

Värit visuaalisessa suunnittelussa



Väreistä lyhyesti

Värit ovat paljon enemmän kuin pelkkiä silmää miellyttäviä sävyjä – ne ovat kieli itsessään. Visuaalisessa suunnittelussa, olipa kyseessä sitten juliste, verkkosivusto tai sovellus, värien valinta on avainasemassa. Mutta miksi värit ovat niin tärkeitä?

Värit voivat herättää tunteita, kertoa tarinoita ja tehdä informaatiosta helpommin ymmärrettävää. Punainen voi esimerkiksi viestiä vaarasta tai rakkaudesta, kun taas sininen voi rauhoittaa ja kuvastaa luottamusta. Värit voivat myös tehdä suunnittelusta selkeämmän auttamalla erottamaan eri elementtejä toisistaan.

Kun alat tutustua visuaaliseen suunnitteluun ja värien maailmaan, huomaat pian, että värivalinnoilla todellakin on väliä. Värit eivät ole vain sävyjä; ne ovat suunnittelun työkaluja, jotka viestivät merkityksiä.



Kummalta näytöltä on helpompaa löytää tietty sovellus?

Värioppi ja -teoria

Väri on visuaalisessa viestinnässä tärkeä työkalu, jonka käyttö on suhteellista: värit voivat vaikuttaa eri tavalla eri ihmisiin. Värejä voidaan tulkita monin eri tavoin, ja ne voivat myös harhauttaa katsojaa. On hyvä muistaa, että väri harvoin esiintyy yksinään, vaan se saa vaikutteita ja vivahteita ympäristöstään ja muista väreistä.

Taidemaalari Josef Albers (1888-1976) tutki taiteessaan värejä ja erityisesti niiden suhteellisia ominaisuuksia. Hän oli kiinnostunut siitä, miten yksi väri voi muuttaa toisen värin vaikutusta, vahvistaa sen voimaa tai jopa häivyttää toisen värin. Albersin mukaan väri ei ole täsmällinen ilmiö, vaan se vaikuttaa psykologisesti ihmisen mielialaan ja tunnelmiin.



Väri voi näyttäytyä monin eri tavoin, ja yksi väri voi näyttää kahdelta eri väriltä. Viereisen kuvan pienet neliöt ovat samanväriset, vaikka ihmisen silmille neliöt näyttävät eri värisiltä.

Värien opiskeluun ja ymmärtämiseen on olemassa erilaisia värioppeja ja -teorioita. Josef Albersin lisäksi esim. Johannes Ittenin väritutkielmat ovat erinomaisia lähtökohtia värien ymmärtämiselle ja niiden vaikutusten hahmottamiselle.

Väri voidaan määritellä silmään saapuvan valon aistittavaksi ominaisuudeksi. Näemme värit näkö- ja väriaistin avulla. Väri on myös fysikaalisten esineiden ja pintojen ominaisuus. Värien havaitseminen perustuu valon eri aallonpituuksien ja niiden voimakkuuksien vaikutukseen. On tärkeää muistaa, että värien havaitseminen edellyttää valoa, minkä vuoksi kaikki värit näyttävät häviävän hämärässä.

Väriopit ja -teoriat auttavat ymmärtämään värien ominaisuuksia ja niiden vuorovaikutusta. Esim. Isaac Newtonin spektriteoria perustuu siihen, että valo hajoaa prismassa eri väreiksi. Tämä näkökulma on pohjana monelle väriteorialle. Toisaalta Johann Goethen pigmenttiteoria keskittyy siihen, miten värit syntyvät pigmenttien absorboiman valon seurauksena. Värien psykologia tutkii, miten eri värit vaikuttavat ihmisten tunteisiin ja mielentiloihin. Näiden tietojen hyödyntäminen auttaasuunnittelijaa luomaan haluttua tunnelmaa.

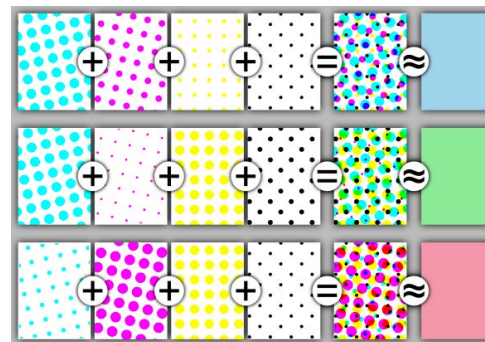
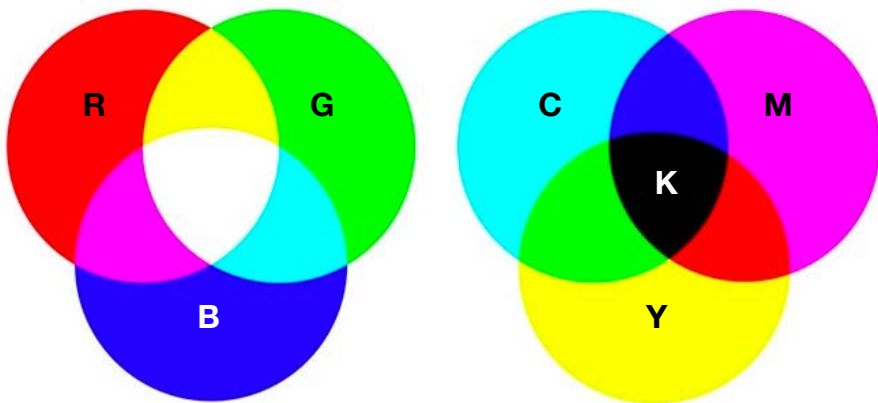
Värijärjestelmät visuaalisessa viestinnässä

Visuaalisen viestinnän suunnittelussa käytetään erilaisia värijärjestelmiä, joilla voidaan luoda erilaisia värejä ja sävyjä. Yksi tällainen järjestelmä on **harmaasävy**-värijärjestelmä, jota käytetään harmaasävykuvissa. Harmaasävykuvien värisyvyys on yleensä 8 bittiä, mikä tarkoittaa, että jokainen kuvan pikseli kuvataan luvulla 0-255. Numero 0 edustaa skaalalla mustaa ja 255 valkoista väriä.

Toinen värijärjestelmä on **RGB**-värijärjestelmä, jossa värit muodostetaan sekoittamalla punaista (red), vihreää (green) ja sinistä (blue) valoa. Tämä järjestelmä on yleisesti käytössä tietokoneen näytöissä, televisioissa ja puhelimissa. Kun näytöllä yhdistetään punaista, vihreää ja sinistä valoa eri voimakkuuksilla, saadaan aikaan erilaisia värejä.

CMYK-värijärjestelmä puolestaan on tarkoitettu painotuotteita varten. CMYK tulee sanoista Cyan (syaani), Magenta (magenta), Yellow (keltainen) ja Key (avainväri eli musta). Neliväripainossa nämä neljä väriä painetaan paperille erikseen, ja niiden voimakkuutta säädellään rasteripisteillä. CMYK-värijärjestelmässä värejä käytetään subtraktiivisella tavalla, eli ne estävät osaa valosta heijastumasta silmään. Näin voidaan luoda erilaisia tummempia sävyjä.

Pantone on vakio painoteollisuudessa värijärjestelmä. Pantone-värejä sekoitetaan ennen painamista erivärisistä musteista, jolloin saadaan aina tarkalleen haluttu väri. Järjestelmä mahdollistaa laajan värintoiston ja varman lopputuloksen painotuotteissa.



CMYK-värit koostuvat rasteripisteistä.



Pantonen väriviuhka mahdollistaa oikean sävyn valinnan.

Värit kulttuurissa

Värien merkitys vaihtelee kulttuurista toiseen. Jokaisella kulttuurilla on omat symboliset merkityksensä ja mieltymyksensä väreihin. Esimerkiksi punainen symboloi useimmiten onnea ja juhlallisuutta Kiinassa, kun taas se merkitsee vaaraa ja kieltoja länsimaissa. Värien kulttuurinen konteksti on tärkeää ottaa huomioon visuaalisessa viestinnässä, varsinkin jos tavoitellaan kansainvälistä yleisöä. Värien valinta voi olla eräänlainen visuaalinen koodi, joka viestii kulttuurisesti ymmärrettäviä merkityksiä.



Punainen tuli, veri

Positiivinen:

- intohimo, rakkaus,
energia, voima, innostus

Negatiivinen:

- viha, taistelu,
raakuus

Eri kulttuureissa:

- länsimaat: vaara, rakkaus, intohimo
- osassa Aasiaa: onni, juhla, avioliitto
- Etelä-Afrikka: sureminen

Keltainen aurinko, valo

Positiivinen:

- optimismi, ilo,
idealismi, luovuus

Negatiivinen:

- kateus, petos,
vaara

Eri kulttuureissa:

- länsimaat: onnellisuus, lämpö
- Egypti: sureminen
- Japani: rohkeus

Sininen meri, taivas

Positiivinen:

- rauhallisuus, lojaalius,
oikeus, tietoisuus

Negatiivinen:

- kylmyys, masennus

Eri kulttuureissa:

- ympäri maailmaa: monen yrityksen väri
- monessa maassa: maskuulisuus
- Kiina: pienten tyttöjen väri

Länsimaissa vihreä heijastaa luonnon rauhaa ja uudistumista, kun taas islamissa se on yhdistetty paratiisiin. Violetti, länsimaissa yhdistetty ylellisyyteen, kantaa taas Thaimaassa mukanaan surun sävyjä. Intiassa oranssi säteilee pyhyyden tunnetta, kun se lännessä herättää ajatuksia energiasta ja ilosta. Värien kulttuuriset vivahteet ovat keskeisiä ymmärrettäessä ja kommunikoidessa eri yleisöille, sillä ne voivat kantaa mukanaan syvällisiä merkityksiä.



Vihreä

kasvit, luonto

Positiivinen:

- kasvu, raha, menestys,
harmonia, nuoruus

Negatiivinen:

- kateus, myrkky,
pahoinvointi

Eri kulttuureissa:

- länsimaat: toivo ja luonto, irlannin identiteetti
- islam: paratiisi ja profeetta muhammad
- Kiina: kevät ja kasvu, mutta myös petos

Violetti

kuninkaallinen,
henkisyys

Positiivinen:

- luksus, viisaus,
varakkuus, mystisyys

Negatiivinen:

- hulluus, julmuus,
kohtuuttomuus

Eri kulttuureissa:

- länsimaat: kuninkaallisuus ja vauraus
- Thaimaa: suru ja hautajaiset
- Etelä-Amerikka: paasto ja katumus

Oranssi

syksy,
energinen

Positiivinen:

- luovuus, energia,
terveys, aktiivinen

Negatiivinen:

- karheus, meluisuus

Eri kulttuureissa:

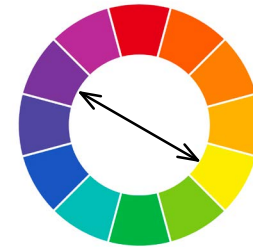
- Intia: pyhyys ja hurskaus
- länsimaat: ilo ja luovuus
- buddhalaisuus: yksinkertaisuus

Väriyhdistelmät

Väriyhdistelmät ovat tärkeitä visuaalisessa suunnittelussa, sillä ne vaikuttavat suunnitelman tasapainoon, kontrastiin ja visuaaliseen kiinnostavuuteen.

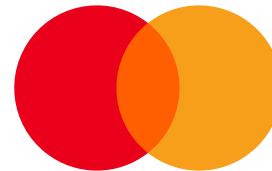
1. Komplementtivärit (vastavärit)

Tämä tarkoittaa kahta väriä, jotka sijaitsevat suoraan toistensa vastakkaisilla puolilla väriympyrää. Esim. violetti ja keltainen. Los Angeles Lakersin logossa keltainen on hieman sävytetty, jotta lopputulos on harmoninen eikä turhan silmiinpistävä.



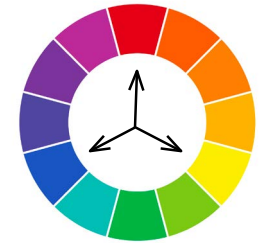
2. Analogiset värit (lähivärit)

Tämä tarkoittaa väriyhdistelmää, jossa käytetään värejä, jotka sijaitsevat lähellä toisiaan väriympyrässä, esim. punainen ja oranssi. Mastercardin logo on hyvin pelkistetty, koska se on jo pitkään tunnettu edellisissä logoversioissa kahdesta päällekkäisestä ympyröistä. Ympyrät symboloivat yhtenäisyyttä ja värit kasvua, energiaa ja liikettä.



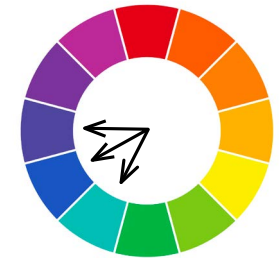
3. Triadisetsi värit

Tämä tarkoittaa kolmea väriä, jotka sijaitsevat tasavälisesti toisistaan väriympyrällä. Esim. punainen, keltainen ja sininen. Tiden logon tausta symboloi maalitaulua, koska halutaan verrata tämän pesuaineen osuvan täydellisesti kohteeseen eli tahraan.



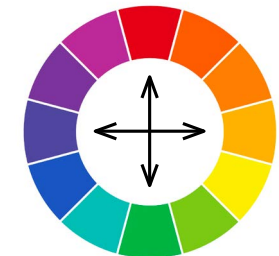
4. Monokromaattiset värit

Tämä tarkoittaa yhtä pääväriä eri sävyissä, esim. tumman-sininen ja vaaleansininen. Paypalin logossa on käytetty kahta eri sinisen sävyä sekä kahden P-kirjaimen päällekkäisyyden luomaa kolmatta sävyä. Sinisen sävyillä Paypal haluaa viestiä turvallisuudesta, luottamuksesta ja tasapainosta.



5. Tetradisetsi värit

Tämä tarkoittaa neljää eri väriä, jotka muodostavat kaksi komplementtiväriparia. Esim. sininen, keltainen, punainen ja vihreä. Googlen logossa sininen edustaa virallisuutta, keltainen luovuutta, punainen innostavuutta ja vihreä kasvua.



Kuinka luoda toimivia väriyhdistelmiä?

Luodakseen toimivia väriyhdistelmiä täytyy ottaa huomioon kolme asiaa. Värisävy, värin kylläisyys ja valööri.

Värisävy (eng. hue) Kun valitset värejä suunnittelussa, värisävyllä on suuri merkitys. Eri värisävyt voivat luoda monenlaisia tunnelmia ja vaikuttaa siihen, miltä suunnitelma tuntuu ja näyttää. Voit valita värisävyjä, jotka sopivat yhteen tai jotka luovat kontrastia, jotta suunnitelmasi erottuu ja herättää huomiota.

Kylläisyys (eng. saturation) tarkoittaa värin voimakkuutta tai puhtautta. Se kuvaa, kuinka vahvasti väri näkyy. Värit voivat olla todella voimakkaita ja kirkkaita tai ne voivat olla vaaleampia ja himmeämpiä. Kylläisyyttä säätämällä voit luoda erilaista tunnelmaa suunnitelmaasi. Todella kylläiset värit voivat herättää huomiota ja luoda energistä tunnelmaa, kun taas himmeämmät värit voivat luoda rauhallisemman ja hienostuneemman ilmeen.

Valööri (eng. value) tarkoittaa värin kirkkautta tai tummuutta. Se kuvaa, kuinka vaalea tai tumma väri on. Säätämällä valööriä voit vaikuttaa suunnitelmasi kontrastiin ja syvyyteen. Kirkkaat värit erottuvat helposti, kun taas tummemmat värit luovat varjoja ja syvyyttä. Oikeanlaisella kontrastilla voit korostaa tärkeitä elementtejä suunnitelmassasi ja varmistaa, että tekstit ovat helposti luettavissa.



Värien vaikutus luettavuuteen

Värien vaikutus luettavuuteen on tärkeä asia visuaalisessa suunnittelussa, erityisesti tekstien ja taustojen värien valinnassa. Alla on muutamia huomioitavia seikkoja, kun suunnittelet tekstien luettavuutta värien avulla:

Kontrasti

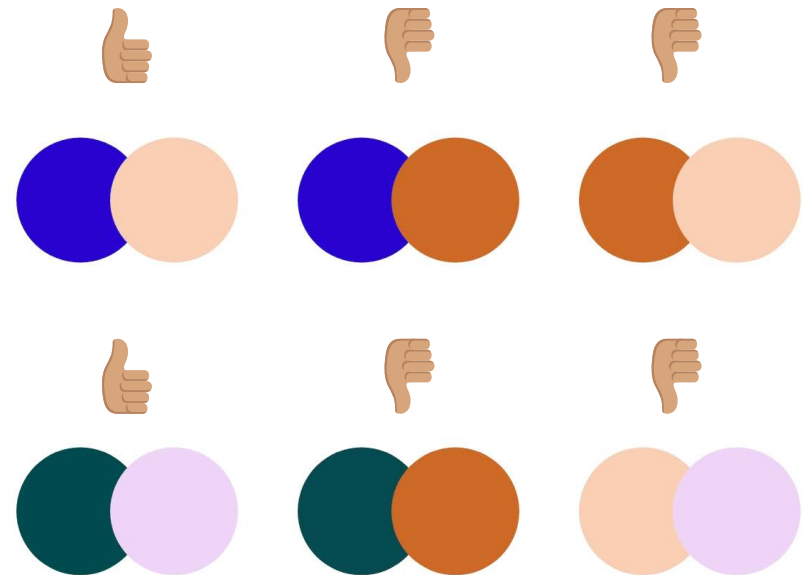
Hyvä kontrasti tekstin ja taustan välillä on välttämätöntä, jotta teksti erottuu selkeästi. Kontrasti tarkoittaa valon ja tummuuden eroa kahden värin välillä. Yleinen suositus on käyttää tummaa tekstiä vaalealla taustalla tai päinvastoin. Esimerkiksi musta teksti valkoisella taustalla on yleisesti helppolukuinen.

Värin kylläisyys

Liian voimakkaat tai kylläiset värit voivat olla vaikeasti luettavia, varsinkin pitkissä teksteissä. Voimakkaan kylläiset värit voivat aiheuttaa silmien raskautusta ja tehdä tekstin erottamisen vaikeaksi. Suosi maltillisia ja pehmeitä värejä taustalla, jotta ne eivät kilpaile liikaa tekstin kanssa.

Korostaminen

Jos haluat korostaa tai esimerkiksi alleviivata tiettyjä sanoja tai lauseita, voit käyttää eriväristä tekstiä. Varmista kuitenkin, että korostusväri erottuu riittävästi muista tekstiväreistä ja että se on edelleen luettavissa. Korosta sanoja tai lauseita kuitenkin maltilla, liian monen kohdan korostaminen voi tuottaa myös epäselvyyttä.



Kahden sävyn välillä pitää olla tarpeeksi kontrastia, jotta ne näkyvät selvästi erillisinä. Vasemman laidan väriparit ovat hyviä ja luettavia. Keskeltä ja oikealta löytyvät väriparit eivät vastaa AAA-tason saavutettavuuskriteereitä. Lisää tasoista ja kriteereistä [täältä](#).



Lisää tietoa aiheesta

Nettisivuja:

Laajasti tietoa visuaalisesta suunnittelusta selkeässä ja napakassa muodossa (suomeksi)

<https://www.graafinen.com/suunnittelu>

Tietoa väreistä, kuinka käyttää ja minkä kanssa, merkityksestä (englanniksi)

<https://www.canva.com/colors/color-meanings/>

Tietoa väreistä (suomeksi)

<https://www.coloria.net/index.htm>

Videoita:

Graafisen suunnittelun perusteet: väri (englanniksi)

https://www.youtube.com/watch?v=2LLXnUdUlc&ab_channel=GCFLearnFree

Väriteoria (englanniksi)

https://www.youtube.com/watch?v=Yel6Wqn4I78&t=229s&ab_channel=SarahRenaeClark

Pelejä liittyen visuaaliseen suunnitteluun:

<https://digitalsynopsis.com/design/games-for-graphic-designers/>

Kuvien lähteet

Kansi: www.unsplash.com

Sivu 1: <https://unsplash.com/photos/LPWI2pEVGKc>

Sivu 2: <https://www.themarginalian.org/2013/08/16/interaction-of-color-josef-albers-50th-anniversary/>

Sivu 3: kuva 1: <https://www.canon.com.cy/pro/infobank/rgb-and-cmyk/> kuva 2: <https://en.wikipedia.org/wiki/Halftone> kuva 3: <https://www.printmag.com/color-design/pantone-most-popular-colors-next-decade/>

Sivu 4 ja 5: Kuvat: www.unsplash.com, kollaasit: Anniina Lensu

Sivu 6 ja 7: kuva 1: https://en.wikipedia.org/wiki/Los_Angeles_Lakers kuva 2: <https://www.mastercard.com/brandcenter/en/download-artwork> kuva 3: <https://1000logos.net/tide-logo/> kuva 4: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:PayPal.svg> kuva 5: <https://1000logos.net/google-logo/>

Sivu 8 : <https://edu.gcfglobal.org/en/beginning-graphic-design/color/1/>

Sivu 9: <https://www.kar huhelsinki.fi/blogi/varilla-on-valia-etenkin-saavutettavuuden-kannalta/>

Kuvistuubi.fi – visuaalinen suunnittelu

Kuvistuubi.fi-sivusto on luotu osana lukion kuvataiteen valtakunnallista kehittämistehtävää. Sommittelu ja taitto visuaalisessa suunnittelussa materiaalit on luonut yhdessä Savonlinnan Taidelukion ja Grafia ry:n kanssa visuaalinen suunnittelija Anniina Lensu (Muotoilija AMK). Opetusmateriaalin kehittämiseen osallistuivat lisäksi asiantuntijaopettajat Katriina Kaija ja Seija Tikka Savonlinnan Taidelukiodista. Opetusmateriaalia on pilotoitu Savonlinnan Taidelukiossa 2023.

Pilotointia ohjaava opettaja: kuvataiteen lehtori Seija Tikka (TaM)

Pilotoinnissa mukana olleet Savonlinnan Taidelukion opiskelijat:
Keesia Anttila, Eli Hintsanen, Henna Huuha, Silja Hämäläinen,
Valdo Kananen, Iisa Laine, Pulmu Puukko, Arin Peräniemi,
Anna Pulkkinen, Lotta Siltakoski, Elli Vänskä