

# Gestaltlovene

Kompendium til Visualisering og Design

September 2017

<b>The golden section</b>	<b>2</b>
<b>Grid</b>	<b>3</b>
<b>Figure-ground</b>	<b>3</b>
Figure	4
Ground	4
Eksempler på figure-ground princippet	4
Relation til andre principper	4
<b>Common fate</b>	<b>4</b>
Eksempler på common fate	5
<b>Continuity</b>	<b>6</b>
<b>Whitespace</b>	<b>14</b>
Eksempler på whitespace	14
<b>Simplicity</b>	<b>15</b>
Eksempler på simplicity	16
<b>Golden section</b>	<b>25</b>
<b>Grid</b>	<b>26</b>

# Figure-ground

Figure-ground relationen er et udtryk for, hvordan vi som mennesker skelner mellem figure (forgrund) og ground (baggrund), det der er vigtigst og det der er mindre vigtigt. Det er også en af Gestaltlovene og derfor et vigtigt designprincip at have med i sine overvejelser når man laver grafisk arbejde. Det er vigtigt at kunne skelne mellem de to ting, for at få et budskab rigtigt frem.

Alt grafisk arbejde består af figure og ground. Der vil altid være en forgrund og en baggrund i det grafiske arbejde man laver, da der altid vil være noget der er i fokus og noget der er baggrund for det.

Måden man opfatter figure-ground på er meget instinktivt, det er noget vi altid har gjort og ligger derfor dybt i vores underbevidsthed.

## Figure

Figure er det vigtigste i et layout – det der er fokuspunktet. På dansk vil vi betegne figure som forgrund. Hvis det f.eks. er en reklame er det typisk den vare man forsøger at sælge der er figure.

## Ground

Ground er det der er mindre vigtigt i et layout – det der skaber kontekst til figure. Det er vigtigt at ground ikke forstyrrer figure, for at sørge for at det er nemt at skelne mellem de to. På dansk betegner man ground som baggrund. Med udgangspunkt i eksemplet med reklamen vil ground være det der er med til at sætte stemningen, altså skabe kontekst til figure.

## Eksempler på figure-ground princippet

På billede 1 ser man et dårligt eksempel på figure-ground relation, fordi det er meget svært at skelne mellem hvad der er figure og hvad der er ground. Vi kan se, at de sorte bokse skal være figures, men baggrunden er meget overfyldt og forstyrrer vores opfattelse af figure.



På billede 2 ser man et godt eksempel på figure-ground relation, da det er helt klart at de to personer på billedet er figure og det grå er ground. Det er nemt at skelne mellem de to, og ground skaber på dette billede en stemning (altså giver det også en kontekst).



## Relation til andre principper

Figure-ground er noget, der altid vil være til stede i en grafisk komposition, så på den måde, vil det altid være til stede på samme tid med de andre designprincipper.

## Common fate

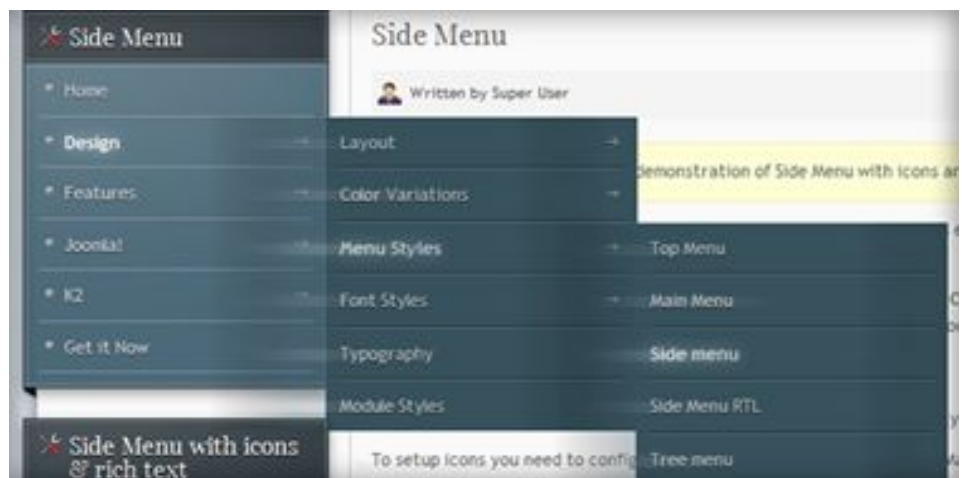
Common fate er udtrykket for at elementer der opfører sig på samme måde (f.eks. bevægelse eller retning) opfattes som hørende sammen. Måden man opfatter common fate på er meget instinktivt, det er noget vi altid har gjort og ligger derfor dybt i vores underbevidsthed.



## Eksempler på common fate

På billede 3 ser vi et eksempel på, at common fate ikke kun er et begreb der eksisterer indenfor grafisk design. Man grupperer automatisk de busser der vender i samme retning, og skelner hurtigt mellem de grupper.

På billede 4 ser vi et eksempel på common fate brugt i webdesign i form af en menu, der bliver ved med at udvide i den samme retning. Menuen opfattes derfor som en gruppe, også selvom der er flere udvidede elementer.



## Relation til andre principper

## Continuity

### Continuity

21. september 2017 10:03

- Når øjet bliver tvunget til at bevæge sig gennem et objekt og forsætte til et andet.
- Den der designer, bestemmer hvordan brugeren skal se ens hjemmeside.
- På billede 1. ser vi Coca Cola logo'et. Vores øjne følger C'et fra Coca til C'et i Cola, derefter følger vores øjne, fra C'et i Cola gennem L'et og A'et i slutningen af ordet. Denne måde bruges til at lave et "flow" gennem logoet.
- Space logoet på billede 2. har en streg igennem sig, der leder læseren til stjernen i enden af logoet.
- Billede 3 viser wwfs logo af en panda. Selvom formen af pandaen ikke er færdig, ved vi hvordan en panda ser ud, kan vi selv udfylde de manglende dele, så vi får en helhed.
  - Det er vigtigt at når man prøver et lavet et logo som dette, at man er sikker på at modtageren har en forståelse, og relevant viden omkring det man prøver at få logoet til at ligne.
- På Billede 4, ser vi en mand der viser, ved selv at kikke, hvilken vej læseren skal kikke.
- Elementer der er på linje med hinanden, er set som visuelt sammenværende.
  - Man bruger de samme design elementer gennem en hjemmeside.
  - Den røde tråd.



Billede 1.



Billede 2.



Billede 3.



Billede 4.



## Proximity

- Man stiller tingene tæt på hinanden, så de ses som en helhed i helhed.
- Hvis man ønsker at folk skal kunne forstå at ting høre sammen, er det vigtigt man ikke stiller det for langt fra hinanden, og man ikke ændre formen for meget af de forskellige elementer, *se billede 2*, men at de skal ligne hinanden.

- Eks. fra borger.dk er at underpunkterne ved en navigations overskrift, ligger sig tæt og inde for en "kasse" som man ikke ser lige umiddelbart. - *Se billede 1.*
- Det er vigtigt at når man har at gøre med proximity, at de elementer, man gerne vil have skal ses som værende sammen, ligner hinanden og ikke bryder den givende form for meget. - *Se billede 2.*
- - På *billede 3* ses figurer af mennesker, men på grund af deres opstilling og nærhed, skaber de et billede af et træ.
- - Proximity kan være med til at skabe en helhed, men der skal være flere elementer at arbejde med. Det kan være svært at skabe nærhed, med en eller to elementer.
- - Omgivelserne er meget vigtige for at skabe nærhed, da man har brug for at kunne relatere det givende område man vil skabe nærhed i, til noget andet.
    - Billede 4 viser hvordan nærhed skabes, og i forhold til nærheden i billede 4 har billede 5 skabt en endnu større nærhed.
- Ved at have linjer og kurver i et billede eller logo, skabes der en slag bevægelse. *Se billede 6.*

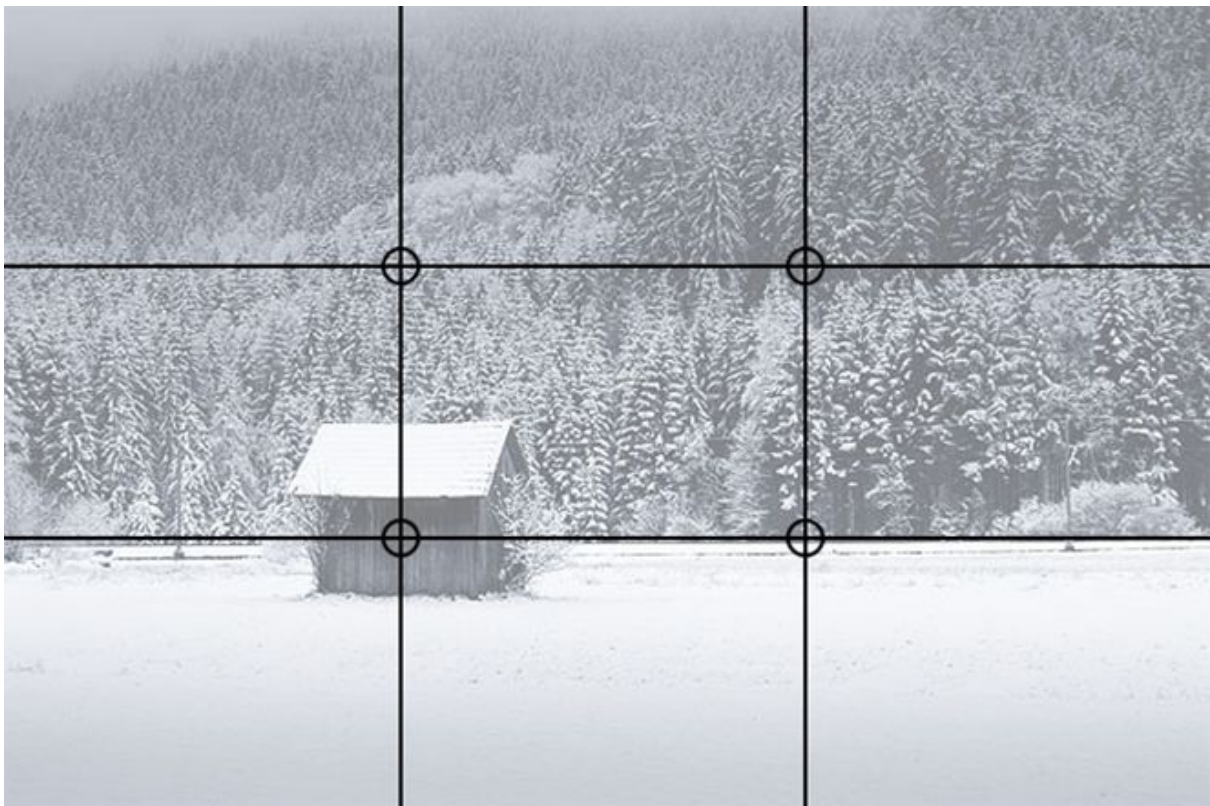
## Continuity

- Når øjet bliver tvunget til at bevæge sig gennem et objekt og forsætte til et andet.
- Den der designer, bestemmer hvordan brugeren skal se ens hjemmeside.
- På *billede 1.* ser vi Coca Cola logo'et. Vores øjne følger C'et fra Coca til C'et i Cola, derefter følger vores øjne, fra C'et i Cola gennem L'et og A'et i slutningen af ordet. Denne måde bruges til at lave et "flow" gennem logoet.
- Space logoet på *billede 2.* har en streg igennem sig, der leder læseren til stjernen i enden af logoet.
- Billede 3 viser wwf's logo af en panda. Selvom formen af pandaen ikke er færdig, ved vi hvordan en panda ser ud, kan vi selv udfylde de manglende dele, så vi får en helhed.
  - Det er vigtigt at når man prøver et lavet et logo som dette, at man er sikker på at modtageren har en forståelse, og relevant viden omkring det man prøver at få logoet til at ligne.

- På Billede 4, ser vi en mand der viser, ved selv at kikke, hvilken vej læseren skal kikke.
- Elementer der er på linje med hinanden, er set som visuelt sammenværende.
- Man bruger de samme design elementer gennem en hjemmeside.
  - Den røde tråd.

## The rule of thirds

“Tredjereglen er at man deler billedet ind i 9 lige store felter ved at lade 2 vandrette og 2 lodrette streger gå ned gennem billedet. Ud af det kommer 4 skæringspunkter for stregerne, og disse 4 punkter er der hvor man ligger fokus når man ser billedet. Det kan derfor være en god ide at bruge tredjereglen til portrætter og generelt i kompositionen.” - click.dk

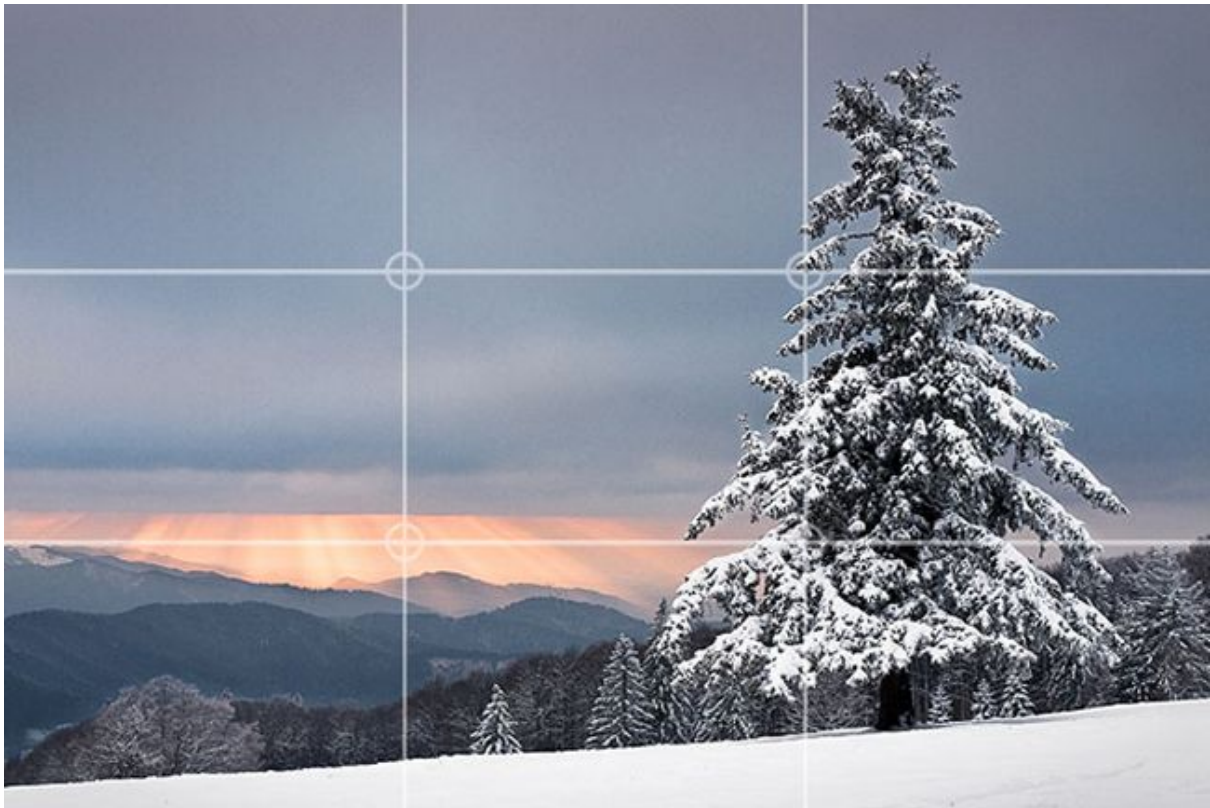


Det er en teori der bygger på at dele billeder op i 1/3 dele.

Du har 2 horisontale og 2 vertikale linjer i billedet, som deler billedet i 9 lige store dele. Hvilket giver 4 skæringspunkter.

Teorien er at fotoet bliver mere balanceret og mere naturligt at se på.



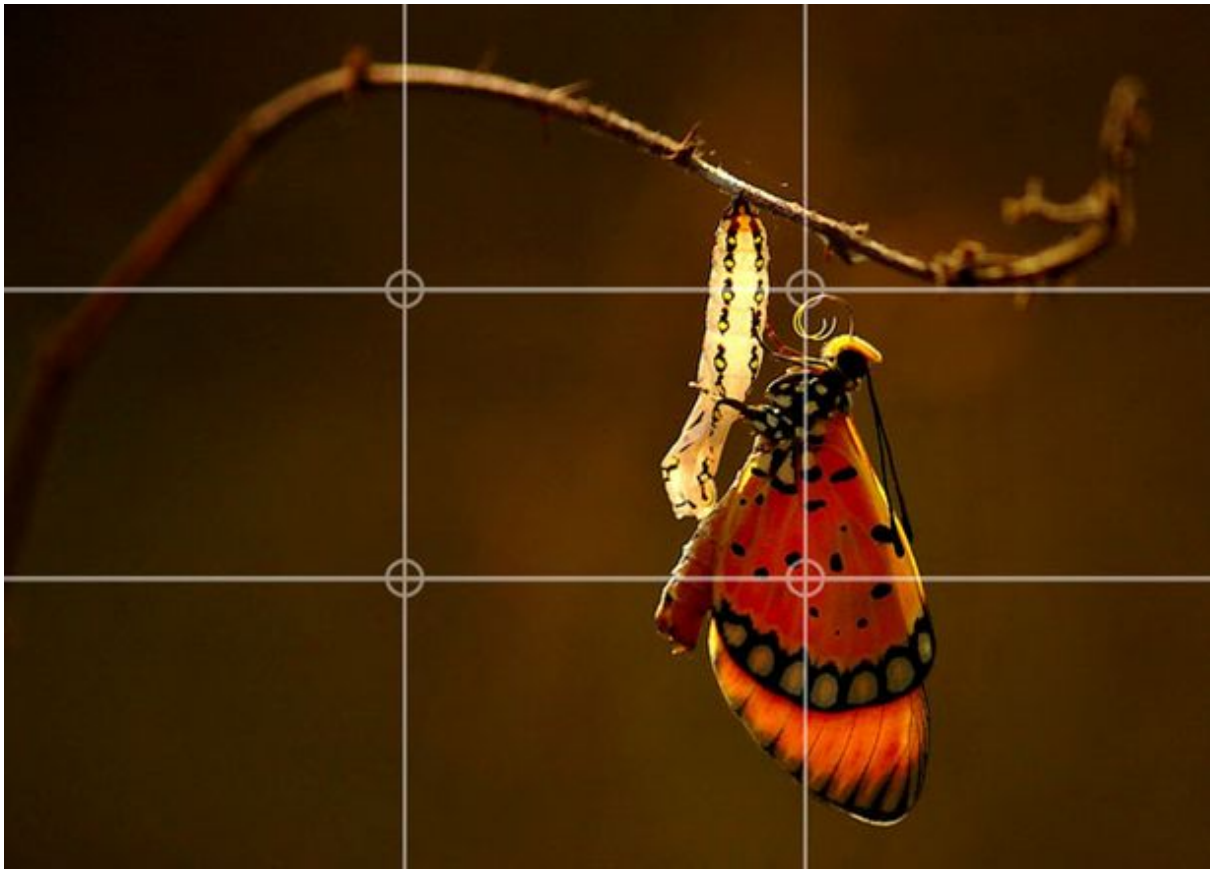


Her er et eksempel på horisontalt Rule of thirds. Træet er vores fungere som vores anker.



Her har vi et eksempel på et billede taget hvor et vertikal objekt indgår. Du får 2 gode billeder i et. Det giver ro og puste rum i billedet.

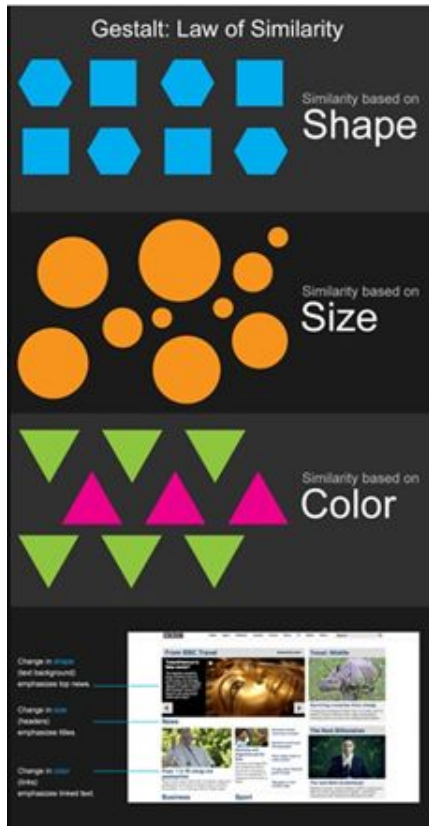




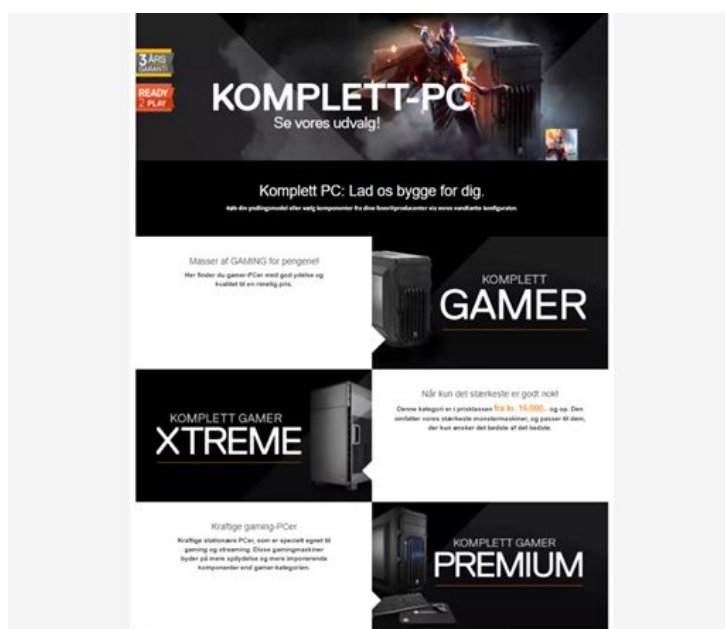
Her har vi et horisontalt billede, men vi for fokus på noget vertikalt.  
Billedet her viser også et eksempel på den ro og stilhed Rule of thirds kan give.

## Similarity

Similarity er ligheder i et billede, tekst, hjemmeside osv. Det er når vi har en rød tråd igennem et design. Du kan også bruge det til at hjælpe en person med at aflæse din tekst, billede osv. på en bestemt måde og rækkefølge.



## Eksempler på similarity



☰	Alle produkter	Kompl
🖨️	Hardware	>
🎮	Gaming	>
💻	PC & tablets	>
🎵	TV & Hifi	>
📷	Foto & Video	>
📱	Mobil	>
🏠	Bolig & fritid	>
🧘	Træning & pleje	>
⚽	Legetøj & hobby	>
🗑️	Restkassen	
📖	Guides	

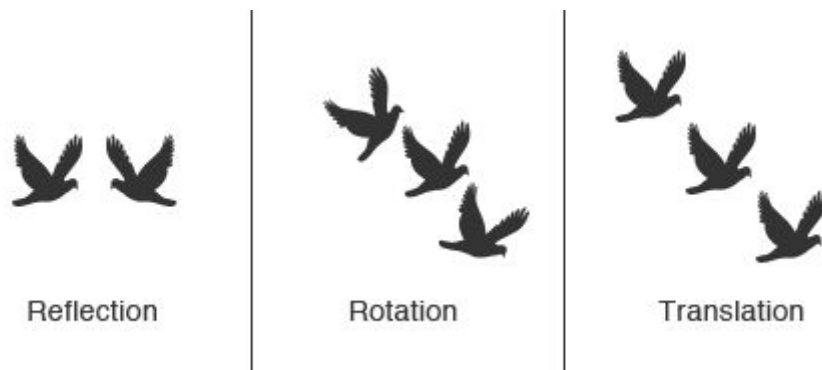
### *Symmetry og ASymmetry*

Symmetry giver ro, harmoni og overblik, hvorimod aSymmetry kan virke rodet og vildt, men også give mere liv. Symmetry kan virkelig kedeligt, hvor aSymmetry skaber mere spænding i designet.

Elementer der er fundet er typisk af samme slags eller har noget til fælles.

Der findes tre former for Symmetry

- Spejlet Symmetry
  - o Elementer bliver spejlet eller reflekteret rundt om en spejlingsakse.
- Rotative Symmetry
  - o Ens elementer som bliver roteret, ofte ud fra et fælles punkt i centrum
- Translative Symmetry
  - o Når der er 2 eller flere ens elementer, forskellige steder i kompositionen.



### *Closure (lukkethed)*

Lukketheden giver et overblik over siden eller designet, det er en del af den visuelle opfattelse.

Lukkethed overlader dele af designet til menneskers ønske om at fuldende ting, og derved vækker det visuel interesse. Lukkede bokse giver også sammenhæng på sider, og giver mere overblik. Vi ser ofte individuelle elementer som en samlet helhed, i stedet for enkelte dele, og dette giver også lukkethed.

Fungerer bedst når der er simple og enkelte elementer, som har en genkendelighed over sig.

Komplekse designs kan skabe forvirring, og gøre det svært at gennemskue hvordan man får

lukkethed. Closure bliver brugt en del i logoer, fordi den visuelle del bliver et blikfang og giver seeren mulighed for at skulle lukke designet selv.



# Whitespace

Kan være alle farver og baggrundsbilleder

Alt det der ligger bag indholdet

Det er med til at skabe fokus på det essentielle, på en side, reklamer etc.

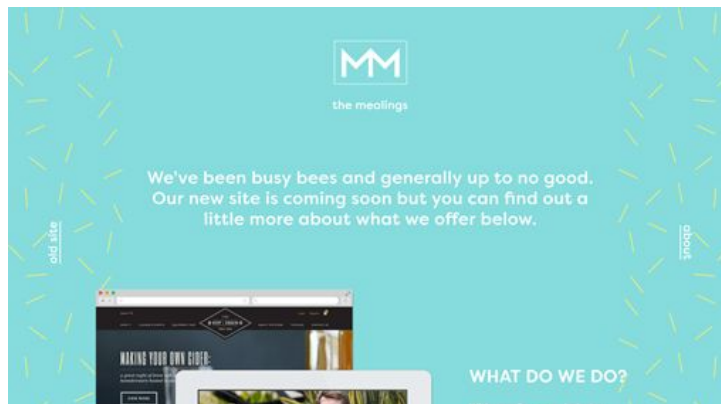
## Eksempler på whitespace

### themealings.com.au

Her er brugt et turkis og hvidt whitespace

Der er fokus på det essentielle indhold

ASymmetry i mail-ikonet



### CONTACT THE MEALINGS

We're based in Marrickville, Sydney but can work with you no matter where you are.  
We also work with agencies and can help expand your resource set.  
Email us for an estimate on your next project.



© The Mealings 2015. All rights reserved.

### mahifx.com

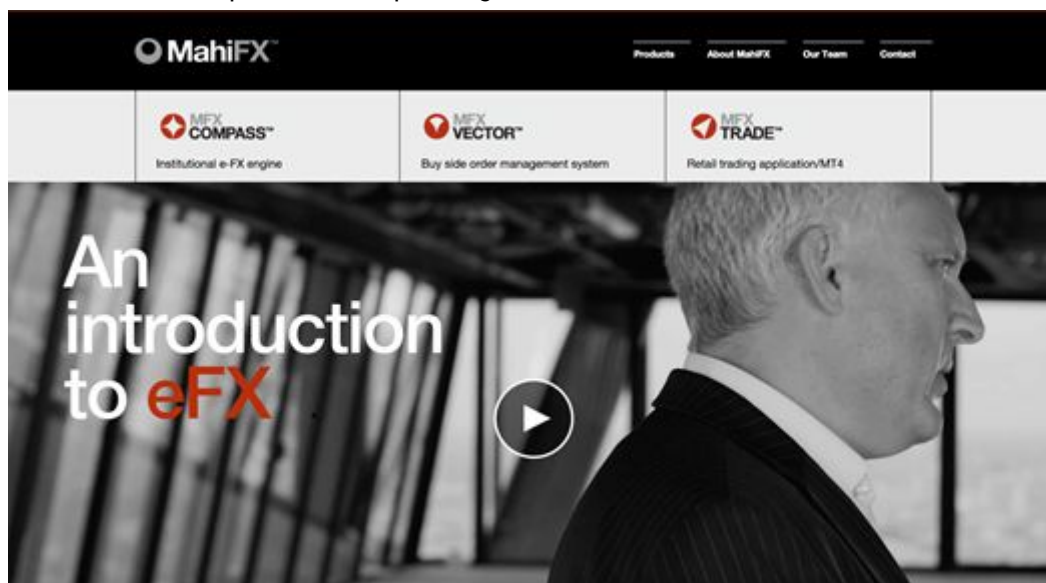
Sort og hvidt whitespace

Rød tekst skaber kontrast og fokus (similarity)

Symmetry

Står på samme måde, padding (layout)

Når man scroller tilpasser whitespace sig



## Rubins vase

Dobbeltsidet

Ser man ansigterne, bliver vaser til whitespace og omvendt

Good continuation



## Plakat Energi Viborg

Billedet leder fokus ned på indholdet

Hvidt og rødt whitespace

Den blå farve giver similarity

ASymmetry



## Simplicity

Individuelle komponenter

Hver for sig giver de ikke mening

Dog sætter vores hjerner komponenterne sammen så de giver mening



## Eksempler på simplicity

### Rubins vase

Tvetydige elementer bliver simple og komplette  
Mennesker og søjler



### Logo

Simple elementer hver for sig kontra nyt element i helhed

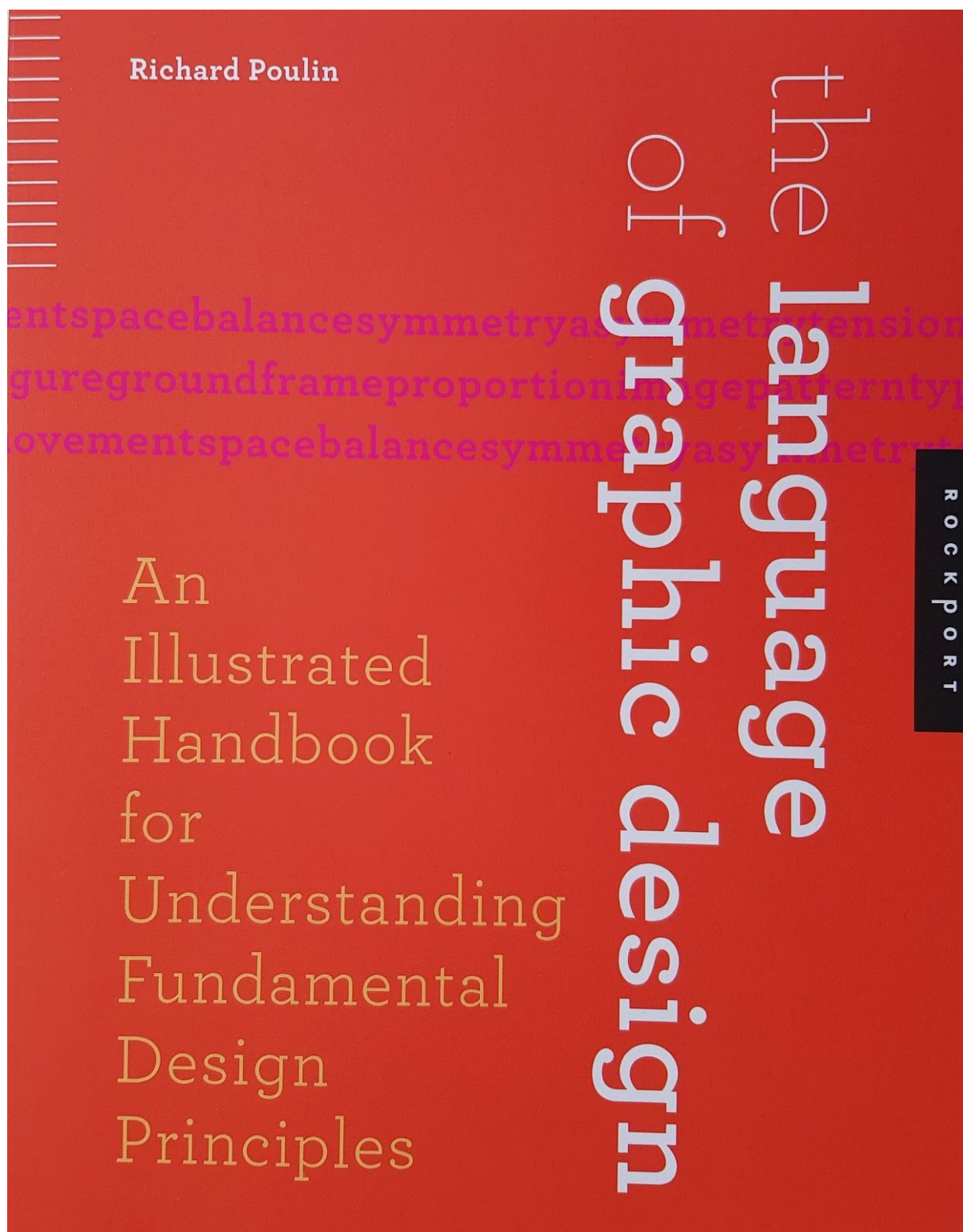


### Fodbold

Vi ser de sorte femkanter hver for sig  
Samlet bliver det til en fodbold  
Closure



# Figure/ground og Common fate billeder





it's all about colours & pixels.

**COLOURPIXEL.**

**here&there.**

**01 October '08**  
Folks, After a long hiatus, we have bloomed again...

This version is Fresh and ethnic, colorful and chic. Drop by and get drenched in color!

Your feedback is always appreciated...

**hello, I am Nag, a Designer from Hyderabad, India**

**good in web, print, identity, branding & user interface design.**

**contact.**

I have a holistic approach to creativity. My designs are analytical, expressive, curious and oft sensual.

Hyderabad, India is my Shangri-la and **available** for exciting work...

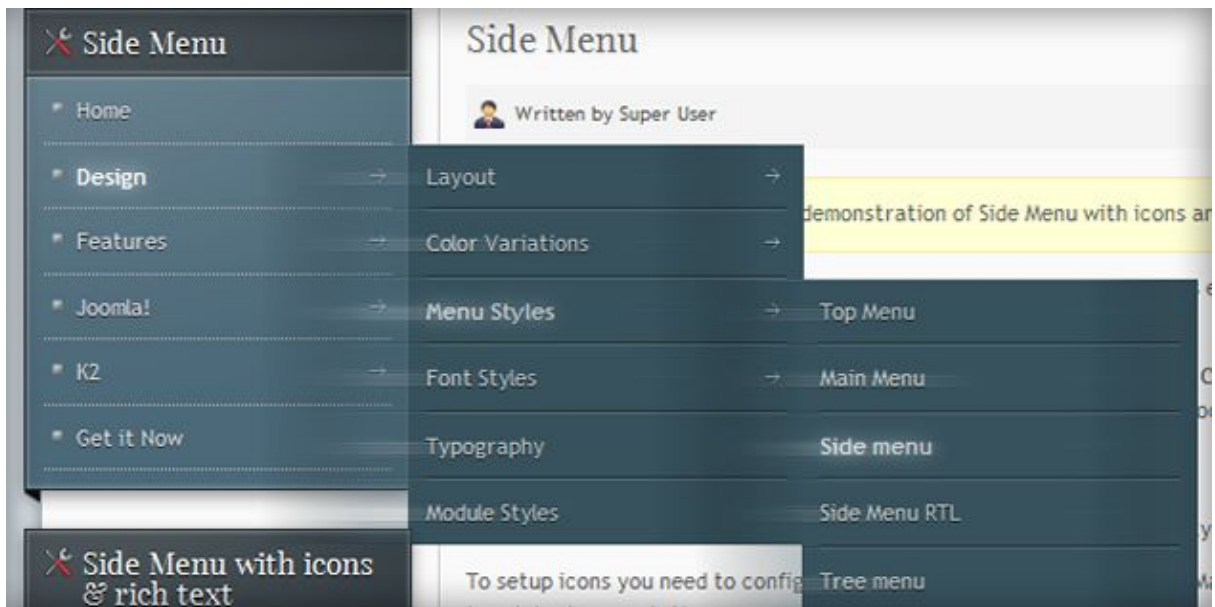
**email :**  
**nag@colourpixel.com**  
**colourpixel@gmail.com**

**offerings.**

- Web / Interactive Design & Development
- Online Marketing Materials
- Corporate Identity / Logo Design
- Branding & Advertising Solutions
- Print Communications (Fliers, Posters, Brochures, Collaterals, Environmental & Stalls)
- User Interface (UI) Design & Clickable Prototypes
- Corporate Presentations

**websites.**

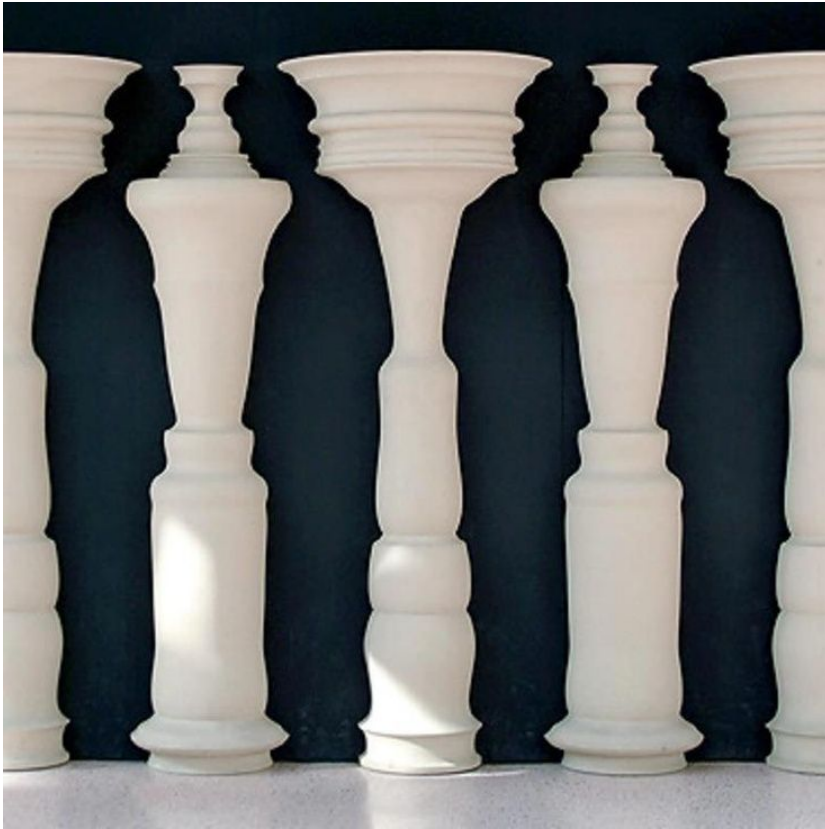








# Simplicity





## Whitespace

old site

about

MM

the mealings

We've been busy bees and generally up to no good.  
Our new site is coming soon but you can find out a  
little more about what we offer below.

HOP & GRAIN

MAKING YOUR OWN CIDER:


WHAT DO WE DO?

## CONTACT THE MEALINGS




We're based in Marrickville, Sydney but can work with you no matter where you are.  
We also work with agencies and can help expand your resource set.  
Email us for an estimate on your next project.



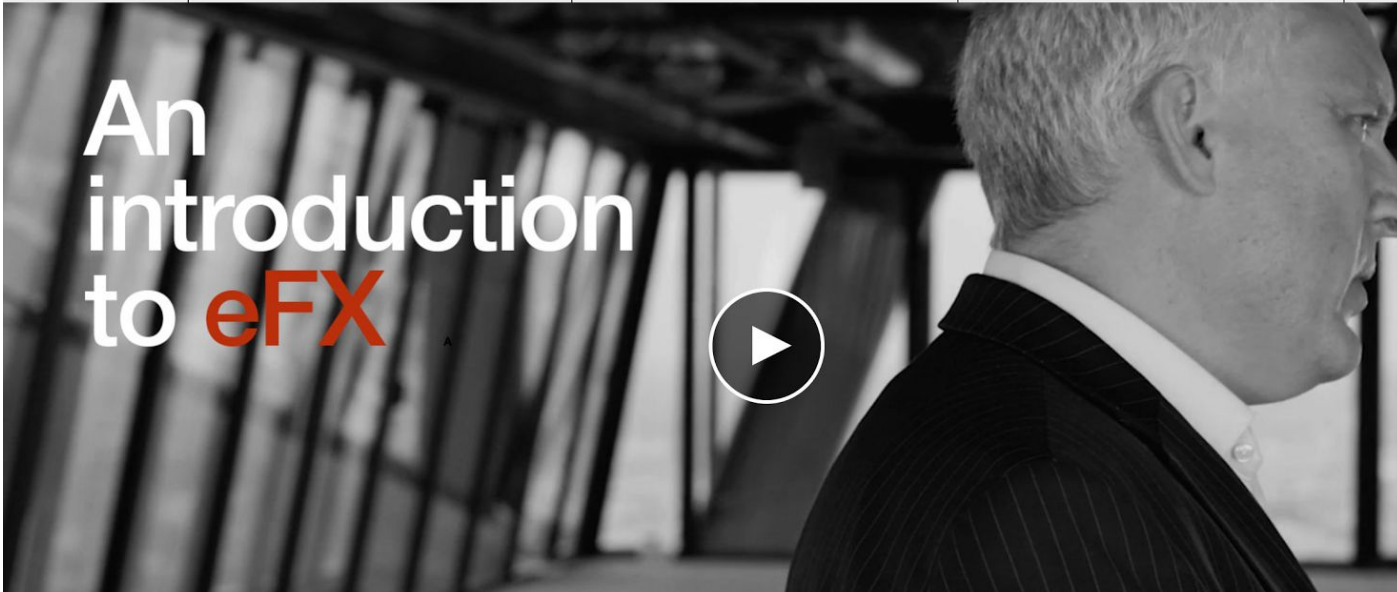

© The Mealings 2015. All rights reserved.

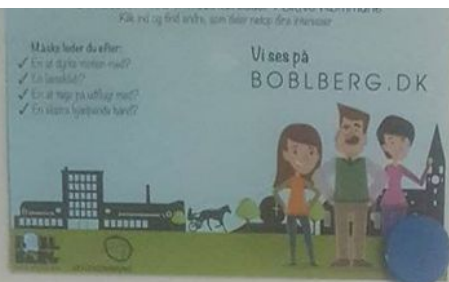


[Products](#)[About MahiFX](#)[Our Team](#)[Contact](#)

 Institutional e-FX engine	 Buy side order management system	 Retail trading application/MT4
--	---	---

An introduction to eFX





## ER DU PÅ ~~ROVEN~~? **SÅ** SÅ SKIFT TIL INTRO-EL, OG FÅ FLERE PENGE TIL ALT DET SJØVE

Med INTRO-EL får du:

- Gratis abonnement i 6 måneder
- God markedspris på din strøm
- Adgang til vores fordelsklub med attraktive rabataftaler

Du kan få INTRO-EL uanset hvor i Danmark, du bor.



VÆLG INTRO-EL PÅ [ENERGIVIBORG.DK](http://ENERGIVIBORG.DK)

Du får  
adgang til knap  
3.000 rabatter  
på produkter og  
oplevelser

**ENERGI  
VIBORG**

# Golden section

The golden section hedder på dansk den gyldne spiral, og ydermere er den kendt som the golden mean og det græske bogstav phi.

Den har altid eksisteret i naturen, men selve begrebet blev udviklet senere. Naturen er et væld af gyldne spiraler, og det gælder næsten alt fra stort til småt. Tag eksempelvis et sneglehus og forestil dig et tværsnit af dette. Her vil du se en spiral, hvor den yderstliggende linjes afstand hele tiden bevæger sig en anelse længere væk fra fokuspunktet, end før - altså et logaritmisk bevægelsesmønster.

Det gyldne snit har på sin vis en relevans for dette, for det gyldne snit er opbygget af fire gyldne spiraler, der har sit udspring i hvert sit hjørne.

Den gyldne spiral er i virkeligheden en matematisk formel baseret på Fibonacci-tallene, men den kan også bruges i forbindelse med opsætning af en komposition. Hvis man i en komposition benytter sig af den gyldne spiral i sin opsætning, så vil det give et behageligt og æstetisk velfungerende udtryk. Der er ingen standard for, hvordan den skal vende og dreje. Den kan vendes på hovedet eller placeres lodret alt efter, hvilken komposition den skal bruges til.

I forhold til webdesign kan det siges at være en figur for vores perception af et site. Typisk vil logoet hvile den gyldne spirals udspring, og så kommer det resterende indhold. Det betyder, at som afstanden til udspringet øges, jo mindre vigtigt vil indholdet være for os som brugere.

Den gyldne spiral kan derfor også relateres til gestaltloven, der beskriver forholdet mellem forgrund og baggrund. Baggrunden er placeret i de yderste led af den gyldne spiral, og forgrunden er placeret nær spiralens udspring. Det vil sige at det vigtige indhold er placeret tæt på startpunktet, mens baggrunden og fyldstoffet er placeret yderst i spiralen.

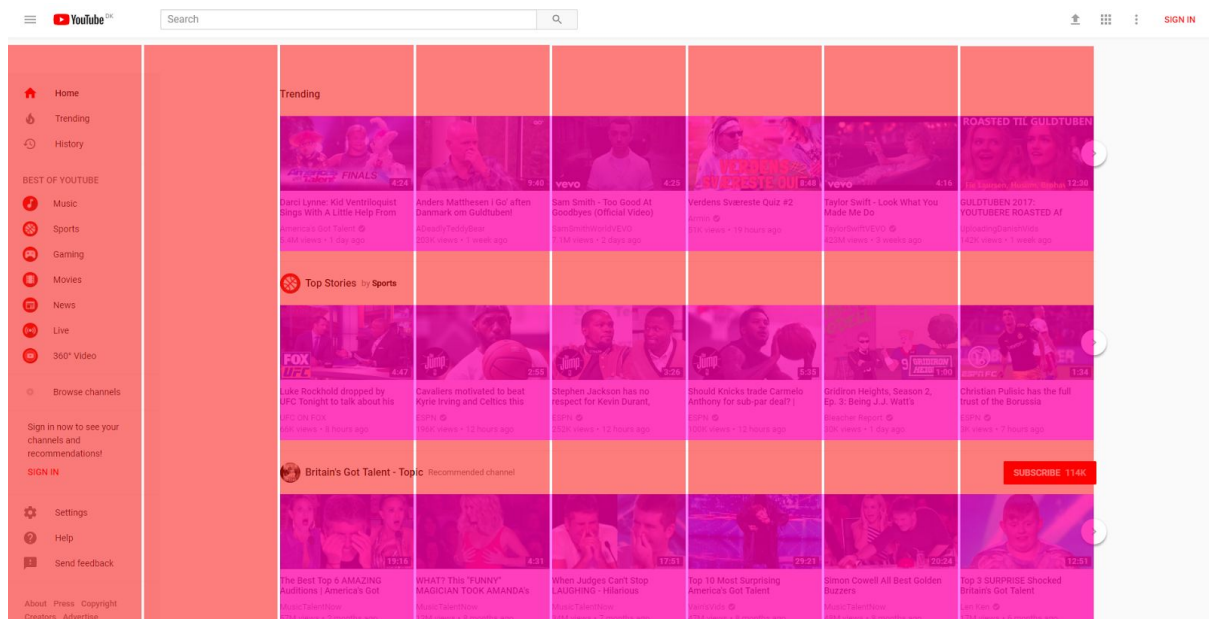


# Grid

Et grid er et usynligt gitter, der opdeler siden i forskellige sektioner, og det kan understøtte både vertikale og horisontale kolonner. Det gør siden mere overskuelig, og den fremstår ikke rodet. Et gitter er altså en form for strukturering af en hjemmeside. Hvis en hjemmeside ikke opsættes i et struktureret grid, så er der intet system for placeringen af de forskellige elementer, hvilket forringer brugervenligheden ganske meget. Det manglende system betyder, at eksempelvis overskrifter ikke har en fast placering, og desuden bliver det svært at danne et hurtigt overblik over sidens indhold.

Grid er tæt knyttet til gestaltlovene om nærhed og lighed. Nærhed og grid er knyttet gennem sektioner på en hjemmeside. Eksempelvis er Youtubes forside opsat i et gitter, hvor hver linje af videoer er en kategori for sig. Dog har de en overordnet overskrift, men opsætningen af videoforslagene er et tydeligt eksempel på, hvordan nærhed kommer til syne i en sektionsopdeling. Denne opsætning giver et let og hurtigt overblik over forsides indhold.

De visuelle elementer, der har nogenlunde identiske form, størrelse, farve og retning perciperes som en gruppe. På Youtube fremstår videoerne identiske med et kontinuerligt størrelsesforhold – altså at den firkantede form på videoerne er gennemgående for hele siden. Det gennemgående størrelsesforhold i et grid kombineret med farverne og ikonerne på venstre side giver en opfattelse af, at bestemte videoer fremstår grupperet.





o

