

Студ. Ю. Ермоленко  
Науч. рук. ст. преп. Т.П. Брусенцова  
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

## **ВЛИЯНИЕ ПРИНЦИПОВ ГЕШТАЛЬТА НА ВИЗУАЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ**

Визуальное восприятие – один из самых продуктивных и быстрых способов передачи информации в мозг. Когда мы используем визуальные компоненты, такие как иконки, цвета, изображения и иллюстрации, мы поглощаем информацию намного быстрее. Управление восприятием через визуальные процессы дает возможность определять, как сработают те или иные элементы дизайна на пользователя.

Психология и дизайн очень тесно связаны между собой. А гештальт-принципы помогают нам понять и регулировать эти связи. Гештальт (нем. Gestalt – форма, образ, структура) – это группа принципов визуального восприятия, разработанная немецкими психологами в 1920-х годах. Суть принципов гештальта сводится к тому, что все элементы должны восприниматься целостно, чтобы производить правильное психологическое воздействие на пользователя.

Предметы, составляющие наше окружение, воспринимаются чувствами не в виде отдельных объектов, а как организованные формы. Согласно гештальт-психологии, свойства целого отличны от свойств его элементов. На основе этого мнения гештальт-психологи разработали несколько принципов, объясняющих особенности организации восприятия. Основные принципы гештальта – близость, общие области, схожесть, замкнутость, симметрия, продолжение.

Базовая предпосылка этих принципов: организация восприятия происходит мгновенно, в тот же момент, когда мы видим или слышим различные формы или образы. Все свойства восприятия – константы, фигура, фон – вступают в отношения между собой и являют новое свойство. Грамотное использование принципов гештальта позволяет управлять не только вниманием, но и эмоциями посетителей сайта, направляя их в нужную сторону.

В практике маркетинговой деятельности использование гештальт-принципов позволит значительно увеличить эффективность рекламных компаний и конкурентоспособность бизнеса.