

Kuvistuubi

Färger i visuell design



Kort om färger

Färger är mycket mer än bara nyanser som är trevliga att titta på – de är ett språk i sig. Inom visuell design spelar färgvalet en nyckelroll, oavsett om det gäller en affisch, en webbplats eller en app.

Men varför är färger så viktiga? Färger kan väcka känslor, berätta historier och göra information lättare att förstå. Rött kan till exempel signalera fara eller kärlek, medan blått kan lugna och förmedla förtroende.

Färger kan också göra en design tydligare genom att hjälpa till att skilja olika element från varandra. När du börjar bekanta dig med visuell design och färgernas värld märker du snart att färgval verkligen spelar en roll. Färger är inte bara nyanser – de är designverktyg som kommunicerar betydelser.



På vilken av skärmarna är det lättare att hitta en bestämd app?

Färglära och färgteori

Färg är ett viktigt verktyg i visuell kommunikation, och användningen av färger varierar beroende på sammanhang eftersom färger kan påverka olika människor på olika sätt. Färger kan tolkas på många sätt, och de kan också leda betraktaren vilse. Det är bra att komma ihåg att en färg sällan förekommer ensam. Den påverkas av omgivningen och av andra färger.

Konstnären Josef Albers (1888–1976) studerade färger i sin konst, särskilt färgernas relativa egenskaper. Han var intresserad av hur en färg kan förändra intrycket av en annan färg, förstärka färgens styrka eller till och med få den att försvinna. Enligt Albers är färg inte ett exakt fenomen utan något som psykologiskt påverkar människors sinnesstämning och känslor.

Det finns olika färgläror och färgteorier för att studera och förstå färger. Förutom Albers är t.ex. Johannes Ittens färgstudier utmärkta utgångspunkter för att förstå färg och uppfatta dess verkan.



Färg kan definieras som en visuell egenskap hos ljus som kommer in i ögat. Vi ser färger med hjälp av vår syn och vårt färgseende. Färg är också en egenskap hos fysiska föremål och ytor. Vårt färgseende bygger på ljusets olika våglängder och deras intensitet. Det är viktigt att komma ihåg att färgseende kräver ljus – därför verkar alla färger försvinna i mörker.

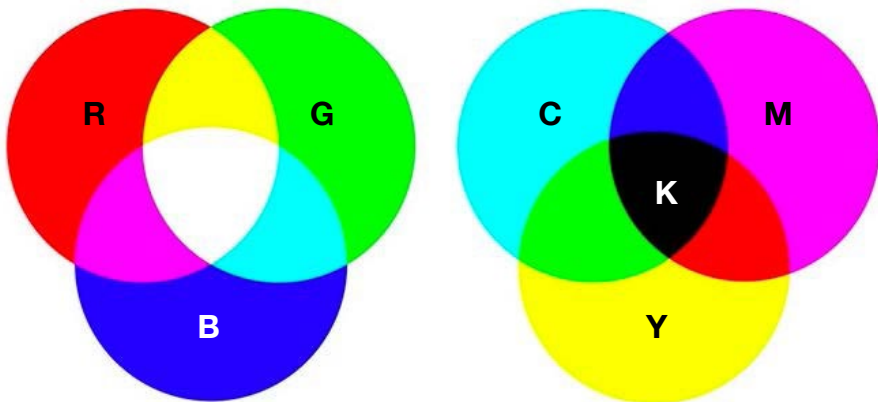
Färgläror och färgteorier hjälper oss att förstå färgers egenskaper och växelverkan. Till exempel Isaac Newtons spektralteori bygger på att ljuset bryts i ett prisma och delas upp i olika färger. Den här tanken är grunden för många färgteorier.

Å andra sidan fokuserar Johann Goethes pigmentteori på hur färger uppstår när pigment absorberar ljus. Färgpsykologin undersöker hur olika färger påverkar människors känslor och sinnesstämningar. Den här kunskapen hjälper designern att skapa önskad stämning. Färg kan framträda på många olika sätt, och en och samma färg kan upplevas som två olika färger. I bilden intill har de små kvadraterna i mitten exakt samma färg, även om de ser olika ut i våra ögon.

Färgsystem i visuell kommunikation

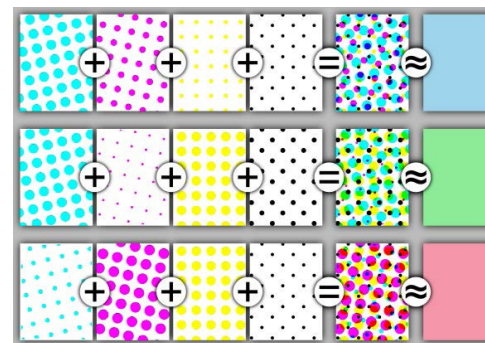
CMYK-färgsystemet är avsett för trycksaker. CMYK står för Cyan (blå-grön), Magenta (rödviolett), Yellow (gul) och Key (nyckelfärg, det vill säga svart). Vid fyrfärgstryck trycks dessa fyra färger separat på papper, och deras intensitet styrs med rasterpunkter. I CMYK används färger på ett subtraktivt sätt, vilket betyder att de blockerar delar av ljuset från att reflekteras tillbaka till ögat.

På så sätt kan man skapa mörkare nyanser av olika slag. Pantone är ett standardiserat färgsystem inom tryckeriindustrin. Pantonefärger blandas före tryckning av färgade tryckfärger, vilket gör att man alltid får exakt den önskade nyansen. Systemet möjliggör ett brett färgspektrum och ett pålitligt resultat i trycksaker. Inom visuell kommunikation används olika färgsystem för att skapa olika färger och nyanser. Ett sådant system är gråskalefärgsystemet, som används i gråskalebilder.



Gråskalebilder har vanligtvis ett färgdjup på 8 bitar, vilket innebär att varje pixel representeras med ett värde mellan 0 och 255. Siffran 0 motsvarar svart på skalan, och 255 motsvarar vitt.

Ett annat färgsystem är RGB-systemet, där färger skapas genom att blanda rött (red), grönt (green) och blått (blue) ljus. Det här systemet används i dator- och mobilskärmar samt i tv-apparater. När rött, grönt och blått ljus kombineras med olika intensitet på en skärm uppstår olika färger.



CMYK-färgerna består av rasterpunkter.



Pantone-färgskalan gör det möjligt att välja exakt rätt nyans.

Färger i kulturen

Färgernas betydelse varierar mellan olika kulturer. Varje kultur har sina egna symboliska betydelser och preferenser när det gäller färger. Till exempel rött symboliserar ofta lycka och festlighet i Kina, medan det förknippas med fara och förbud i västländerna. Det är viktigt att ta hänsyn till färgernas kulturella kontext inom visuell kommunikation – särskilt om målgruppen är internationell. Färgvalet kan fungera som en visuell kod som förmedlar betydelser som är kulturellt begripliga.



I väst förknippas grönt med naturens ro och förnyelse, medan det inom islam är kopplat till paradiset. Lila symboliserar ofta lyx i västländerna, men uttrycker sorg i Thailand. I Indien förmedlar orange en känsla av helighet, medan färgen i väst väcker associationer till energi och glädje. Färgernas kulturella nyanser är centrala när man vill förstå och kommunicera med olika målgrupper, eftersom de kan bära på djupgående betydelser.



Grönt

växter, naturen

Positivt:
tillväxt, pengar, framgång,
harmoni, ungdom

Negativt:
avundsjuka, gift,
illamående

I olika kulturer:

- västländerna: hopp och natur, Irlands identitet
- islam: paradiset och profeten Muhammed
- Kina: vår och tillväxt, men också svek

Violett

kunglighet, andlighet

Positivt:
lyx, vishet, förmögenhet,
mystik

Negativt:
galenskap, grymhet,
orimlighet

I olika kulturer:

- västländerna: kunglighet, förmögenhet
- Thailand, sorg och begravning
- Sydamerika: fasta och ånger

Orange

höst, energi

Positivt:
kreativitet, energi, hälsa,
aktivitet

Negativt:
grovhet, buller

I olika kulturer:

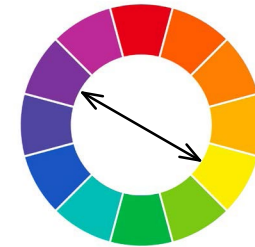
- Indien: helighet och fromhet
- västländerna: glädje och kreativitet
- buddhismen: enkelhet

Färgkombinationer

Färgkombinationer är viktiga inom visuell design, eftersom de påverkar designens balans, kontrast och den visuella intresse.

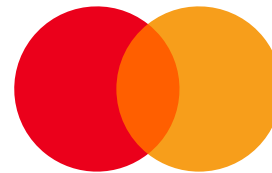
1. Komplementfärger (motsatsfärger)

Komplementfärger är två färger som ligger mittemot varandra i färgcirkeln. Till exempel lila och gult. I Los Angeles Lakers logotyp är det gula lätt nyanserat för att helhetsintrycket ska bli harmoniskt och inte alltför skarpt.



2. Analogå färger (närliggande färger)

Det här är en färgkombination där man använder färger som ligger nära varandra i färgcirkeln, till exempel rött och orange. Mastercard's logotyp är mycket avskalad, eftersom de två överlappande cirkeln varit kända redan från tidigare versioner. Cirkeln symboliserar enhet, och färgerna står för tillväxt, energi och rörelse.



3. Triadiska färger

Triadiska färger är tre färger som ligger jämnt fördelade i färgcirkeln. Till exempel rött, gult och blått. Bakgrunden i Tides logotyp symboliserar en måltavla, eftersom man vill likna rengöringsmedlets effekt vid en träff mitt i prick – alltså direkt på fläcken.



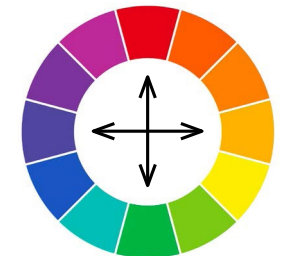
4. Monokromatiska färger

Med monokromatisk färg avses en enda huvudfärg i olika nyanser, till exempel mörkblått och ljusblått. I Paypals logotyp används två olika blå nyanser, samt en tredje som uppstår genom överlappningen mellan de två P:na. Med blå nyanser vill Paypal förmedla en känsla av trygghet, förtroende och balans.



5. Tetradiska färger

Tetradiska färger är fyra olika färger som bildar två komplementfärgpar. Till exempel blått, gult, rött och grönt. I Googles logotyp står blått för det officiella, gult för kreativitet, rött för entusiasm och grönt för tillväxt.



Så här skapar du fungerande färgkombinationer

För att skapa fungerande färgkombinationer behöver man ta hänsyn till tre faktorer: *nyans, mättnad och valör*.

Kulörton (eng. hue) När du väljer färger i design har nyansen stor betydelse. Olika nyanser kan skapa olika stämningar och påverka hur designen känns och ser ut. Du kan välja nyanser som harmonierar med varandra eller som skapar kontrast, för att din design ska sticka ut och väcka uppmärksamhet.

Mättnad (eng. saturation) Mättnad beskriver färgens intensitet eller renhet. Den visar hur starkt färgen framträder. Färger kan vara mycket klara och starka, eller mer bleka och dämpade. Genom att justera mättnaden kan du skapa olika stämningar i din design. Mycket mättade färger kan dra till sig uppmärksamhet och skapa en energisk känsla, medan dämpade färger kan ge ett lugnare och mer sofistikerat intryck.

Valör (eng. value) Valör syftar på färgens ljushet eller mörkhet – hur ljus eller mörk en färg är. Genom att justera valören kan du påverka kontrasten och djupet i din design. Ljusa färger syns tydligt, medan mörkare färger skapar skuggor och djup. Med rätt kontrast kan du framhäva viktiga element i din design och se till att texten är lätt att läsa.



Färgerna påverkar läsbarheten

Färgernas inverkan på läsbarheten är en viktig aspekt inom visuell design, särskilt när det gäller att välja färger för text och bakgrund. Här är några saker att tänka på när du planerar textens läsbarhet med hjälp av färger:

Kontrast

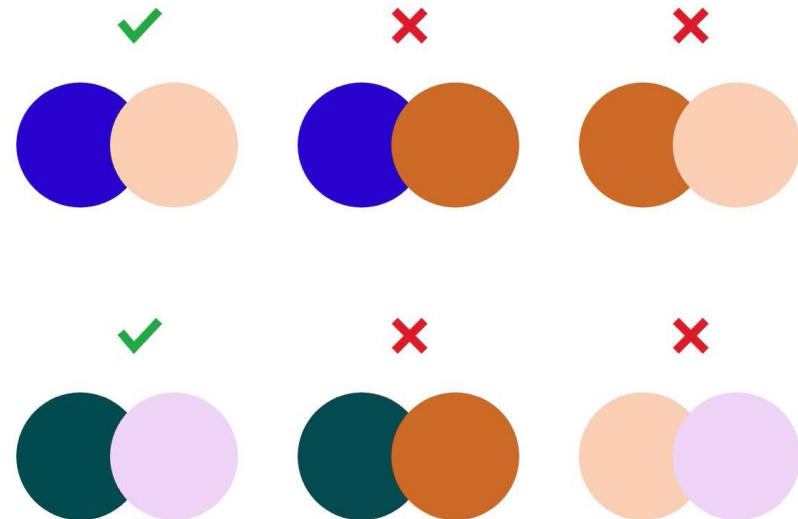
Det är viktigt att ha en god kontrast mellan texten och bakgrunden för att texten ska vara tydligt läsbar. Med kontrast avses skillnaden i ljushet mellan två färger. En vanlig rekommendation är att använda mörk text på ljus bakgrund – eller tvärtom. Svart text på en vit bakgrund är i allmänhet lätt att läsa.

Färgmättnad

Alltför starka eller mättade färger kan vara svåra att läsa, särskilt i längre texter. Mycket mättade färger kan anstränga ögonen och göra det svårt att urskilja texten. Använd hellre mjuka och dämpade färger i bakgrunden, så att de inte konkurrerar med texten.

Framhävnning

Om du vill betona eller till exempel understryka vissa ord eller meningar, kan du använda en annan färg för dessa. Se till att den färg du väljer för att framhäva verkligen skiljer sig tillräckligt från den övriga texten och fortfarande är lätt att läsa. Använd markeringar av ord eller meningar med måtta. Alltför många framhävda delar kan också skapa förvirring.



Det ska finnas tillräcklig kontrast mellan två nyanser för att de tydligt ska framstå som separata. Färgparen till vänster är bra och läsbara. Färgparen i mitten och till höger uppfyller inte tillgänglighetskraven på AAA-nivå.

**BRA
KONTRAST**

**SVAG
KONTRAST**

Mer om ämnet

Webbplatser:

Rikligt med information om visuell design i kompakt form (på finska)

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

Information om färger, hur använda färger och tillsammans med vilka element, och färgernas betydelse (på engelska) <https://www.canva.com/colors/color-meanings/>

Information om färger (på finska) <https://www.coloria.net/index.htm>

Videor:

Grunderna i grafisk design: färg (på engelska)

https://www.youtube.com/watch?v=_2LLXnUdUic&ab_channel=GCFLearnFree

Färgteori (på engelska)

https://www.youtube.com/watch?v=YeI6Wqn4I78&t=229s&ab_channel=SarahRenaClark

Spel som anknyter till visuell design:

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

Bildkällor

Omslag: www.unsplash.com

Sidan 1: <https://unsplash.com/photos/LPWl2pEVGKc>

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

Sidan 3: Bild 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/>

Sidan 4 ja 5: Bilder: www.unsplash.com, kollaasit: Anniina Lensu

Sidan 6 ja 7: Bild 1: https://en.wikipedia.org/wiki/Los_Angeles_Lakers kuva 2: <https://www.mastercard.com/brandcenter/en/download-artwork> kuva 3: <https://100ologos.net/tide-logo/> kuva 4: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:PayPal.svg>

kuva 5: <https://100ologos.net/google-logo/>

kuva 5: <https://100ologos.net/google-logo/>

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

Sidan 9: <https://www.karhuhelsinki.fi/blogi/varilla-on-valia-etenkin-saavutettavuuden-kannalta/>

Webbplatsen Kuvistuubi.fi har skapats som en del av den riksomfattande utvecklingsuppgiften för bildkonst i gymnasiet. Materialen i helheten Komposition och layout i visuell design har tagits fram av den visuella formgivaren Anniina Lensu (Formgivare YH) i samarbete med Savonlinnan Taidelukio och Grafia rf. Sakkunniglärarna Katriina Kaija och Seija Tikka från Savonlinnan Taidelukio har också deltagit i utvecklingen av läromaterialet.

Läromaterialet testades vid Savonlinnan Taidelukio 2023. Handleddande lärare vid testanvändningen: lektor i bildkonst Seija Tikka (Konstmagister) I testanvändningen deltog följande studerande vid Savonlinnan Taidelukio: Keesia Anttila, Eli Hintsanen, Henna Huuha, Silja Hämäläinen, Valdo Kananen, Iisa Laine, Pulmu Puukko, Arin Peräniemi, Anna Pulkkinen, Lotta Siltakoski, Elli Vänskä.

Materialet har översatts av Leif Pietilä / Käännös-Aazet Oy. Korrektur Joel Gräfnings. Översättningen har beställts och utgivits av Stoff – Riksomfattande utvecklingsuppgiften i bildkonst.

