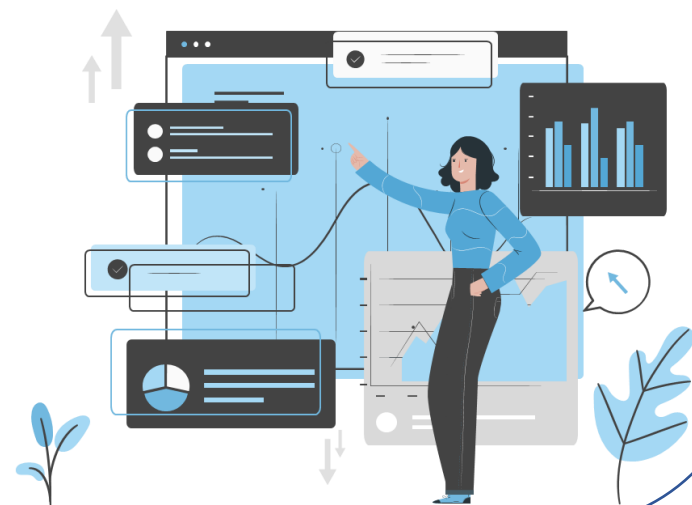




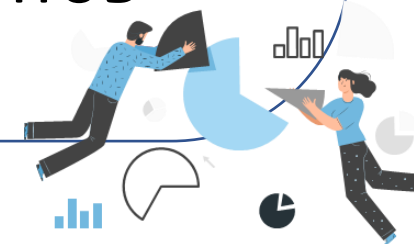
# Использование цвета при создании учебных материалов





# Содержание

1. Психологические характеристики цветов
2. Варианты цветовых сочетаний, которые можно использовать при создании электронных учебных материалов
3. Правила создания презентации
4. Закономерности восприятия визуальной информации
5. Преимущества использования цветных документов



# 1. Психологические характеристики цветов



Цвет	Тип цвета	Характеристика цвета
Красный	Тёплый	Возбуждающий, динамичный, активный, агрессивный.
Розовый	Тёплый	Романтичный, женственный, успокаивающий. Снимает агрессивность; в большом количестве подавляет.
Оранжевый	Тёплый	Радость, энергия, тепло, игра, динамичность, оптимизм, импульсивность. Активизирует организм, повышает реакцию, создает чувство благополучия, уверенности в своих силах
Жёлтый	Тёплый	Яркий, солнечный, чистый, убедительный, успех, богатство, вдохновение. Стимулирует мозг, не раздражает глаз. Подходит для передачи радостного настроения
Коричневый	Тёплый	Приятный, привлекательный. Создает ощущение уюта, комфорта, прочности, стабильности, зрелости, консерватизма.
Зелёный	Холодный	Расслабляющий, успокаивающий, инертный, новизна, независимость, деньги (доллары). Символизирует молодость, свежесть, здоровье. Обладает способностью концентрировать внимание и обострять зрение



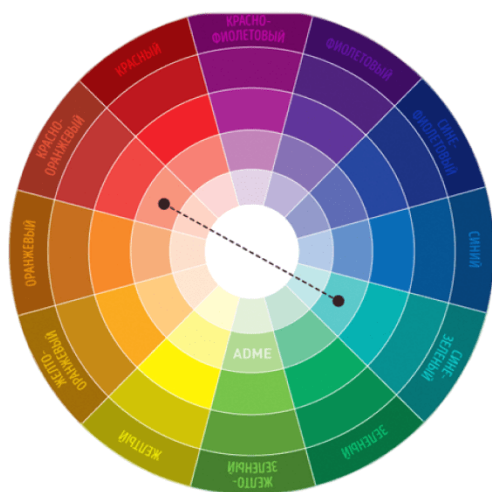
# 1. Психологические характеристики цветов



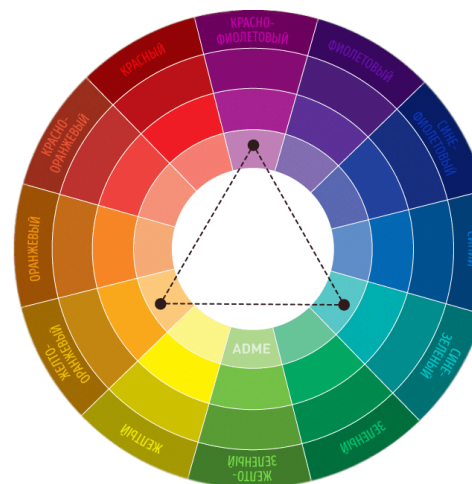
Цвет	Тип цвета	Характеристика цвета
Голубой	Холодный	Оказывает расслабляющее, успокаивающее воздействие, снимает тревожные предчувствия, охлаждает.
Синий	Холодный	Серьезный, сдержанный, холодный. Подходит для передачи надежности, силы, удовлетворенности, гармонии. Помогает сконцентрироваться на главном, привлекает внимание.
Фиолетовый	Холодный	Темный, удручающий. Тяжелый для восприятия. Символ романтики, мистики, загадочности. Стимулирует работу мозга. Тревожит и обескураживает.
Белый	Яркий	Символизирует открытость, чистоту, благородство, безупречность, простоту. Обычно используется в сочетании с синим, красным или зеленым. Но теплые цвета рядом с ним выглядят очень пёстро.
Серый	Нейтральный	Цвет умеренности, спокойствия, реализма, солидности, престижа
Чёрный	Тёмный	Символизирует мудрость, превосходство, постоянство, секретность, искушенность, любопытство, силу, мистику, интриги, власть. Ассоциируется с угнетением, холодностью, угрозами, страхом потери, трауром.



## 2. Варианты цветовых сочетаний



Комплиментарными, или дополнительными, контрастными, являются цвета, которые расположены на противоположных сторонах цветового круга Иттена. Выглядит их сочетание очень живо и энергично, особенно при максимальной.



Сочетание 3 цветов, лежащих на одинаковом расстоянии друг от друга. Обеспечивает высокую контрастность при сохранении гармонии. Такая композиция выглядит достаточно живой даже при использовании бледных и ненасыщенных цветов.



## 2. Варианты цветовых сочетаний



Оценка комфортности восприятия текста	Цвет текста	Цвет фона	Пример
отличное	черный	белый	пример
отличное	черный	желтый	пример
отличное	синий	белый	пример
хорошее	зеленый	белый	пример
хорошее	красный	желтый	пример
хорошее	черный	фиолетовый	пример
среднее	оранжевый	черный	пример
среднее	зеленый	серый	пример
среднее	красный	зеленый	пример
плохое	черный	пурпурный	пример
плохое	желтый	белый	пример





### 3. Правила создания презентации

1. Основная цель – читаемость презентации.
2. Оформление презентации не должно отвлекать внимания от её содержания.
3. Выбираемый шаблон должен соответствовать теме презентации.
4. Выбранный шрифт должен быть читаемым.
5. Буквы заголовков, созданные средствами объекта WordArt, не должны налипнуть друг на друга.
6. В презентации должно участвовать не более 3 цветов.
7. Фон является элементом заднего (второго) плана, должен выделять, оттенять, подчеркивать информацию, находящуюся на слайде, но не заслонять ее.
8. Не следует накладывать текст на изображение (фото или картинку).



### 3. Правила создания презентации



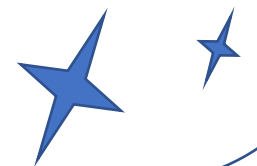
9. Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться, белый текст на черном фоне читается плохо).
10. Рядопологающие изображения должны быть одного типа.
11. Уменьшать и увеличивать изображения следует пропорционально (изменение размеров выполняется способом перетягивания мыши по диагонали).
12. Изображение выглядит выигрышно, если оно обрамлено (т.е. вокруг есть рамка).
13. Вставляя в презентацию изображение, следует настроить яркость и контрастность относительно фона (цель данной процедуры повысить качество изображения).
14. Слайд должен содержать минимум текста.
15. Если изображение имеет непрозрачный фон, то следует обработать изображение дополнительно с помощью графического редактора либо изменить фон слайда, подстроив его по фон изображения.





### 3. Правила создания презентации

16. Текстовый блок на слайде должен появляться целиком, а не побуквенно (слушатель начинает следить за вылетающими буквами, и не слышит докладчика).
17. В рамках одного слайда следует устанавливать одинаковый эффект появления текста, если эффект действительно нужен.
18. Если количество текста уменьшить не удалось, то лучше разделить его на несколько частей для придания лучшей читабельности
19. Ключевые слова либо фразы в тексте могут быть выделены цветом, размером.
20. Слайды презентации могут быть лишь тезисами. Вы всегда можете снабдить обучающихся любым количеством раздаточного материала с любым количеством таблиц и текста, который люди смогут прочесть после того, как услышали ваши мысли и, что главное, увидели.



## 4. Закономерности восприятия визуальной информации



### Правила расположения текста на листе, экране

Сначала читается текст,  
затем рассматривается рисунок



Сначала воспринимается картинка,  
затем текст



## 4. Закономерности восприятия визуальной информации



### Правила расположения текста на листе, экране

Центр экрана  
пуст, так и  
рисунок  
равноправны.  
Это  
рассеивает  
внимание,  
мешает  
сосредото-  
читься



Последовательность восприятия  
обычная. Сначала текст, потом  
рисунок. Однако рисунок  
выступает как более важная часть,  
чем текст



## 4. Закономерности восприятия визуальной информации



### Правила расположения текста на листе, экране

1. Сначала  
воспринимается  
рисунок, затем  
читаются тексты



2. Тексты как бы  
равноправны,  
последовательность  
их чтения не  
очевидна, что  
приводит к  
рассеиванию  
внимания

## 4. Закономерности восприятия визуальной информации



### Правила расположения текста на листе, экране

1. Сначала читается текст 1, затем текст 2 и 3

2. Последовательность чтения текстов не очевидна



3. Рисунок оказывается как бы «задавлен» текстом, носит второстепенный характер

## 4. Закономерности восприятия визуальной информации



Текст, напечатанный в столбик, считывается медленнее,  
чем этот же текст,  
напечатанный более широким планом

Внимание!  
При переходе через  
железнодорожные  
пути будьте  
осторожны!

Внимание!  
При переходе через  
железнодорожные  
пути будьте  
осторожны!



## 4. Закономерности восприятия визуальной информации



Линии, не имеющие перерыва, с плавными закруглениями считываются на  $1/3$  дольше, чем линия с резко выраженными углами.

Следовательно, печатный текст будет читаться на  $1/3$  быстрее, чем письменный.

ВНИМАНИЕ

*ВНИМАНИЕ*



## 4. Закономерности восприятия визуальной информации



Цветовой контраст усиливается,  
если очертить буквы черным контуром,  
и ослабевает,  
если их очертить белым

*Цвет влияет на психику*

**Цвет влияет на психику**



## 4. Закономерности восприятия визуальной информации



Плотно набранный текст с маленькими промежутками будет читаться труднее, даже если использовать крупный шрифт.

Лучше выбрать мелкий шрифт и увеличить промежутки  
между строк и букв

Плотно набранный шрифт с  
маленькими промежутками  
будет читаться труднее, даже  
если используете крупный  
шрифт.

Лучше выбрать меньший шрифт и  
увеличить промежутки между строк и  
букв.



## 4. Закономерности восприятия визуальной информации



Вертикально нужно давать нечетное число перечислений: 3, 5, 7.

Наибольшее число вертикальных перечислений, которое запоминает человек, — это  $7 \pm 2$  (имен, наименований). Четное число вертикально записанных перечислений запоминается хуже.<sup>10</sup>



Чем короче, компактнее и выразительнее текст, тем больше шансов на то, что его прочтут и запомнят.



Существительные запоминаются лучше, чем глаголы и прилагательные.  
Начало и конец запоминаются лучше, чем середина.



## 5. Преимущества использования цветных документов

1. Цвет позволяет улучшить процесс обучения на 78%. Наилучший пример - использование цветных материалов в учебных заведениях.
2. Цвет подчеркивает важность информации. Решение «читать или не читать» принимается человеком за 2,5 секунды.
3. Цвет позволяет запомнить информацию на 82% лучше. Инструкции по безопасности, информация об опасности должна быть цветной.
4. Цвет помогает улучшить акцент на информацию на 80%. Добавление цвета в инструкции и руководства значительно снижают процент сервисных вызовов.



## 5. Преимущества использования цветных документов

5. Впечатления от цвета на 39% более запоминаемые. Прямая рассылка и письма остаются в памяти значительно дольше, если они цветные.

6. Даты, числа, если они выделены цветом, увеличивают их запоминание на 44%.

7. Цвет уменьшает время поиска необходимой информации на 80%.

Основные понятия, определения, главные мысли и т.п. – просто добавьте цвет к важным местам.

8. Цвет снижает ошибки на 80%. Использование цвета в формах, анкетах снизит ошибки при заполнении.



## 5. Преимущества использования цветных документов

9. Информация в цвете может быть обнаружена на 70% быстрее.

Например, если Вы тратите 1,5 часа на черно-белую информацию, это займет всего полчаса!

10. Сортировка документов улучшается на 15% при использовании цвета, в этом помогают цветные заголовки, закладки, папки.

11. Выделение текста цветом уменьшает время поиска, по сравнению с использованием разных шрифтов на 39%.

12. Цвет улучшает понимание сложной информации на 73%.



## 5. Преимущества использования цветных документов

13. Цвет привлекает на 80% больше участников к необходимым мероприятиям. Например, использование цвета в добровольных опросных листах позволяет улучшить отдачу и получить значительно больше ответов.

14. Внимание читателя акцентируется на 14% лучше при использовании цвета, чем просто жирного текста.

15. Цвет является побуждающим фактором к действию, на 80% более эффективным.

