

Noora Kuha

VÄRIEN MERKITYS GRAAFISESSA SUUNNITTELUSSA

Kuinka ymmärtää värien symbolista ja psykologista arvoa?

VÄRIEN MERKITYS GRAAFISESSA SUUNNITTELUSSA

Kuinka ymmärtää värien symbolista ja psykologista arvoa?

Noora Kuha
Opinnäytetyö
Syksy 2020
Viestinnän tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Viestinnän tutkinto-ohjelma, visuaalisen suunnittelun suuntautumisvaihtoehto

Tekijä(t): Noora Kuha

Opinnäytetyön nimi: Värien merkitys graafisessa suunnittelussa – Kuinka ymmärtää värien symbolista ja psykologista arvoa?

Työn ohjaaja: Tuukka Uusitalo

Työn valmistuslukukausi ja -vuosi: syksy 2020

Sivumäärä: 33

Tutkielmani tavoitteena oli ymmärtää, mitä väripsykologia on ja kuinka sen ymmärrystä voisi hyödyntää graafisessa suunnittelussa. Aiheesta on saatavilla runsaasti lähdemateriaalia ja tutkimuksia, jotka ovat kuitenkin usein keskenään ristiriidassa luultavimmin aiheen subjektiivisuuden vuoksi. Tarkoituksena on tarkastella lähdemateriaaleja ja pohtia keinoja hyödyntää opittua käytännössä.

Tutkielmassa kuvataan lyhyesti värituntemuksen historiaa, sen merkkihenkilöitä sekä heidän ajatuksiaan ja väriteorioita. Tutkielmassa käsitellään myös lyhyesti muutamia värin perusominaisuuksia taustatietona.

Väripsykologian käsittelyn lisäksi tarkastelen tutkielmassa myös värisymboliikkaa sekä väriassosiaatioita. Selvitän tutkielmassani myös väripsykologian osa-alueita, jotka perustuvat ennemminkin uskomukseen kuin tieteeseen. Näitä osa-alueita ovat väriterapia ja yleisimmät uskomukset värien vaikutuksista.

Tutkielman osana toteutin myös pienehkön tutkimuksen, jossa selvitin, millaisia merkityksiä vastaajat yhdistivät sinisen eri sävyihin.

Tutkielman loppupäätelmänä totean, että vaikkakin aiheesta voi oppia runsaasti hyödyllistä tietoa, aiheen laajuuden vuoksi sen täydellinen ymmärtäminen on mahdotonta. Olen kuitenkin onnistunut kokoamaan tietoa väripsykologian perusteista, jotka auttavat alkuun aiheen arvon ja potentiaalini ymmärtämisessä.

Asiasanat: väri, väriteoria, värioppi, väripsykologia, symbolismi, assosiaatio

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Communication, Option of Visual Communication

Author(s): Noora Kuha

Title of thesis: Meaning of colors in graphical design – How to understand their symbolical and psychological value?

Supervisor(s): Tuukka Uusitalo

Term and year when the thesis was submitted: autumn 2020 Number of pages: 33

The purpose of my thesis was to understand what color psychology is and how it could be utilized in graphical design. There is plenty of source material and research available, which however usually contradict each other, most likely due to the subjective nature of the subject. The intention was to examine the source material and think of ways to make use of what have been learned in practice.

The thesis shortly explores the history and the well-known theories of color. It also describes the thoughts of the most important figures on the subject. The thesis shortly describes the most important attributes of color.

In addition to color psychology, my thesis investigates color symbolism and color associations as well. I also explore subjects that are not based on science, but rather on belief. These subjects are color therapy and common beliefs about effects of color.

As part of this thesis, I conducted a small study, in which the participants were asked to describe their emotions and associations related to certain shades of blue.

At the end of my thesis, I establish that although one can learn all kinds of useful information about color psychology, due to the vast scale of the subject it is impossible to understand it fully. However, I have succeeded in compiling useful knowledge that helps to understand the value and the potential of color psychology.

Keywords: color, colour, color theory, colour theory, color psychology, colour psychology, symbolism, association

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	VÄREISTÄ YLEISESTI.....	8
2.1	Käsitys väristä on muuttunut läpi historian	8
2.2	Väriin perusominaisuudet.....	12
3	VÄRIPSYKOLOGIA.....	14
3.1	Värit vaihtoehtoisena hoitomuotona	14
3.2	Värisymboliikka ja -assosiaatiot.....	15
3.3	Yleiset uskomukset	16
3.4	Tutkimustuloksia.....	18
4	KÄYTÄNNÖN VÄRIPSYKOLOGIA.....	19
5	VÄRIEN MERKITYS -TUTKIMUS.....	21
6	POHDINTA	29
	LÄHTEET.....	31

1 JOHDANTO

Olen aina ollut hyvin kiinnostunut psykologiasta ja ihmismielestä. Luen ja kuuntelen podcasteja aiheesta runsaasti vapaa-ajallani. Lukiessani erästä kirjaa, joka kertoo odottamattomista keinoista vaikuttaa ihmisten ajattelutapaan, tunteisiin ja käyttäytymiseen, törmäsin ilmiöön nimeltä Baker-Miller pink. Kyseessä on vaaleanpunaisen sävy, jolla useiden kokeiden jälkeen todettiin olevan rauhoittavia vaikutuksia. Tohtori Alexander Schauss huomasi tutkimuksissaan tietyn vaaleanpunaisen sävyn vähentävän terveiden nuorien miesten lihasvoimaa. Tutkimuksien innoittamana erään vankilasellin seinä maalattiin vaaleanpunaiseksi, jotta voitaisiin selvittää, olisiko sillä positiivista vaikutusta tappeluhaluisiin vankeihin. Kuuluisassa kokeessa huomattiin aiemmin aggressiivisten vankeiden vaikuttavan rauhallisimmilta jo viidentoista minuutin sellissä oleskelun jälkeen. (Alter 2013, 1–2.)

Baker-Miller pink jäi pyörimään mieleeni. Kiinnostuin aiheesta, joten päätin tutkia aihetta hieman lisää ja lukea väripsykologiasta sekä sen vaikutuksista enemmän. *Väripsykologia* terminä tarkoittaa joko värin aistimisen ja havaitsemisen kognitiivista tutkimusta tai värien vaikutusta mieleen ja käyttäytymiseen (Arnkil 2007, 271). Innostuin aiheesta lukemani perusteella niin, että päätin kirjoittaa tutkielmani aiheeseen liittyen. Minua kiinnosti erityisesti väripsykologian potentiaaliset hyödyntämistavat eri elämänalueilla niin työelämässä kuin henkilökohtaisessa hyvinvoinnissakin. Koen itse, että värit vaikuttavat minuun voimakkaasti. Tunnen iloa maalatessani kirkkailla, rohkeilla vesiväreillä, katsellessani riemunkirjavaa taivasta auringonlaskun aikaan ja nähdessäni värikkäitä taidemaalauksia museoissa.

Tutkielmani tavoitteena on ymmärtää värien psykologista ja symbolista arvoa paremmin sekä myös pohtia, kuinka niitä voisi käytännössä hyödyntää graafisessa suunnittelussa. Haluan selvittää, millä tavalla ja kuinka värit vaikuttavat ihmiseen. Käsittelen ja analysoin artikkeleita ja tutkimusraportteja, joissa tarkastellaan väripsykologiaa usealta näkökulmalta. Koen aiheelliseksi tarkastella myös värien symbolista arvoa ja väriassosiaatioita. Nämä käsitteet eivät suoranaisesti ole osa väripsykologiaa, mutta koska nekin väripsykologian tavoin ohjailevat yksilön tunteita ja ajatuksia, pidin tärkeänä käsitellä myös niitä. Pyrin tarkastelemaan aihetta suhteellisen yleisluontoisesti, mutta lisään siihen ajoittain myös graafisen suunnittelijan näkökulmaa.

Tutkielmani voi jakaa johdannon lisäksi viiteen osa-alueeseen. Ensimmäisessä osassa kuvailen hieman aiheen historiaa ja sitä, kuinka käsitys värin olemuksesta on muuttunut vuosisatojen aikana. Otan tarkasteluun muutamia historian tärkeitä merkkihenkilöitä ja teorioita, jotka ovat muovanneet yleistä ymmärrystä aiheesta. Kuvailen luvussa myös muutamia värin perusominaisuuksia, jotka koen oleellisiksi aiheen ymmärryksen kannalta.

Tutkielmani toisessa osassa perehdyn väripsykologiaan ja sen osa-alueisiin. Tarkastelen, millaisia tutkimuksia aiheesta on toteutettu ja syytä, miksi tutkimustulokset ovat keskenään hyvin ristiriitaisia. Samassa osassa käsittelen myös värisymboliikkaa sekä -assosiaatioita. Mitä ne ovat, kuinka ne syntyvät ja miksi kulttuurilla on niin valtava vaikutus niihin? Esittelen myös aiheeseen liittyviä yleisiä uskomuksia, jotka eivät perustu minkäänlaiseen tutkimustietoon tai luotettavaan lähteeseen. Nämä uskomukset leviävät laajalle median ja internetin avulla, eikä moni lukija osaa kyseenalaistaa niiden oikeellisuutta. Kolmas osa käy läpi lähinnä edellisessä osassa esiteltujen aiheiden käytännön hyödyntämistapoja.

Neljännessä osassa esittelen tutkimuksen, jonka toteutin osana tutkielmaani. Tutkimuksessa pyrin selvittämään osallistujien tunteita, ajatuksia ja merkityksiä, joita heille heräsi liittyen kahdeksaan erisuoriseen sävyyn. Toteutin tutkimuksen internetissä kyselylomakkeena ja levitin sitä sosiaalisessa mediassa. Neljännän osan lopussa tarkastelen saamiani vastauksia ja pohdin tutkimukseen liittyviä ongelmia sekä asioita, joita olisin voinut tehdä toisin.

Tutkielman lopussa pohdin aihetta hieman vapaammin ja kirjoitan haasteista, joihin törmäsin tutkielman työstämisen aikana.

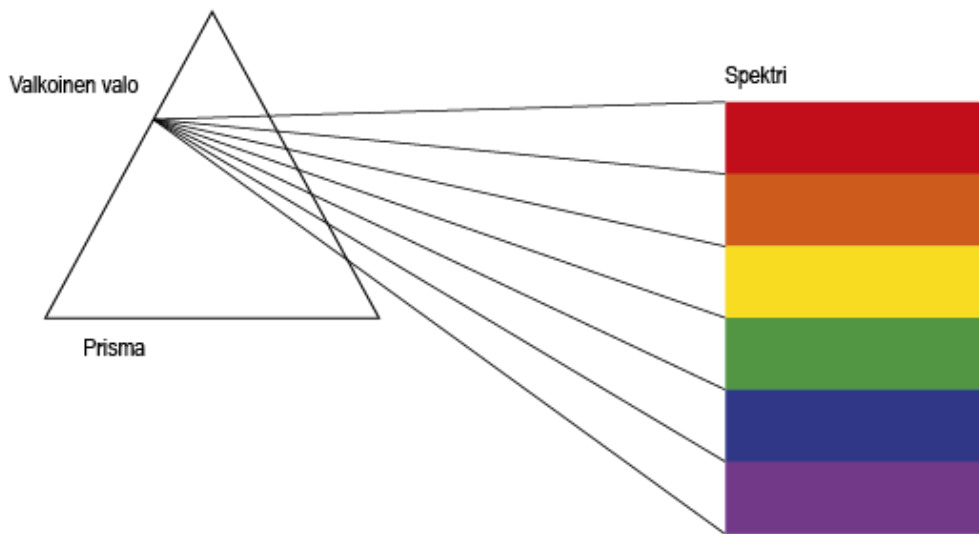
2 VÄREISTÄ YLEISESTI

Ymmärrys värin olemuksesta on muuttunut valtavasti viimeisten vuosisatojen aikana. Sitä voisi melkein pärrata lapseen, joka aikuistuessaan oppii olemaan syömättä väriliituja ja myös sen, että väri ei olekaan fyysistä materiaa, vaan valoa.

2.1 Käsitys väristä on muuttunut läpi historian

Värit ja niiden ominaisuudet ovat kiehtoneet ihmisiä jo tuhansia vuosia. Kreikkalainen antiikinajan filosofi Aristoteles tutki väri-ilmiöitä muun muassa värillisten lasinpalojen avulla. Kokeillaan hän esimerkiksi havaitsi, että vihreä väri syntyy yhdistäessä keltaista ja sinistä. Useat tunnetut väritutkijat ovat myöhemmin hyödyntäneet Aristoteleen näkemyksiä omien teorioidensa kehittämiseen. (Huttunen 2005, 47.)

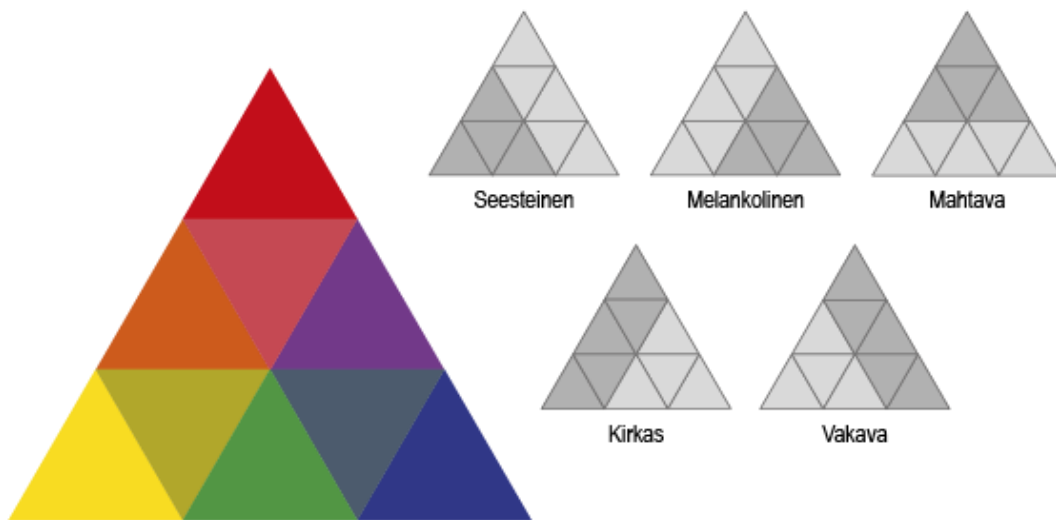
Isaac Newton oli englantilainen matemaatikko ja fyysikko. Teoksessaan *Optics* (1704) hän selitti värin olevan valon ominaisuus, eikä siis lainkaan fyysistä materiaa kuten oli uskottu. Newton huomasi, että valkoinen valo muodostuu useasta värillisestä valosta. Tähän väittämään hän päätyi vuonna 1666 tekemiensä tutkimusten perusteella. Heijastaessaan valkoista valoa lasisen prisman läpi Newton havaitsi sen hajoavan sateenkaaren väreihin ja kääntäessään prosessin, hän kykeni luomaan valkoista valoa (kuva 1). Newton loi kokeidensa pohjalta seitsemän värin väriympyrän, johon moni yhä nykyään käytetty värijärjestelmä pohjautuu. (Huttunen 2005, 48.)



KUVA 1. Valo hajoaa spektrin väreihin sen heijastuessa prisman läpi (Kuha 2020).

Tietokirjailija ja väritutkija Huttunen jakaa nykyajan värikäsitykset kahteen luokkaan: fysikalistiseen, eli ainekeskeiseen paradigmaan sekä inhimilliseen eli havaintokeskeiseen paradigmaan (Huttunen 2005, 17). Paradigma tarkoittaa jonkin tieteenalan kulloinkin yleisesti hyväksyttyä oppirakennelmaa, ajattelutapaa tai suuntausta (Kielitoimiston sanakirja 2020, s.v. paradigma). Jo mainittu Newtonin teoria pohjautui inhimilliseen ajattelutapaan siitä, että värit ovat ihmisen näköjärjestelmän ja aivojen tuottamia aistimuksia – eivätkä fyysistä materiaa kuten fysikalistisen ajattelutavan puolestapuhujat uskovat.

Johann Wolfgang von Goethe oli saksalainen moniosaaja: runoilija, tutkija sekä taiteilija, joka uskoi vakaasti värien emotionaaliseen vaikutukseen. Toisin kuin Newton Goethe ei keskittynyt värin fyysiseen olemukseen, vaan tutki värien vaikutusta ihmisen ”aisteihin ja eettisyyteen” (Huttunen 2005, 49). 1800-luvun alussa Goethe julkaisi kaksi teosta, jotka yhdessä muodostivat hänen väriteoriansa. Hintsanen toteaa, ettei Goethen värioppi ole aina saanut osakseen arvostusta, ja pitää osasyynä siihen ehkä Goethen hyökkäystä Newtonin teorioita vastaan. (Hintsanen 2020a, viitattu 30.11.2020.) Wetzler kirjoittaa Goethen koonneen erityisen värikolmion, joka muodostui yhdeksästä värisävystä (kuva 2). Kolmiosta voitiin eristää ryhmiä, jonka seurauksena syntyi väriyhdistelmiä, joilla Goethe uskoi olevan tiettyjä vaikutuksia ihmismieleen. (Wetzler 2000, 67.)



KUVA 2. Goethen värikolmio (Kuha 2020).

Johannes Itten oli sveitsiläinen taidemaalari ja väriopin teoreetikko. Itten loi väriopin, joka perustuu värikontrasteihin ja harmoniaan. Ittenin tunnetuin teos *Värit taiteessa (Die Kunst der Farbe)* julkaistiin alun perin jo vuonna 1961, mutta sitä käytetään vielä nykyäänkin kurssikirjana monessa taidekoulussa. Kuinka ajankohtaista tieto enää on 2020-luvulla, on oma keskustelunaiheensa. Itten koki väriharmonialla olevan suuri rooli yksilön kokemukseen väreistä. Hän kuvaili sitä seuraavanlaisesti: ”Kaksi tai useampi väri ovat keskenään harmonisia, jos ne sekoittaessa saavat aikaan harmaan. Kaikki muut väriyhdistelmät, jotka eivät sekoittaessa tee tulokseksi harmaata, ovat epätasapainossa”. Hän uskoi, että harmaa tyydytti näköaistin, ja loi täydellisen tasapainon. (Itten 1970, 20.) Harmonisia väriyhdistelmiä Itten kutsui värisoinnuiksi (kuva 3).



KUVA 3. Värisoinnut. Väriympyrästä voidaan geometrysten muotojen avulla poimia väriyhdistelmiä, eli värisointuja, jotka luovat Ittenin teorian mukaan harmonisen, silmää miellyttävän tasapainon (Kuha 2020).

Ittenin teoria väriharmoniasta ja värien ”oikeanlaisesta” käytöstä on hyvin ehdoton. Teoria on saanut osakseen hyvin paljon arvostusta, mutta toisaalta myös runsaasti kritiikkiä. Huttunen kirjoittaa huomanneensa selvästi havaittavia epäkohtia Ittenin väriteoriassa. Hän kertoo tehneensä tutkimuksen, jossa hän pyysi 397 koehenkilöä arvioimaan tiettyjen väriyhdistelmien harmonista arvoa. Ittenin teorian vastaisesti suurin osa koehenkilöistä antoi väriyhdistelmille negatiivisen arvion. Täten väriharmoniaoppi ei Huttusen mukaan näyttänyt pitävän lainkaan paikkansa. (Huttunen 2005, 13.)

Fysikalistinen ajattelutapa on kovin tuttu ja turvallinen. Erityisesti taideaineita, kuten maalausta, harrastavat, tietävät värin maalina ja pigmenttinä. Ajatustapa juurtuu vuosien mittaan syvälle. On vaikeaa edes ajatella asian olevan muutoin. Itse ymmärsin asian helpommin seuraavanlaisella ajatuskokeella: Sinulla on pallo, joka valaistussa huoneessa vaikuttaa kirkkaan punaiselta. Jos kuitenkin viet sen samaisen pallon pimeään huoneeseen ja silmäsi tottuvat hämärään, pallo ei enää näytäkään punaiselta, vaan harmaalta. Itse pallon pinta ei muutu, vaan pinnasta heijastuvan valon määrä muuttuu. Ilman valoa ei ole värejä.

2.2 Värien perusominaisuudet

Värien ominaisuuksista voisi kirjoittaa vaikka kokonaisen kirjan, mutta koska hyvin moni on sen ennen minua tehnyt – ja huomattavasti paremmin kuin siihen ikinä pystyisin – listaan nyt vain muutamia asioita, jotka koen oleellisiksi aiheen ymmärtämisen kannalta.

Näköhavainto syntyy valon heijastuessa kohteesta silmään. Mykiö taittaa silmään tulevan valon ja tarkentaa kuvan verkkokalvolle. Verkkokalvolla sijaitsevat tappi- ja sauvasolut reagoivat valoon ja sen aallonpituuteen. Katsoja näkee kohteen värillisenä, sillä sen pinta heijastaa tietyn värin aallonpituutta imien muita aallonpituuksia. (Nygren 2007, viitattu 5.5.2020.)

Värejä voidaan analysoida kolmen perusmääritteen avulla. Arnkil toteaa, että aivot tunnistavat ja erittelevät värejä näiden määritteen mukaan. Nämä perusmääritteet ovat *sävy*, *vaaleus* ja *kylläisyys*. (2007, 70.) Joillekin termit saattavat kuulostaa tutummalta englannin kielellä: *hue*, *value* ja *saturation*. (Kuva 4.)



KUVA 4. Värien perusmääritteet (Kuha 2020).

Erilaiset värisävyt saattavat vaikuttaa koon havaitsemiseen eri tavoin. Tämä tulee usein ilmi optisissa harhoissa, joissa huijataan silmää luulemaan, että samankokoiset neliöt olisivatkin erikokoisia. Arnkillin mukaan lämpimät sävyt saavat kohteen vaikuttamaan suuremmalta, kun taas kylmät sävyt tuntuvat kutistavan kohdetta. (2007, 218.)

3 VÄRIPSYKOLOGIA

Väreillä on useita ulottuvuuksia, joita tutkijat ja tiedemiehetkään eivät vielä täysin käsitä. Väripsykologiassa tutkitaan sitä, kuinka eri värisävyt vaikuttavat ihmisen käyttäytymiseen ja emootioon. Värien väitetään vaikuttavan sekä tunnetasolla että joissain tapauksissa jopa aiheuttaa fyysisiä reaktioita. Ainakin osan näiden reaktioiden uskotaan olevan alitajuisia, eikä kohde edes välttämättä huomaa värien vaikutusta itseensä.

Arnkil toteaa, että kirjallisuudessa esiintyy runsaasti väittämiä, joiden mukaan värit edistävät tai hidastavat oppimista ja keskittymistä ajatustyöhön tai jopa rauhoittavat aggressiivisia vankeja tai psykiatrisia potilaita (2007, 244). Mediassa tosiaan törmää usein artikkeleihin, blogikirjoituksiin ja videoihin, joissa neuvotaan, kuinka esimerkiksi sisustaa kotitoimisto tavalla, joka optimoi keskittymiskyvyn ja lisää luovuutta. Mutta onko näillä uskomuksilla minkäänlaista totuus pohjaa? Selvitän asiaa myöhemmin luvussa 3.3.

3.1 Värit vaihtoehtoisena hoitomuotona

Väriterapia on värillisten valojen eri aallonpituuksiin perustuva terapiamuoto. Väriterapia onkin siis oikeastaan lähinnä värivaloterapiaa. Arnkil kirjoittaa, että värien terapeuttista vaikutusta todistellaan niiden yhteydellä valoon ja sen aallonpituuksiin tai värähtelytaajuuksiin, mutta että mahdollisten hoitavien vaikutusten täytyisi perustua muuhunkin kuin tiettyyn värähtelytaajuuteen. (Arnkil 2007, 246.) Moni kyseenalaistaa tämän vaihtoehtoisen hoitomuodon toimivuuden, mikä on ymmärrettävää, sillä nykyaikainen lääketiede jättää hyvin vähän tilaa lähinnä uskomustietoon perustuvalla hoitomuodolle.

Väriterapiaa on käytetty länsimaissa 1800-luvulta alkaen, mutta historiallisesti hoitomuotoa ovat käyttäneet jopa jo muinaiset egyptiläiset. Sillä uskotaan olevan vaikutuksia muun muassa verenkiertoon, hermostoon, mielentilaan ja hormoneihin. Tieteellisesti on osoitettu, että värillä todellakin on vaikutusta, mutta sen toimintamekanismia ei ole vielä selvitetty. Tutkimuksissa on kuitenkin ollut läpimurtoja, jotka ovat mahdollistaneet väriterapian hyödyntämisen lääketieteessä. Vuonna 1958 julkaistun artikkelin seurauksena keltatautia, vastasyntyneille lapsille hengenvaarallista sairautta,

ryhdyttiin onnistuneesti hoitamaan sinisellä valolla. (Hintsanen 2020b, viitattu 23.11.2020.) Pohjoismaalaisille tutuin esimerkki on kaamosmasennuksen eli vuodenajoittain vaihtelevan mielialahäiriön hoitoon käytetty kirkas, valkoinen valo.

3.2 Värisymboliikka ja -assosiaatiot

Värisymboliikka tarkoittaa värien käyttöä tunnusmerkkeinä tai vertauskuvina (Arnkil 2007, 271). Assosiaatio taas tarkoittaa väriin liittyviä miellelyhtymiä. Värit itsessään eivät sisällä piilomerkityksiä, vaan niihin liitetyt mielikuvat syntyvät samassa kontekstissa toistuvan käytön seurauksena. Värisymboliikalla ja assosiaatioilla voidaan luoda merkityksiä ja herättää tunteita, sekä positiivisia että negatiivisia.

Arnkil kirjoittaa, että värisymboliikka on joskus käsitetty niin, että olisi olemassa värejä, joilla olisi kategorisia, absoluuttisia merkityksiä; toisin sanoen värit symboloisivat kaikissa tilanteissa tiettyjä vakiintuneita asioita. Niin yksiselitteistä värisymboliikka ei kuitenkaan ole vaan väreillä voi olla päinvastaisia merkityksiä riippuen kontekstista ja ympäröivästä kulttuurista. (Arnkil 2007, 146.) Esimerkiksi länsimaissa valkoinen väri symboloi viattomuutta, puhtautta ja iloa, kun taas useissa Aasian maissa se on surun ja kuoleman väri (Ylikarjula 2014, 11).

Tiettyyn värisävyyn liitetty symboliikka riippuu useista tekijöistä. Suurimmat erot syntyvät varmasti kulttuurista. Eri kulttuureissa ympäri maailman värit ovat saaneet erilaisia maallisia ja taivaallisia symbolisia merkityksiä. Värin symboliarvoon vaikutti aikanaan muun muassa väriaineen harvinaisuus, ja kallisarvoisimmista pigmenteistä ja väriaineista on aikanaan jopa sodittu. Korkea hinta on luonnollisesti rajannut pigmentin – eli siis tietyn värisävyyn – vain korkea-arvoisimpien kansalaisten ja hallitsijoiden käyttöön. Vaikka synteettisten pigmenttien kehittyessä väri myöhemmin vapautui koko kansan käyttöön, säilyi sen symbolinen arvo ja merkitys. (Huttunen 2005, 104–105.) Myös eri uskonnoilla on omat pyhät värinsä, joilla on tiettyjä pyhiä merkityksiä. Useimmille suomalaisille tunnetuimpia ovat evankelisluterilaisen kirkon liturgiset värit, joita käytetään kirkkovuoden eri merkkipäivinä.

Ympäriöivän kulttuurin ja yhteisön lisäksi on useita muita tekijöitä, jotka vaikuttavat siihen, kuinka yksilö kokee värin. Esimerkiksi iällä, sukupuolella ja sosiaalisella statuksella on merkitystä. Nykyaikana myös populaarikulttuurilla ja sosiaalisella medially on valtava vaikutus erityisesti nuorimpiin sukupolviin. Myös erilaiset poliittiset aatteet käyttävät hyväksi symbolismia. Suomalaisilla on vahva kansallisidentiteetti, jonka vuoksi meihin on helppo vedota isänmaallisuudella. Hintsanen kirjoittaa sinisellä ja valkoisella, lipun väreillä, olevan Suomessa erityistä symboliikkaa. Suomalaisille sini-valkoinen on usein laadun ja kotimaisuuden tae. (Hintsanen 2020c, viitattu 17.12.2020.) Olen huomannut erityisesti vaalien alla poliittisten puolueiden mainosten olevan usein värimaailmaltaan sinivalkoisia.

Värisymboliikka on hankala aihe. Värin merkitys on niin kovin subjektiivinen, että sitä on vaikeaa kuvailla yleispätevästi. On suhteellisen helppoa tarkastella värien historiallista symboliikkaa, sillä yksittäiset kulttuurit kasvoivat erilleen välimatkojen ollessa pitkiä. Symboliikka kietoutui uskontoon ja valtioon kussakin erillisessä kulttuurissa tietyllä tavalla. Nykyaikana kulttuurit ovat sekoittuneet, rajat hävinneet ja erityisesti internet on tehnyt hyvin vaikeaksi sen, että voisi enää sanoa tietyn värin symboloivan vain ja ainoastaan tiettyjä asioita.

3.3 Yleiset uskomukset

Tutustuessani väripsykologiaan minulle uutena aiheena törmäsin usein uskomuksiin värien vaikutuksista, jotka toistuivat hyvin samanlaisina lähteestä toiseen. Näille uskomuksille ei kuitenkaan usein anneta minkäänlaista lähdettä tai perusteluita. Niitä vain tunnutaan pidettävän faktana, kyseenalaistamatta niiden todenperäisyyttä. Erityisesti väriterapiaan ja värien parantavaan voimaan liittyen löytyy runsaasti näennäistieteellisiä artikkeleita, joiden lähteet ovat olemattomia tai vähintäänkin kyseenalaisia.

O'Connor kutsuu näitä uskomuksia faktoideiksi, tosiasiana pidetyiksi uskomuksiksi. Hän kertoo olevan harmillista, että vaikka aiheesta on tehty laajasti nykyaikaista empiiristä tutkimusta ja monet näistä uskomuksista on syrjäytetty, se ei näy populaarikulttuurin levittämässä informaatiossa. Median vastaavanlaisten uskomuksiin pohjautuvien väitteiden suhteen hän neuvookin noudattamaan vanhaa latinankielistä periaatetta, "caveat emptor", ostaja varokoon. (O'Connor 2009, viitattu 16.11.2020.)

Seuraavissa kappaleissa mainitsen muutamia yleisimpiä uskomuksia, joihin törmäsin aihetta tutkiessani. Väittämät eivät siis pohjaudu luotettaviin lähdetietoihin, ellei toisin mainita

Punaiseen liitetään vahvoja tunteita kuten viha, rakkaus, vaara ja intohimo. Punaisen värin uskotaan nopeuttavan hengitystä, nostavan pulssia ja parantavan urheilusuoritusta sekä tekevän pelaajista aggressiivisempia. Wetzlerin mukaan eräässä ruotsalaisessa vanhuksille tarkoitetussa kuntoutuskylpylässä jouduttiin vaihtamaan punaiset ja oranssit kaakelit viileämpiin väreihin, sillä ne aiheuttivat vanhoissa potilaissa negatiivisia psyykkisiä ja fyysisiä reaktioita (Wetzer 2000, 91). Punaisen myös uskotaan lisäävän ruokahalua, mikä voi olla syynä siihen, miksi pikaruokaravintolaketjut ovat perinteisesti punasävyisiä. Vaaleanpunainen on herkkä feminiininen väri. Gilliam ja Unruh mainitsevat, että vaaleanpunaista on aikanaan käytetty kokeellisesti rauhoittamaan aggressiivisesti käyttäytyviä vankeja. Heidän myöhemmin suorittamissaan kokeissa tulokset ovat kuitenkin jääneet ristiriitaisiksi. (Gilliam & Unruh 1988, viitattu 27.4.2020.)

Sininen väri tyynnyttää, sen uskotaan alentavan verenpainetta sekä lisäävän luovuutta. Se herättää luottamusta ja se yhdistetään usein auktoriteetteihin. Sinisilmäisellä tarkoitetaan viattomuutta. Sininen on myös surullinen ja melankolinen väri, englanninkielisellä sanonnalla "having the blues" viitataan surulliseen tai masentuneeseen olotilaan. Vihreä on sinisen tavoin rauhoittava väri, joka symboloi elämää. Se yhdistetään usein luontoon, ekologisuuteen ja kestävään kehitykseen. Kirkas neonvihreä – tai myrkyinvihreä – sen sijaan aiheuttaa negatiivisia reaktioita.

Uskomukset ovat kuitenkin uskomuksia ja kuten aiemmin mainitsin, niihin tulee suhtautua varautuneesti. Kriittisen ajattelun taidosta ei ole ikinä haittaa. Uskon kuitenkin, että myös tällaisilla vähemmän tieteellisillä uskomuksilla on paikkansa. Mitä avoimemmin mielin niihin suhtautuu, sitä enemmän niissä voikin olla totuutta. Olkoon se sitten plaseboa tai todellista vaikutusta. Keskiajalla lääkäri ja luonnontutkija Paracelsus toi takaisin värien (sekä musiikin ja yrttien) käytön sairauksien hoidossa. Häntä kuitenkin pilkattiin uskomuksiensa vuoksi, ja suurin osa hänen kirjoituksistaan poltettiin. (Hintsanen 2020d, viitattu 18.11.2020.) Tämä keskiaikainen esimerkki kuvaa mielestäni osuvasti myös nykyaikaista suhtautumista toisinajattelijoihin.

3.4 Tutkimustuloksia

Värien psyykkisiä ja fyysisiä vaikutuksia on varsin vaikeaa tutkia tieteellisesti. Sitä yrittäessä saadaan yleensä ei-ratkaisevia tai jopa ristiriitaisia tuloksia. Tutkimuksien lopulliset johtopäätökset jäävät usein hyvin epämääräisiksi. Värien vaikutusta tukevien tutkimustulosten puuttuessa osa ihmisistä on sitä mieltä, että värien vaikutus on lumetta tai niin sanotusti suoranaista ”höpöpuhetta”.

Arnkil toteaa, että värien psyykkisiä ja fyysisiä vaikutuksia on tieteellisesti tutkittu verraten vähän, mikä luultavasti johtuu siitä, että värien vaikutuksia ei ole helppo tutkia. Värimieltymyksiin kohdistuvaa tutkimusta sen sijaan on enemmän, sillä siitä on hyötyä mainos- ja markkinointialoilla. Hän osuvasti tiivistää kysymyksen värien vaikutuksesta seuraavasti: ”Värien vaikutuksiin liittyvä avainkysymys lienee: onko värien vaikutus itse väreissä ja sen sävyissä vai joissakin muissa niihin liittyvissä seikoissa, kuten tummuudessa, tekstuurissa, kuva-aiheessa ja kaikkien näiden tekijöiden yhdistelmissä?” (Arnkil 2007, 244–246.)

Tutkittaessa värien vaikutusta pulssiin ja verenpaineeseen huomataan pieniä muutoksia, jotka ovat kuitenkin liian mitättömiä ollakseen tilastollisesti merkittäviä (Lee & Westland 2017, viitattu 27.4.2020). Eräessä tutkimuksessa selvitettiin punaisen ja sinisen värin vaikutusta aivojen suorituskykyyn. Siinä todettiin, että punainen paransi keskittymiskykyä, kun taas sininen lisäsi koehenkilöiden luovuutta ja sai heidät ajattelemaan niin sanotusti ”laatikon ulkopuolelta”. (University of British Columbia 2009, viitattu 27.4.2020.) Vuonna 2008 suoritettiin sarja tutkimuksia, joissa todettiin miesten alitajuntaisesti kokevan punaisiin vaatteisiin pukeutuneet naiset viehättävimpinä ja haluttavimpina kuin muihin väreihin pukeutuneet naiset (Elliot & Niesta 2008, viitattu 25.11.2020).

4 KÄYTÄNNÖN VÄRIPSYKOLOGIA

Ihmiset muodostavat mielipiteensä kanssaihmisestä tai tuotteesta 90 sekunnissa ensikohtaamisesta. Suurin osa, noin 62–90 prosenttia, arvioinnista pohjautuu yksistään väreihin. (Singh 2006, viitattu 27.10.2020.) Tästä voi päätellä, kuinka valtavan suuri rooli värillä on lähes kaikessa kanssakäymisessä.

Kuinka siis erityisesti graafisten alojen työntekijät voivat hyödyntää väripsykologiaa työssään? Kuten kappaleessa 3.2 todettiin, yhdellä ja samalla värillä voi olla useita assosiaatioita riippuen kontekstista, ympäröivästä kulttuurista ja useasta muusta tekijästä. Tämän takia on mahdotonta määritellä absoluuttista totuutta siitä, mikä värisävy sopii mihinkin tilanteeseen. Suunnittelijan tärkein tehtävä onkin ymmärtää perusteet ja ottaa selvää vaadittavista asioista kunkin projektin kohdalla.

Ihmisten väripreferensseissä on suuria eroavaisuuksia henkilökohtaisista mieltymyksistä riippuen, mutta onko olemassa niin sanottua turvallista valintaa, joka miellyttäisi enemmistöä? Crozier kokosi yhteen lukuisien väripreferenssi-tutkimusten tuloksia ja vertaili niitä. Hän huomasi tutkimuksissa yhteneväisyyksiä ja totesi sinisen olevan yleisluonteisesti ihmisten eniten suosima väri. Perässä seurasivat punainen ja vihreä. Hän pohti mahdollisiksi syiksi sitä, että sininen on yksinkertaisesti tavallinen ja ”helppo” valinta tai koska se on sävynä neutraali. (Crozier 1999, viitattu 2.11.2020.) Aikoinaan sukupuolella oli suuri rooli väripreferenssissä, ajateltiin miesten pitävän ”miehisistä” väreistä ja naisten pitävän ”naisellisista” väreistä. Nykyaikana vastaavanlaiset sukupuolistereotyyppiat ovat kuitenkin heikentyneet ja eri tuotteiden markkinoimista tietyille sukupuolelle koetaan jopa loukkaavana.

Isolaatio-efekti, toisin sanoen *Von Restorff* -efekti, tarkoittaa sitä, että useamman samankaltaisen objektin ollessa esillä se, joka erottuu muista, jää parhaiten katsojan mieleen (Chakraborty 2017, viitattu 1.11.2020). Kuva 5 havainnoi kyseistä ilmiötä, huomio kiinnittyy ensimmäisenä kirkkaan punaiseen tomaattiin muiden seasta. Tietyillä väreillä on myös luonnostaan suurempi huomioarvo kuin toisilla, kuten liikennemerkeissäkin käytetyillä punaisella ja keltaisella.



KUVA 5. Huomiomme kiinnittyy automaattisesti asioihin, jotka erottuvat ympäristöstään (Chakrabarty 2017).

Kuten aiemmin luvussa 3.2 mainitsin, esimerkiksi poliittiset aatteet käyttävät värisymbolismia hyödykseen edistäessään omaa kantaansa. Tämä toimii myös muualla kuin politiikassa. Värisymbolit ovat voimakas väline ohjaamaan ihmisten tunteita. Vihreä viestii ekologisuudesta, sininen herättää luottamusta, punaisella värillä voit myydä oikeastaan ihan mitä tahansa joulun alla. On erityisen tärkeää pyrkiä välttämään värisymboleista aiheutuvat negatiiviset konnotaatiot, erityisesti vieraisissa kulttuureissa ja kansainvälisillä markkinoilla. Väreillä voi olla hyvinkin vastakohtaisia merkityksiä riippuen paikallisesta kulttuurista.

Mielestäni mikään muu ei kerro tavaramerkin luomisen onnistumisesta yhtä hyvin kuin värin omistaminen. Muun muassa Fazer on onnistunut luomaan brändin, jonka tunnistaa jo pelkästään tummansinisestä käärepaperista. Väri saa silloin uusia symbolisia merkityksiä. Muistan, kun Suomen posti aikoinaan uudisti ilmeensä ja vaihtoi kuuluisan oranssin tunnusväriinsä siniseen. Muutos aiheutti hämmennystä, eivätkä aiempaan ulkonäköön tottuneet kuluttajat pitäneet uudesta väristä, mikä lopulta johti postin oranssin paluuseen.

5 VÄRIEN MERKITYS -TUTKIMUS

Aivan ensimmäiseksi halusin selvittää, kuinka väripsykologiaa voi ylipäättänsä tutkia. Selasin useita erilaisia tutkimuksia, osa enemmän, osa vähemmän aiheeseen liittyen. Tiesin haluavani toteuttaa jonkinlaisen kyselyn, joten keskityin erityisesti kyselytyyppisiin tutkimuksiin. Löysin kaksi tutkimusta, jotka koin oivallisiksi esimerkeiksi ja tarkastelin niitä lähemmin.

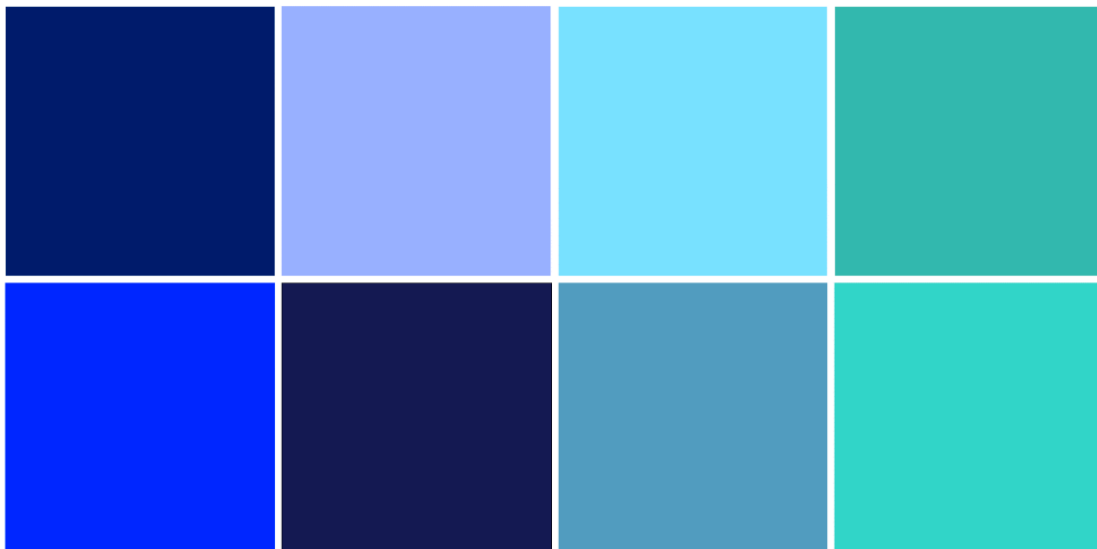
Vuonna 2004 Yhdysvalloissa toteutettiin tutkimus, jossa selvitettiin opiskelijoiden väreihin liitettyjä tunneassosiaatioita. Tutkimukseen osallistui 98 opiskelijaa 18–25-vuoden ikäjakaumalta. Osallistujille näytettiin yhteensä kolmeatoista värinäytettä tietokoneen ruudulta. Heiltä kysyttiin, mitä emotionaalisia reaktioita he yhdistivät väriin ja miksi he tunsivat näin. Reaktiot jaettiin kolmeen kategoriaan: positiivisiin, negatiivisiin ja neutraaleihin. Vihreä ja keltainen saivat osallistujissa aikaan eniten positiivisia reaktioita. Akromaattiset värit (harmaaskaala) sen sijaan aiheuttivat osallistujille eniten negatiivisia reaktioita. Lopussa todetaan, että monikulttuurinen tutkimus voisi valaista sitä, kuinka kulttuurilliset erot vaikuttavat värien tunneassosiaatioihin. (Kaya & Epps 2004, viitattu 3.11.2020.)

Vuonna 2006 Englannissa toteutettiin laadullinen tutkimus, jossa selvitettiin värien emotionaalisia konnotaatioita. Toisin kuin monissa aikaisemmin tehdyissä tutkimuksissa, tässä uudessa tutkimuksessa osallistujia pyydettiin visualisoimaan väri mielessään sen sijaan, että heille olisi näytetty väriä paperilta tai näytön ruudulta. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, toisiko uudenlainen lähestymistapa samankaltaisia tuloksia kuin perinteiset tutkimukset. Tutkimukseen osallistui 16 yliopisto-opiskelijaa, iältään 18–21 vuotta. Osallistujia haastateltiin ja heille korostettiin, ettei kysymyksiin ole oikeita eikä väärä vastauksia. Heiltä kysyttiin, mitä tunteita, kuvia tai konsepteja heille tulee mieleen, kun he visualisoivat värin mielessään, mahdollisia syitä näille mielikuville sekä sitä voiko yhdellä värillä olla useita merkityksiä. Haastatteluissa käytiin läpi yhteensä yksitoista värisävyä. Tutkimuksessa todettiin tulosten olevan samankaltaisia kuin perinteisissäkin tutkimuksissa. Punainen herätti tunteita rakkaudesta, vihasta ja intohimosta, sininen ja vihreä koettiin rauhallisiksi väreiksi ja niin edelleen. Artikkelin lopussa tiedostettiin, että kontrolliryhmä oli hyvin pieni ja osallistujat samasta etnisestä- ja ikäryhmästä. (Clarke & Costall 2006, viitattu 3.11.2020.)

Edellä kuvailemissani tutkimuksissa on mielestäni tehty hyviä huomioita tutkimuksen toteutustavan suhteen. Ensimmäinen tutkimus on toteutettu keskittyen täysin väreihin liitettyihin tunnereaktioihin,

toinen sen sijaan ei rajoitu pelkästään emootioon. Toisen tutkimuksen kohdalla koin mielenkiintoiseksi sen, että koehenkilöille ei esitetty väristä fyysistä esimerkkiä, vaan heitä pyydettiin visualisoimaan väri mielessään. Se oli minusta mainio tapa rajoittaa koe puhtaasti ihmisten kokemukseen ohjailmatta vastauksia mahdollisten sävyvaihteluiden takia. Molemmissa tutkimuksissa koehenkilöiden ikäjakauma oli kapea ja etninen tausta sama. Tämä toki toimii, kun halutaan tutkia tiettyä ihmisryhmää, mutta ei anna kovin monipuolista tulosta.

Alussa halusin sisällyttää tutkimukseeni useita värisävyjä, mutta törmäsin ongelmaan. Kuinka määritellä, mitä sävyjä valitsen? Pian koko tutkimus paisui liian mittavaksi, sillä jokaisesta perusväristä syntyikin vähintään viisi eri sävyvariaatiota. Päätin sen sijaan keskittyä yhteen väriin, siniseen. Kuten aikaisemmin luvussa 4 mainittu, Crozierin väripreferenssitutkimuksen mukaan sininen on yleisimmin ihmisten suosima väri. Halusin valita värit niin, että vaikka ne kaikki olisivatkin sinisen sävyjä, niissä olisi kuitenkin tarpeeksi variaatiota (kuva 6). Osa väreistä taittuu hieman violettiin tai vihreään, mutta ne ovat silti tulkittavissa sinisen sävyiksi. Pidän myös mielessä, mitä mahdollisia vastauksia odottaisin näille väreille omien assosiaatioideni ja väripsykologiasta oppimani perusteella. En nimennyt värejä kyselyssä millään tavalla, sillä uskoin, että jos kuvailen sävyä esimerkiksi nimityksellä ”jäänsininen”, se vaikuttaisi saamiini vastauksiin. Värit olivat siis yksinkertaisesti vain numeroitu. Viittaan väreihin jatkossa kuitenkin niiden nimillä numeroiden sijaan lukemisen helpottamiseksi.



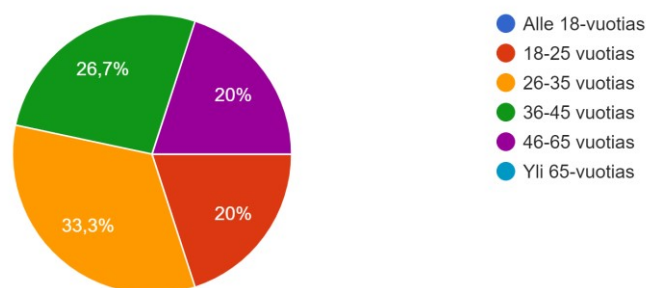
KUVA 6. Kyselyyn sisältyneet sinisen sävyt.

Loin kyselyn Google Forms -työkalulla. Kyseinen työkalu oli minulle ennestään tuttu, joten sen käyttö tuntui yksinkertaisimmalta ratkaisulta. Nettilomakkeen käytön huonoja puolia oli etenkin se, että värit näyttivät hieman erilaisilta eri näytöillä. En kokenut tätä kuitenkaan suureksi ongelmaksi. Aluksi pyysin vastaajilta hieman taustatietoja: heidän ikänsä ja sukupuolensa. Annoin vastaajille myös vaihtoehdon olla halutessaan ilmaisematta sukupuoltaan. Sitten pyysin heitä kuvailemaan lyhyesti, mitä tunteita, ajatuksia tai merkityksiä seuraavat värisävyt heissä herättivät. Levitin tutkimusta muutamissa WhatsApp-ryhmissä sekä omissa sosiaalisen median profiileissani. Tiesin, että ihmiset eivät ehkä olisi yhtä halukkaita vastaamaan avoimiin kysymyksiin kuin ennalta määritettyihin vastausvaihtoehtoihin, mutta koin tärkeäksi olla rajoittamatta tai ohjailematta osallistujien vastauksia.

Kysely oli avoinna muutaman viikon ajan. Vaikka en odottanutkaan suurta vastausmäärää, minut yllätti se, kuinka vähän vastauksia kyselyyn sain. Useasta levityskanavasta huolimatta sain kerättyä vain 15 vastausta. Ikäjakaumasta päätellen kysely oli tavoittanut eniten 26–35-vuotiaita (kuva 7). Vastaajien sukupuolijakauma oli hyvin naispainotteinen, mikä ei oikeastaan tullut minulle yllätyksenä (kuva 8).

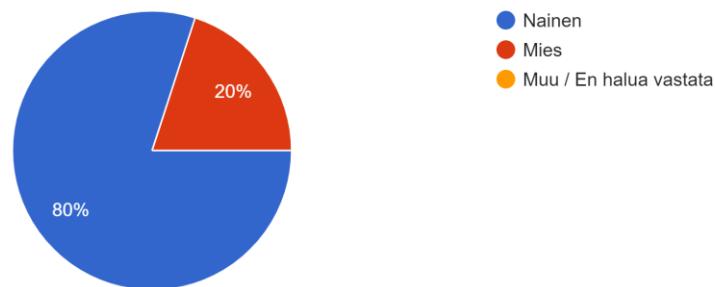
Kuinka vanha olet?

15 vastausta



KUVA 7. Vastaajien ikäjakauma.

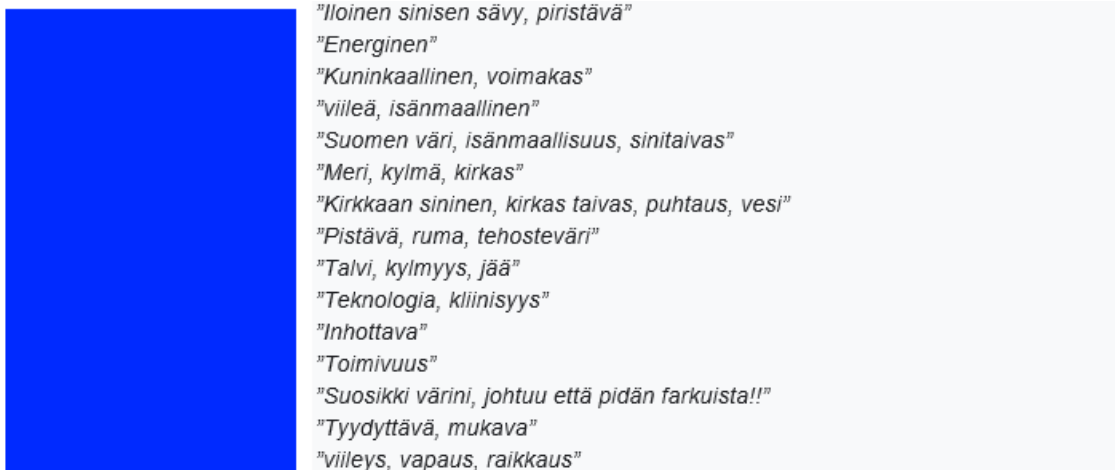
Oletko
15 vastausta



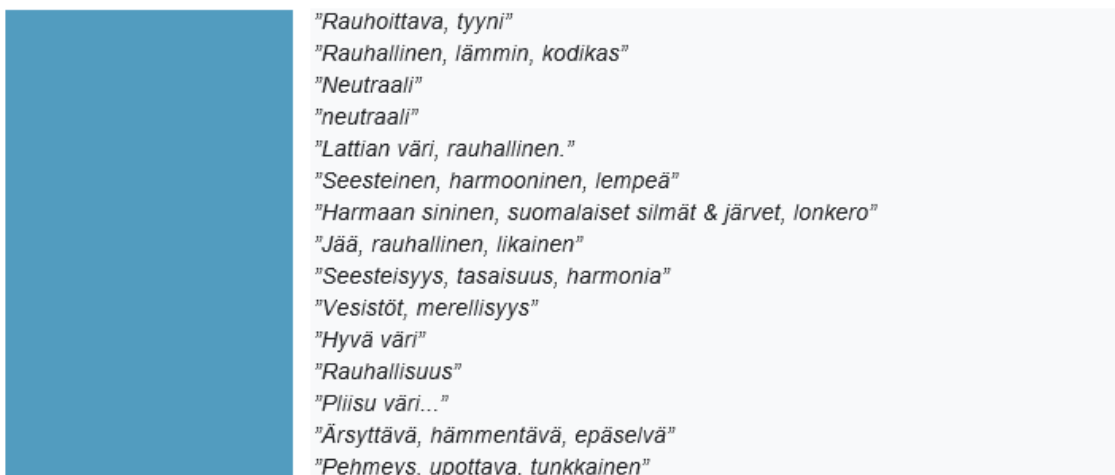
KUVA 8. Vastaajien sukupuolijakauma.

Pelkäsin, että näin pienellä vastaajamäärällä en saisi tehtyä tutkimuksesta minkäänlaisia johtopäätöksiä. Huomasin kuitenkin selviä trendejä jo näinkin pienestä otannasta. Osa odotuksistani piti paikkansa, osa ei. Osaan kysymyksistä sain yllättävän samankaltaisia vastauksia. Yllätyin siitä, että vaikka suurin osa vastaajista oli kuvaillut värejä lähinnä positiivin termein, lähes jokainen väri sai osakseen myös muutaman vahvan negatiivisen reaktion. Luokittelin vastaukset oman arvosteluni mukaan aihepiireittäin ja tarkastelin, millaisia teemoja tuli esiin.

Odotin sinisen sävyjen tuovan kyselyyn osallistuneille mieleen erityisesti talven sekä kylmyyden, isänmaallisuuden, vesistöt ja Suomen luonnon. Uskoin muutamia kirkkaita sävyjä lukuun ottamatta vastaajien kokevan sävyt suhteellisen neutraaleina ja miellyttävinä. Ensimmäisen kysymyksen sähkönsininen (kuva 9) jakoi mielipiteitä ehkä kaikista eniten. Osa vastaajista koki sen energisenä ja piristävänä, osa taas rumana ja inhottavana. Kuten etäkäteän oletin, moni vastaaja mainitsi isänmaan tai Suomen erityisesti juuri tämän sävyn kohdalla. Toisen kysymyksen murretun sinisen (kuva 10) vastaajat kokivat hyvin neutraalina, seesteisenä ja rauhallisena. Se sai runsaasti positiivisiksi koettavia reaktioita. Jyrkkänä kontrastina osa vastaajista ei pitänyt lainkaan väristä ja kuvaili sitä ärsyttäväksi ja tunkkaiseksi.



KUVA 9. Sähkönsininen.



KUVA 10. Murrettu sininen.

Kolmannen kysymyksen tummansininen (kuva 11) toi vastaajille mieleen meren ja tumman tähdettömän yön. Se koettiin arvokkaana ja liitettiin auktoriteetteihin, kuten poliisiin. Sävy on itseasiassa tuttu Fazerin sinisen käärepaperista, mutta ainoastaan yksi vastaajista yhdisti sen suklaaherkkuun. Neljännen kysymyksen laventelinsinisen (kuva 12) vastaajat kokivat hentona, herkkänä, rauhallisena ja miellyttävänä. Erityisesti tässä kysymyksessä korostuivat vastaukset, joissa osallistujat eivät niinkään kuvailleet reaktioitaan väriin, vaan itse väriä. Moni vastaus kuvaili väriä sanoin pastelli ja neutraali. Laventelin sävy toi muutamalle mieleen kukkakedon ja kukinnot. Viidennen kysymyksen violetinsininen (kuva 13) sai hyvin samankaltaisia vastauksia kuin aiemmassa kysymyksessä ollut tummansininen. Vastaajat kuvailivat sitä tummaksi ja synkäksi, mutta myös arvokkaaksi. Osalle se toi mieleen yötaivaan, ja osa koki sen myös rentouttavana.



"Suosikki-sininen, tuo mieleen suklaan"
"Lämmin, tumma, rauhoittava"
"Syvä, meri"
"tunnelmallinen, haikea"
"Meri, hieman synkkä, tummat vedet."
"Tumma, synkkä, muumimörkö"
"Tumman sininen, yö, tähdetön taivas"
"Yö, mystinen, royal"
"Raju, raskas"
"Auktoriteetit, ilta/yö"
"Parempi kuin ensimmäinen"
"Arvokas"
"Poliisi tulee mieleen."
"Epäselvä"
"Kylmä olo, kovuus"

KUVA 11. Tummansininen.



"Kesäinen taivas, hieman utuinen, kuulen tuulen lehyttelevän puissa."
"Kevyt, iloinen, lapsellinen"
"Miellyttävä, neutraali, söpö"
"kepeä"
"Pastelli, herkkä, pehmeä"
"Pastelli, söpö, hento"
"Sininen hetki, meri, aallot"
"Kukka, lämmin, hento"
"Kukkaketo, laventeli, rauha"
"Kukinnot, hempeys ja herkkyys"
"Suosikkiväri"
"Herkkä"
"Monesti pestyt farkut."
"Ärsyttävä, hämmentävä, kirkas"
"Hempeyttä, rauhallisuutta, pehmeyttä"

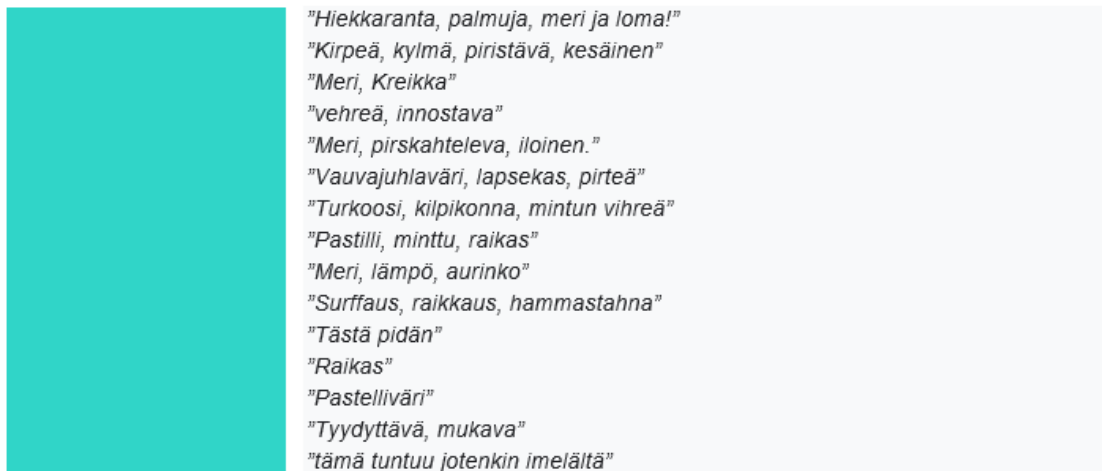
KUVA 12. Laventeli.



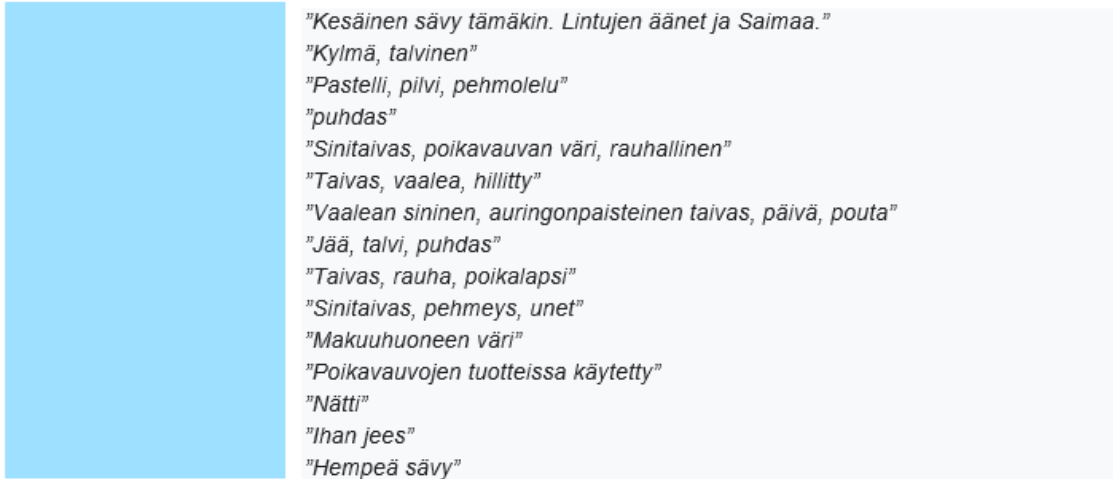
"Talvinen yötaivas, tämä myös rauhallinen sävy."
"Pehmeä, rentouttava, lämmin"
"Syvä, tumma, merenpohja"
"synkkä"
"Tummat vedet, yö taivas"
"Tumma, synkkä, pimeä"
"Öljyn sininen, pimeys, painostava, tumma vesi"
"Keskiyö, royal, arvokas"
"Ilta/yö, juhlallisuus"
"Liian tumma"
"Arvokas, arvostettu"
"Lähes musta."
"Meh"
"Jyrkkyys, voimakas kontrasti"

KUVA 13. Tumma violetinsininen.

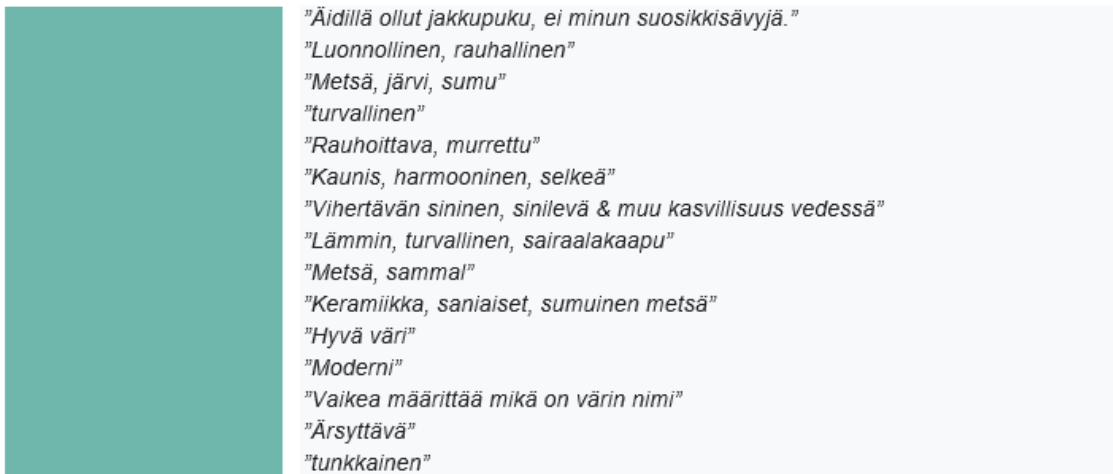
Kuten oletinkin, kuudennen kysymyksen turkoosi (kuva 14) muistutti vastaajia merestä, lomasta ja auringonpaisteesta. Tähän mahdollisesti saattoi vaikuttaa myös kyselyn ajankohta, sillä useat suomalaiset tavallisesti matkustavat etelän lämpöön juuri alkutalvesta. Väriä kuvattiin myös piristävaksi ja iloiseksi. Yllätyin siitä, että muutama yhdisti kirkkaan värin hammastahnaan, minttuun ja raikkauteen. Seuraavaan, seitsemänteen kysymykseen valitsin kylmän jäänsinisen (kuva 15). Odotusteni mukaan väriä kuvailtiin kylmäksi ja talviseksi. Yllättävää kyllä, yksi vastaajista koki värin täysin päinvastoin kesäisenä värinä. Hyvin monelle vastaajalle sävy toi mieleen taivaansinisen. Perinteiset stereotypiat tyttöjen ja poikien väreistä tulivat myös esille, sillä usea vastaaja kuvaili erityisesti tätä sävyä poikavauvojen väriksi. Viimeisen kysymyksen sinivihreän sävyn valitsin erityisesti siksi, että odotin sen aiheuttavan negatiivisia reaktioita sekä muistuttavan ihmisiä laitospöytä sairaaloista. Olin kuitenkin väärässä sillä suurin osa vastaajista koki sävyn rauhallisena ja turvallisena. Se muistutti vastaajia metsistä, sammaleesta ja saniaisista. Vain yksi vastaaja mainitsi sairaalakaavun, eikä sekään vaikuttanut niinkään negatiiviselta reaktiolta. Ehkäpä sinivihreän liittäminen sairaaloihin on ennemminkin amerikkalaisista sairaalasarjoista syntynyt käsitys, eikä siis edusta hyvin suomalaista mielenmaisemaa.



KUVA 14. Turkoosi.



KUVA 15. Jäänsininen.



KUVA 16. Sinivihreä.

6 POHDINTA

Valitessani tutkielmani aiheen en tiennyt siitä etukäteen paljoakaan. Tiesin aiheen olevan valtavan laaja, mutta luulin pystyväni rajaamaan sen niin selkeästi, ettei siitä tulisi ongelmaa. Olin kuitenkin väärässä. Tehdessäni taustatyötä minun oli hyvin vaikea rajata aihetta ja jättää asioita pois lopullisesta tekstistä, sillä kaikki tämä tieto tuntui olevan merkityksellistä aiheen ymmärtämisen kannalta. Omaksuin myös valtavasti mielenkiintoisia yksityiskohtia, joita olisin halunnut sisältää tutkielmaani, mutta en voinut niitä mitenkään perustella. Esimerkiksi sain selville, että termi myrkyinvihreä syntyi, kun pigmenttiä nimeltä Scheele's Green käytettiin tekstiilien ja tapettien värjäämiseen. Ikävä kyllä pigmentti sisälsi arsenikkia, joka sitten lopulta sairastutti valtavan määrän ihmisiä. Vaikeuksista huolimatta olen oppinut valtavasti. Minusta tuntuu siltä, että mitä enemmän aiheesta luen, sitä enemmän haluan oppia ja tietää lisää. Kokonaisuudessaan opinnäyteyöni parissa työskentely on ollut hyvin palkitsevaa.

Värien merkitys graafisessa suunnittelussa – Kuinka ymmärtää värien psykologista ja symbolista arvoa? Sainko siis vastauksen kysymykseeni? Kyllä ja ei. Opin paljon uutta, ja toivottavasti olen onnistunut jakamaan oppimaani myös muille kirjoittamani avulla. Uskon, että omaksumastani tiedosta on tulevaisuudessa hyötyä sekä työelämässä että muilla elämänalueilla. Huolimatta siitä, että opin paljon väripsykologiasta, opin myös sen, että kukaan ei voi ymmärtää värien psykologista ja symbolista arvoa täydellisesti. Aiheeseen liittyy yksinkertaisesti liian paljon vivahteita, jotka vaihtelevat kulttuuri-, yhteisö- ja yksilötasolla.

Minut yllätti ehdottomasti se, kuinka vähän niin sanotusti varmistettua tietoa aiheesta on. Minusta tuntui, että aina luettuani tutkimuksen tai artikkelin, jossa todettiin jotakin, pian jo törmäsin toiseen tutkimukseen, joka kumosi ensimmäisen. Aiheen tutkiminen oli toisinaan kuin jatkuvaa oravanpyörää. Lukemani perusteella vaikutti todennäköiseltä, että värien vaikutus ihmiseen on todellinen. Koin kuitenkin lähes mahdottomaksi löytää aiheesta tutkimuksia, jotka eivät olisi todenneet tulosten olevan liian puutteellisia tai tulkinnanvaraisia ilmiön todistamiseksi. Tämä johtunee jälleen aiheen subjektiivisuudesta.

Edellä mainitun takia minulla heräsi kysymys siitä, missä menee tieteen ja uskomuksen raja. Uskon väripsykologian vaikutuksen ihmiseen perustuvan lähinnä yksilön ja yhteisön kulttuuriin ja niiden

omakohtaisiin assosiaatioihin. Nämä ovat hyvin käsitteellisiä asioita, eikä niitä oikein voi tieteellisesti kategorisoida. Fyysisiä reaktioita, kuten verenpainetta ja hengitystiheyttä, on helppoa mitata, mutta kuinka tiede voisi luotettavasti mitata emotionaalisia reaktioita? Näihin kysymyksiin on ehkä mahdotonta saada definiitivistä vastausta.

Pohtiessani millaisen tutkimuksen haluaisin toteuttaa osana tutkielmaani, mieleeni tuli toinen toistaan suurempia ja hienompia ideoita, jotka olivat suoraan sanottuna toteutuskelvottomia. Optimaalisissa olosuhteissa, täydellisessä maailmassa, toteuttaisin laajan kokeen, jossa selvittäisin suomalaisen värisymboliikan ja assosiaatioiden eroavuutta muihin kulttuureihin useissa eri värisävyissä ja suurella otannalla. Tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista.

Toinen jälkiviisauteni tutkimuksen osalta oli se, että olisin voinut toteuttaa haastattelun kyselyn sijasta. Lukiessani lähdemateriaalia törmäsin useisiin suomalaisiin väritutkijoihin, mikä tarkoittaa, että kyllä täältä koto-Suomestakin löytyy osaamista alalla. Uskon, että olisi ollut mahdollista onnistua sopimaan haastattelu, jos olisin heti tutkielman kirjoittamisen alkumetreillä ryhtynyt selvittämään sen toteutusta. Mahdollisesti haastattelu olisi voinut myös sivuta tutkielman kirjoittamisen aikana minulle herännyttä kysymystä siitä, missä kulkee tieteen ja uskomuksen raja.

LÄHTEET

Alter, Adam 2013. Drunk tank pink and other unexpected forces that shape how we think, feel, and behave. New York: Penguin Books.

Arnkil, Harald 2007. Värit havaintojen maailmassa. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Charkraborty, Abhishek 2017. The Isolation Effect: Why we notice the red tomato, and ignore all the green ones. Viitattu 1.11.2020, <https://medium.com/@coffeandjunk/design-psychology-isolation-effect-a54e5b3dca0>.

Clarke, Tom & Costall, Alan 2006. The Emotional Connotations of color: A Qualitative Investigation. Researchgate. Viitattu 3.11.2020, https://www.researchgate.net/publication/229661860_The_emotional_connotations_of_color_A_qualitative_investigation.

Crozier, W. Ray 1999. The meanings of colour: preferences among hues. Emerald Insight. Viitattu 2.11.2020, <https://www-emerald-com.ezp.oamk.fi:2047/insight/content/doi/10.1108/03699429910252315/full/html>. (vaatii käyttöoikeuden)

Elliot, Andrew J. & Niesta Daniela 2008. Romantic Red: Red Enhances Men's Attraction to Women. Viitattu 25.11.2020, <https://www2.psych.ubc.ca/~schaller/Psyc591Readings/ElliotNiesta2008.pdf>.

Gilliam, James & Unruh, David 1988. The Effects of Baker-Miller Pink on Biological, Physical and Cognitive Behaviour. Viitattu 27.4.2020, <http://www.orthomolecular.org/library/jom/1988/pdf/1988-v03n04-p202.pdf>.

Hintsanen, Päivi 2020a. Coloria – Henkilöt: Johann Wolfgang Von Goethe. Viitattu 30.11.2020, <https://www.coloria.net/henkilot/goethe.htm>.

Hintsanen, Päivi 2020b. Coloria – Väriterapia Ja Värien Parantava Voima. Viitattu 23.11.2020, <https://www.coloria.net/kulttuurit/terapia.htm>.

Hintsanen, Päivi 2020c. Coloria – Suomalaiset. Viitattu 17.12.2020, <https://www.coloria.net/kulttuurit/suomalaiset.htm>

Hintsanen, Päivi 2020d. Coloria – Värien Tutkijat, Kehittäjät Ja Valmistajat. Viitattu 18.11.2020, <https://www.coloria.net/historia/henkilot.htm>.

Huttunen, Martti 2005. Värit pintaa syvemältä. Helsinki: WSOY.

Itten, Johannes 1970. Värit taiteessa: värien subjektiivinen kokeminen ja objektiivinen tunnistaminen johdatuksena taiteeseen. Suom. Kare, Antero. Helsinki: Taide.

Kaya, Naz & Epps, Helen H. 2004. Relationship between color and emotion: A study of college students. Academia. Viitattu 3.11.2020, https://www.academia.edu/3880952/RELATIONSHIP_BETWEEN_COLOR_AND_EMOTION_A_STUDY_OF_COLLEGE_STUDENTS.

Kielitoimiston sanakirja 2020. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. Viitattu 22.10.2020, <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/>.

Lee, Soojin & Westland 2017, Stephen. Does colour really affect pulse rate and blood pressure? Viitattu 27.4.2020, http://stephenwestland.co.uk/pdf/lee_westland_AIC2015.pdf.

Nygren, Jussi 2007. Näköaisti. Yle. Viitattu 5.5.2020, <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2007/01/18/nako-aisti>.

O'Connor, Zena 2009. Colour Psychology and Colour Therapy: Caveat Emptor. Academia. Viitattu 16.11.2020, https://www.academia.edu/590819/Colour_psychology_and_colour_therapy_Caveat_emptor_in_Color_Research_and_Application_36_3_pp229_234_2011.

Singh, Satyendra 2006. Impact of color on marketing. Emerald Insight. Viitattu 17.10.2020, <https://www-emerald-com.ezp.oamk.fi:2047/insight/content/doi/10.1108/00251740610673332/full/html#loginreload>.

University of British Columbia 2009. Effect of Colors: Blue Boosts Creativity, While Red Enhances Attention to Detail. ScienceDaily. Viitattu 27.4.2020, <https://www.sciencedaily.com/releases/2009/02/090205142143.htm>.

Wetzer, Hannele 2000. Värivaaka. Helsinki: Tammi.

Ylikarjula, Simo 2014. Värillä on väliä: värien symboliikkaa ja merkityksiä. Vantaa: Katharos.