



# ПАМЯТКА «ФАКТОРЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНИМАНИЕМ»



## Расположение

- Объекты большего размера имеют большее значение
- Иллюстрация воспринимается как довод в пользу расположенного рядом с ней текста
- Чем больше «воздуха» на слайде, тем легче считывается информация



## Цвет

- Среди однородных объектов побеждает самый темный
- Красный цвет воспринимается как сигнал опасности и негатива, а зеленый – как знак одобрения и положительных результатов. Но если ваш основной корпоративный цвет – красный, он не должен ассоциироваться с чем-то тревожным. В таком случае красным отмечают позитивные значения, а для негативных выбирают черный или любой другой цвет.
- Оттенки серого подчеркивают нейтральность данных либо обозначают что-то недействительное



## Иллюстрация

- Иллюстрация воспринимается лучше текста и числовых данных
- Несколько иллюстраций объединяются на слайде только при условии их сопоставления
- «Живые кадры» вызывают доверие. Постановочные стоковые картинки выглядят фальшиво, поэтому обесценивают вашу мысль



## Текст

- Сплошной текст сложно воспринимать
- После картинки внимание переключается на самый крупный шрифт
- Слова прописными буквами воспринимаются как КРИК ДУШИ
- Изобилие текстовых выделений (курсив, полужирный, подчеркивание и т. д.) отвлекает внимание