

Salakhov R., Salakhova R., Galeeva Z. Basics of design: visual perception and the principle of Gestalt psychology

Основы дизайна: визуальное восприятие и принцип Гештальт-психологии

Rasih Salakhov

PhD in Pedagogic sciences, Associate professor of Institute of Philology and Intercultural Communication named after L.Tolstoy, Kazan Federal University.

Rada Salakhova

PhD in Pedagogic sciences, Associate professor of Institute of Philology and Intercultural Communication named after L.Tolstoy, Kazan Federal University.

Zukhra Galeeva

Assistant of Institute of Philology and Intercultural Communication named after L.Tolstoy, Kazan Federal University.

Салахов Расых Фарукович, к.пн.

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Салахова Рада Инсафовна, к.пн.

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Галеева Зухра Наилевна,

Казанский (Приволжский) федеральный университет

zuhra.i.m@gmail.ru

Abstract. Visual elements are characterized by a correlation and a deep form, which any good designer should know and understand. The principles of Gestalt psychology can help in determining how the perception of a particular project works better, why some forms or elements respond better to others than others.

Keywords: visual communications, Gestalt principles, psychology, design, communication design

Аннотация: Визуальные элементы характеризуются соотношением и глубокой формой, которую должен знать и понимать любой хороший дизайнер. Принципы Гештальт-психологии могут помочь в определении того, как лучше работает восприятие того или иного проекта, почему некоторые формы или элементы лучше находят отклик со стороны окружающих, чем другие.

Ключевые слова: визуальные коммуникации, Гештальт принципы, психология, дизайн, дизайн коммуникации

Психология - важный аспект проектной работы, наука об эмоциях и восприятии людей. Дизайнер должен создавать свой продукт, ориентируясь на целевые потребности и эмоции, чтобы создать чувство, также основанное на социальных стандартах. Теория Гештальт, действительно, может помочь сосредоточить внимание потребителя на создаваемом контенте самым эффективным образом. Человеческий разум перестает пользоваться логикой, когда дело касается визуального восприятия. Оптические иллюзии — один из примеров, доказывающих это. [1]

Люди не принимают решения самостоятельно. На их действия влияют предубеждения, внешние обстоятельства, а также множество других факторов. Это означает, что знание того, как они реагируют на зрительные стимулы, может быть крайне полезным. Гештальт-психология не только сделает ваше визуальное сообщение более эффективным, но и даст простор для творчества.

Дизайнеру важно понять, как люди воспринимают визуальный дизайн, и как можно применить теорию на практике.

Принципы Гештальта или Гештальт-психология – это описание особенностей восприятия человека, как наш мозг группирует и выстраивает визуальные формы. Сформированы принципы школой психологии, которую сформировал Макс Вертгеймер еще в далеком 1910 году. Школа провела исследования и говорит, что наше восприятие форм достигается благодаря следующим принципам:

- Объекты, которые расположены рядом воспринимаются как целое
- Объекты, которые похожи по цвету, форме, размеру воспринимаются как целое
- В восприятии мы стремимся к упрощению и целостности



- В восприятии мы стремимся завершать фигуру, что бы она приобретала замкнутый вид
- На нашу интерпретацию влияет прошлый опыт и ожидания

Эффект Гештальта - это способность к формированию формы наших чувств, особенно в отношении визуального распознавания целых форм, а не просто набора простых кривых линий. [2]

Мы используем и полагаемся на эти принципы в большинстве аспектов нашей повседневной жизни. Это то, как мы сочетаем одежду и цвета, как мы думаем и составляем целую картину из элементов, которые могут быть плакатом, фотографией, логотипом или даже табличкой, все это зависит от принципов Гештальта. [4]

Связь между объектами - не что иное, как целостное восприятие, и это, прежде всего, задача дизайнера. Как воспримет тот или иной продукт потребитель, зависит именно от дизайнера. Создавая логотип, веб-сайт, графику, следует брать во внимание не отдельные элементы, а их совокупность, создавая тесную взаимосвязь между ними.

Детали важны, но только в том аспекте, когда рассматривается общая картина. Идеальный веб-дизайн, тени, текстура, выбор шрифта должны способствовать созданию дизайна, даже если клиенты, вероятно, на самом деле не видят его. Люди, простые обыватели и пользователи, в основном, определяют дизайн за доли секунды. Это называется первым впечатлением.

Известные художники недавнего прошлого знали о роли восприятия и играли с ним, создавая уникальные образы. Прекрасным примером этого является знаменитая картина «Гала», освещающая Средиземное море, написанная Сальвадором Дали. Дали написал портрет своей жены Гала, которая трансформируясь, становится портретом Авраама Линкольна. [3]

Гештальт-принципы - это способ организации зрительного восприятия. Гештальтисты обнаружили, как различные элементы могут быть реорганизованы в систему совокупности, следуя определенным правилам.

1. Близость

Расстояние играет ключевую роль в определении восприятия элементов. Вещи, которые близки друг к другу, воспринимаются как более связанные, чем вещи, которые находятся далеко друг от друга. Концепция, лежащая в основе концепции близости - это группа объектов.

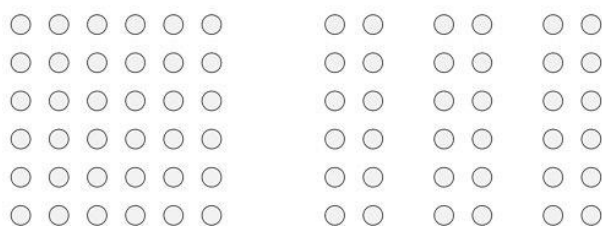


Рисунок 1. Близость

2. Сходство

Существует естественная тенденция относить подобные элементы больше, чем разные. Они могут быть, например, похожими на цвет, форму или размер.

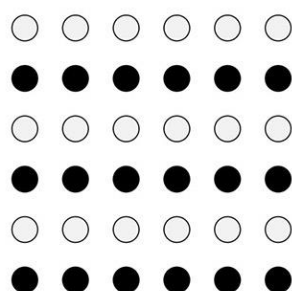


Рисунок 2. Сходство

Осознание сходства не только помогает предположить, что элементы связаны друг с другом, но также подразумевает структуру, основанную на возникающем шаблоне. Эти типы объектов, которые разделяют некоторые характеристики, создают сплоченность в дизайне, потому что наш мозг автоматически ищет шаблоны.

3. Завершенность

Глядя на сложное расположение отдельных элементов, люди склонны смотреть сначала на одну форму, полученную из узнаваемых контуров, хотя закрытые формы могут быть получены линиями того же цвета или игрой контрастом, или даже отсутствием их.

Закон завершенности срабатывает, когда объект является неполным или пространство не полностью закрыто, а мозг активирует некоторые механизмы для завершения фигуры, заполняя недостающую информацию. [5]

Рисунок ниже называется кубом Неккера. Мы видим белый очерченный куб. На самом деле, куба там нет, есть только восемь черных кругов с отсутствующей областью. Куб подразумевается, потому что наш ум дополняет связь этих белых линий, образующих куб.

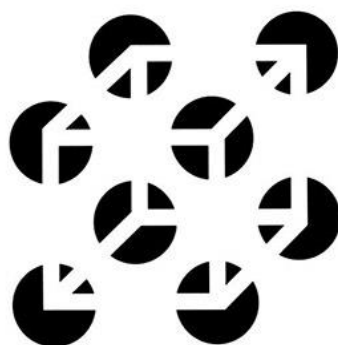


Рисунок 3. Сходство

4. Закон фигура-фон

Закон фигуры и фона показывает, как мы фокусируем зрительное внимание, отделяя фигуру от фона. Фигура является частью композиции, на которую мы обращаем внимание.

Этот закон объясняет, что фигура является визуальным элементом, который требует наименьшие усилия для распознавания. Другими словами, это та часть изображения, которая выделяется больше всего. Остальная часть визуального ряда является фоном.

Самый известный пример рисунка - это ваза Рубина.



Рисунок 4. Закон фигура-фон

Окруженный объект рассматривается как фигура. Формы меняются, и мы можем заметить черную вазу на белом фоне или, наоборот, два профиля на черном фоне.

← ————— →

Эта иллюзия оптики создается тенденцией двусмысленного восприятия между двумя или более альтернативными интерпретациями.

5. Непрерывность

Закон непрерывности утверждает, мы предпочитаем интерпретировать визуальную информацию как непрерывную. На изображении «линия», созданная из левых кругов, «продолжается» и, наоборот, другая останавливается.

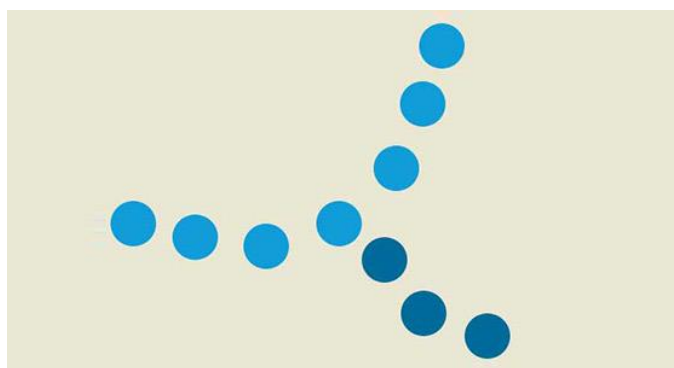


Рисунок 5. Закон непрерывности

На протяжении многих лет Гештальт-психология позволяла профессионалам из разных областей, включая маркетологов и рекламодателей, понять то, как их аудитория интерпретирует визуальную информацию и видит мир.

Дизайн, безусловно, является результатом творчества. Возможности визуального восприятия, которые были изучены специалистами и психологами, могут быть полезны для создания методологии, выходящей за пределы таланта и интуиции, способных противостоять самым критическим умам.

Гештальт-психология помогает создать визуальный контент, который стимулирует активность потребителя.

References

1. Перлз, Фредерик Соломон. Гештальт-подход. Свидетель терапии : [пер. с англ.]. - Москва : Издательство Института психотерапии, 2003. – С.144-165
2. Шульц, Дуэйн П. История современной психологии. - Санкт-Петербург : Евразия, 2002. – С. 437-440
3. Arno. A. Psicologia da gestalt e a ciência empírica contemporânea. *Psic.: Teor. e Pesq*, 2002, vol.18, n.1. – P.1-16
4. Verstegen, I. Gestalt psychology in Italy. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 2000, vol. 36. – P. 31-42.
5. 5 Ways You Can Use Gestalt Principles For Powerful Imagery.
URL: (дата обращения 10.10.2017)
<https://www.neurosciencemarketing.com/blog/articles/gestalt-principles.htm>

SECTION 4. TEACHING AND EDUCATION

UDC 378.014.15

UDC 811.11-112

Nurutdinova A.R. A Study Focused Methodology to Proposed Collaborative Languages' Syllabus (case study: tutorial analysis of published methodological books for Academic English Course "Master's Degree: Science and Research" and "Master's Degree: Expertise and Research – Based Proficiency Targets")

Nurutdinova Aida Rustamovna

PhD., Associate Professor,

Department of foreign languages for professional communication,
Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia

Abstract. With the globalization propensity it is getting imperative to determine a postgraduate training with worldwide encounters, so as to succeed, the colleges ought to have the capacity to give a foundation on how to provide genuine outside condition. The present analysis was led to evaluate whether the postgraduates have built up a required level of affectability and self-discernments to grow better scholastic English collaboration. The point is to enter word associated surrounding; to help with worldwide skill possibilities, so the outcomes have mirrored these achievements.

Keywords: English for special purpose, Academic English, methodology and strategy, focused methodology, collaboration in target language, research-based targets, postgraduate students, linguistic structure, effective and consistent assessment.

I. Introduction: Key Hypotheses for the Design of Academic Course

Study in Second Language Acquisition has shown that postgraduate students need to interrelate in the target language in a focussed way. *“Conversational interaction is an essential, if not sufficient, condition for second language acquisition. [...] what learners need is an opportunity to interact and to reach mutual comprehension; as well as what they need to do to keep the conversation going and make the response comprehensible. [...] And*