

# Uppgift 1 – Fram med känslorna!

## 1. Bakgrund

Kombinationer av ord och färg kan förmedla djupa betydelser och väcka många olika känslor. Tove Jansson hade förmågan att uttrycka komplexa känslor och situationer med några få ord.

## 2. Uppgift

Välj ett citat av Tove Jansson. Din uppgift är att designa en affisch för det valda citatet och välja en färgpalett som speglar citatets känsla och innebörd. Affischen ska vara visuellt tilltalande och lättläst, och färgerna ska stödja citatets budskap. Obs! Använd enbart bokstäver och färger i affischen.

## 3. Gör så här

Fundera på vad citatet du valt uttrycker och vilka känslor det väcker hos dig. Använd Adobe Capture eller andra tillgängliga verktyg för att välja en färgpalett som speglar citatets stämning.

Designa affischen antingen för hand eller digitalt. Kom ihåg att du kan framhäva vissa ord i citatet med hjälp av färger. Tänk på att texten bör ha god kontrast mot bakgrunden. Du kan kontrollera läsbarheten till exempel här: [www.colors.co/contrast-checker](http://www.colors.co/contrast-checker)



Tove Jansson (Foto: Hans Gedda, 1967)

1. ...vem som helst kan bli arg och bära sig åt.  
Men det är ändå bättre än att vara elak.  
*Den ärliga bedragaren, 1982*
2. Allting är mycket osäkert, och det är just det som lugnar mig.  
*Trollvinter, 1957*
3. Mymlan dansade snabbare, nu var hela köket fullt av musik och rörelse och det långa röda håret var som en flygande sol.  
*Sent i November, 1970*
4. Fly! Ropade Muminmamman. Polisen är här!  
*Farlig midsommar, 1954*
5. Det här lugnet är inte naturligt. Det betyder att nånting förfärligt kommer att hända  
*Det osynliga barnet och andra berättelser, 1962*

## Tips för bedömningen – Fram med känslorna!

### Läsbarhet och informationens tydlighet:

- Är citatet lätt att läsa och förstå?
- Är texten monterad på ett sätt som gör den lätt att följa?

### Att förmedla känsla genom färg:

- Lyfter de valda färgerna fram citatets känsla och innebörd?
- Finns det tillräcklig kontrast i färgpaletten?

### Helhetsintryck och finish:

- Är affischen omsorgsfullt färdigställd?
- Har eleven utnyttjat tillgängliga resurser?

Påminnelse till bedömaren: Bedömningen är alltid subjektiv, och det viktigaste är elevens satsning och inlärningsprocess. Bedöm arbetet som helhet och fäst särskild uppmärksamhet vid hur eleven kombinerat orden och färgerna för att förmedla budskapet.

### Adobe Capture – färgpalett från ett fotografi

Adobe Capture är en gratisapp som du kan använda för att skapa färgpaletter från fotografier. Med appen kan du använda omgivningen som inspirationskälla.



Ladda ner appen iOS



Lataa ner appen Android

### Coolors – Contrast Checker

Coolors Contrast Checker hjälper dig att kontrollera läsbarheten av olika färger. Ange två färgers värden i hex-format (#) på webbplatsen. Den ena färgen fungerar som textfärg, den andra som bakgrundsfärg. Webbplatsen visar om färgkombinationen är läsbar, både i liten och stor text.

[www.coolors.co/contrast-checker](http://www.coolors.co/contrast-checker)

## Uppgift 2 - Logotyper och färger

### 1. Bakgrund

Färger kan berätta en historia, väcka känslor och förmedla budskap. Logotypen är en central del av ett varumärkes identitet, och färgvalet i logotypen kan i hög grad påverka hur företaget eller varumärket uppfattas.

### 2. Uppgift

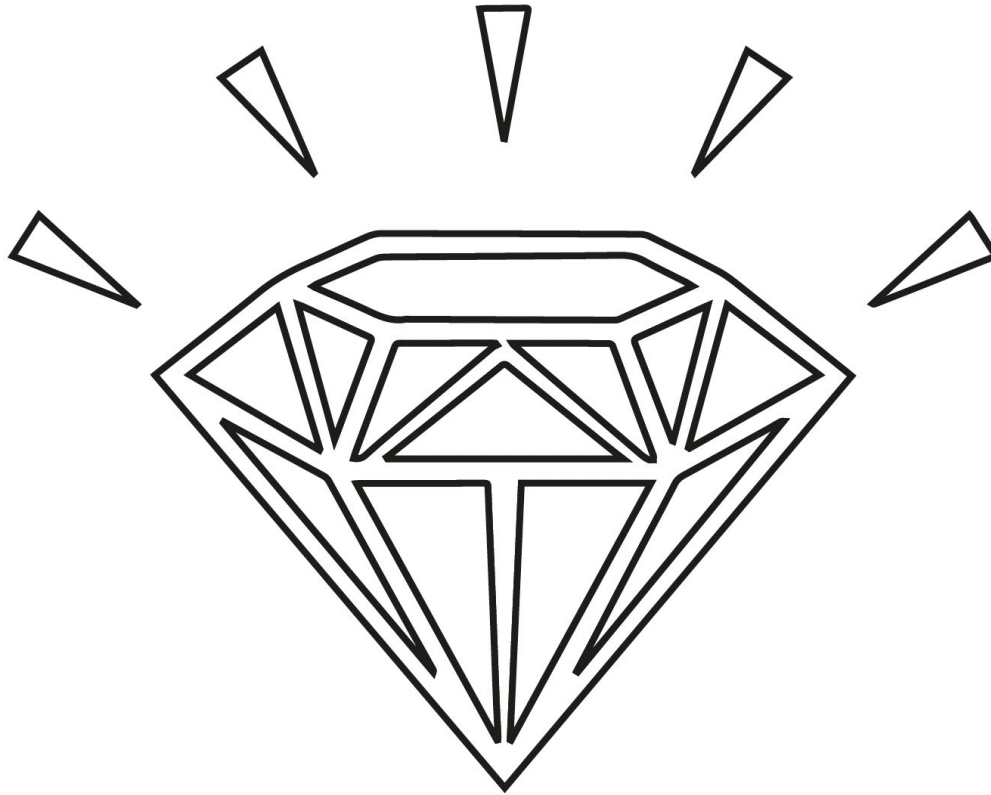
Din uppgift är att färglägga tre förutbestämda logotyper enligt tre olika teman: naturnära, sportigt och lyxigt. Varje logotyp du färglägger ska spegla det angivna temat enbart genom användningen av färger. Kom ihåg att du ska använda minst två olika färger i varje logotyp.

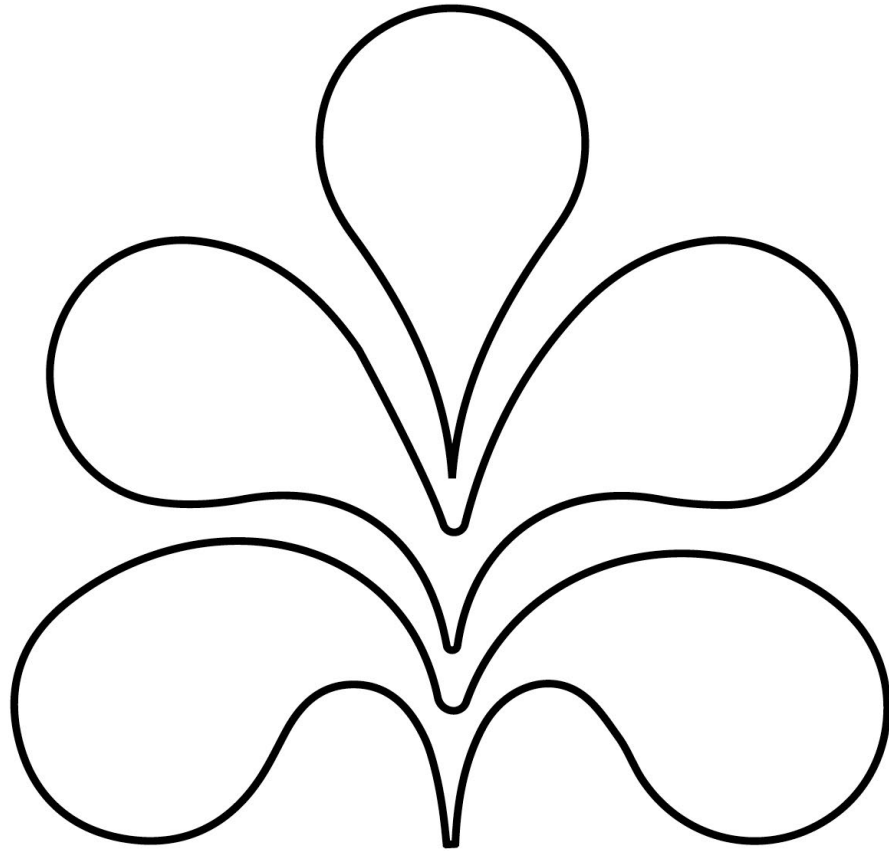
### 3. Gör så här

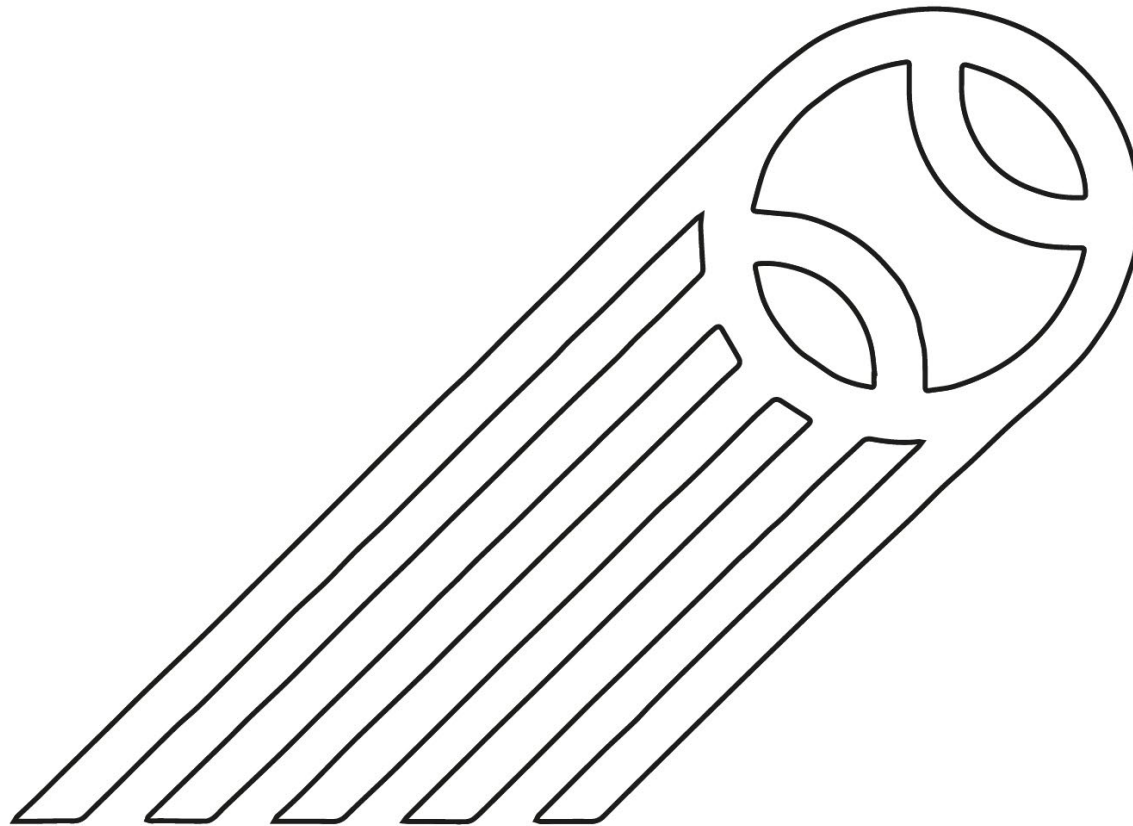
Börja med att läsa igenom det medföljande informationsmaterialet om färgernas betydelser och teorin bakom färgkombinationer. Därefter kan du börja planera. Skissa först upp idéer och testa olika färgkombinationer på papper.

Färglägg sedan de tre logotyperna med färger som passar för respektive tema. Se till att färgvalet stöder temat och förmedlar dess budskap. Du kan titta på andra logotyper och deras färger för att få inspiration.









## Tips för bedömning – Logotyper och färger

### Kombination och val av färger:

- Är färgerna lämpliga och stöder de det valda temat?
- Har minst två färger använts i varje tema?

### Färgernas betydelse och budskap:

- Förmedlar färgerna den önskade känslan och stämningen?
- Har eleven tillämpat kunskaper om färgernas betydelser och teori om färgkombinationer?

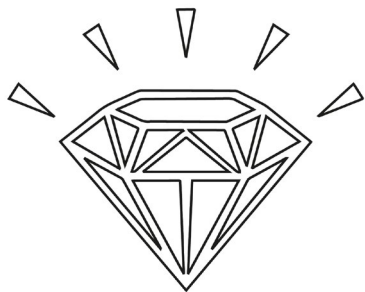
### Visuell attraktionskraft och estetik:

- Är slutresultatet visuellt tilltalande?
- Är färgerna harmoniska tillsammans?

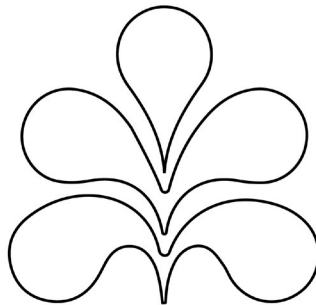
### Motiveringar och reflektion:

- Kan eleven motivera sina val?

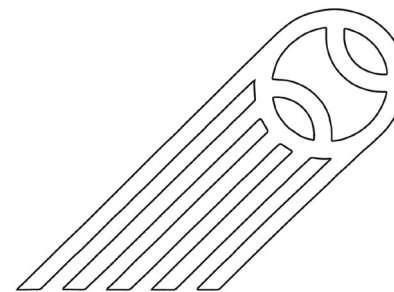
Påminnelse till bedömaren: Bedömning är delvis subjektivt, och det viktigaste är att eleven har förstått uppgiften och tillämpat sina kunskaper. När du studerar arbetena, fokusera på hur väl eleven har lyckats kombinera färger och teman för att skapa ett starkt visuellt budskap.



**Lyxig**



**Naturnära**



**Sportig**

# Färger Uppgift 3 / Grupparbete: Företagets varumärke

## 1. Bakgrund

Ett företags visuella identitet är dess ansikte utåt. Den består av färger, bilder och logotyp – som tillsammans berättar något om företagets värderingar och personlighet. Syftet med det här grupparbetet är att ni tillsammans skapar en fungerande varumärkesidentitet för ett företag som ni väljer.

## 2. Uppgift

### Välj ett av de här företagen:

1. Sallys Sport (butik för sportutrustning)
  2. Blomsteroasen (blomsterbutik)
  3. Mörkrets Hjärta (bokhandel för skräcklitteratur)
- Kom ihåg att du ska använda minst två olika färger i varje logotyp.

### Fortsätt med de nästa stegen:

1. Välj minst fyra varumärkesfärger för företaget.
2. Skapa en moodboard som beskriver företaget.
3. Designa en logotyp för företaget.

## 3. Gör så här

### a. Välja färger:

Börja med att tillsammans studera teorin om färgkombinationer. Välj minst fyra färger som ni tycker representerar företagets värderingar och stämning på bästa sätt.

### b. Sammanställa en moodboard:

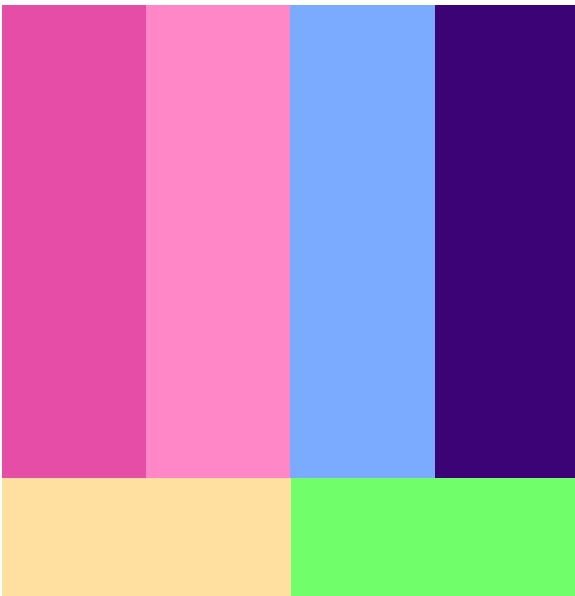
Sök bilder och visuella element som speglar företagets varumärke och budskap. Ni kan använda digitala verktyg som Pinterest eller Canva, eller klippa och klistra bilder på papper. Bildbanker som Unsplash och Pexels erbjuder högklassiga bilder.

### c. Designa logotypen:

Börja med att göra skisser med penna och papper. När ni är nöjda med en idé kan ni rita rent skissen eller arbeta vidare med den digitalt. Kom ihåg att logotypen är företagets symbol och kännetecken. Den ska vara tydlig och lätt att känna igen.

# Exempel - Uppgift 3

## 1. Företagets varumärkesfärger



Välj 4–6 varumärkesfärger som speglar företagets känsla och värderingar.

[Adobe Color Wheel](#)  
[Coolers Color Palette Generator](#)

## 2. Moodboard för ett företag



Skapa en moodboard: Sök bilder på nätet eller i tidningar som uttrycker varumärkets identitet och sätt ihop ett kollage.

[Sök bilder på Pinterest](#)  
[Skapa bildkollaget på Canva](#)

## 3. Företagets logotyp



Gör först skisser för hand, och arbeta sedan vidare på dator eller rita rent skissen som du gjort på papper.

[Inspiration till logotyper](#)

# Tips för bedömningen – Företagets varumärke

## Färgval och färgkombinationer:

- Stöder färgerna företagets tema och värderingar?
- Är färgpaletten enhetlig och harmonisk?

## Skapandet av moodboarden:

- Har moodboarden ett tydligt tema?
- Innehåller moodboarden ett mångsidigt urval av visuella element (bilder, färger, typografi)?

## Design och utförandet av logotypen:

- Är logotypen visuellt tilltalande och tydlig?
- Passar de element som används i logotypen (t.ex. symboler, färger och typsnitt) in på företagets image?

## Grupparbete och samarbete:

- Hur väl samarbetade gruppen? Tog gruppen tillvara varje deltagares styrkor och kunskaper?
- Är slutresultatet enhetligt?

## Motiveringar och reflektion:

- Har gruppen kunnat motivera sina val (t.ex. varför gruppen valde just dessa färger eller specifika designelement i logotypen)?

Påminnelse till bedömaren: Bedömning är alltid delvis subjektivt. När du studerar gruppernas arbeten, fokusera på hur väl grupperna lyckats kombinera de olika elementen för att skapa en enhetlig varumärkesidentitet som förmedlar rätt budskap. Det viktigaste är lärandeprocessen och insikterna från den.

Webbplatsen Kuvistuubi.fi har skapats som en del av den riksomfattande utvecklingsuppgiften för bildkonst i gymnasiet. Materialen i helheten Färg 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 Hämmäläinen, 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.

