危险行为的蔓延。

**何谓协作消费**

今天在TEDx悉尼，瑞秋·波特斯曼谈到人“生来即知分享”--并展示了像Zipcar和Swaptree这样的网站正在改变人类的行为模式。

比如电影光盘这种东西，看过后对自己没价值但对他人还是有价值，而以物易物可以满足双方需求，合理利用共享资源。我们需要的往往不是商品本身，而是它所能带来的价值，比如我们需要MP3其实是需要播放的音乐。所以共享资源可以帮助人们实现利益最大化，避免浪费。

**能读懂脑电波的耳机**

可以读懂用户脑电波的神奇电脑界面，使得仅仅通过想象（和一点点专注）就来操作虚拟的物体，甚至是真实的电子物体。Tan Le将演示这个耳机，告诉我们一些不可思议的应用。

**关于自我教学的新实验**

Sugata Mitra关于自我教学的新实验 教育学家Sugata Mitra解决最大的教育问题之一——最好的教师与学校并不存在于它们最需要的地方。从新德里到南非到意大利，他进行了一系列现实实验。在实验中，他为孩子们提供上网条件并让他们自我管理，实验的结果可能会让我们对教学的认识产生革命性改变。

信管一班

傅博宏

2010302330009