

STUDIO IHMEPEILI

VALOKUVAAJA HANNA-KAISA HÄMÄLÄINEN

www.ihmepeili.com
hanna-kaisa@ihmepeili.com
puh. 0400-807561

KUVAN MERKITYS VIESTINNÄSSÄ ,12.4.2011

Elämme aikakautta, jota leimaa valtava kuvan lumo.

Halu nähdä ja olla nähtävissä.

Olemme päivittäin keskellä tuhansia visuaalisia viestejä.

INFOÄHKY, emme pysty sulattamaan kaikkea näkemäämme.

Kuvien määrä on kasvussa koko ajan.

Jotta kuvilla voi erottua, on kuvia käytettävä suunnitelmallisemmin, on tehtävä vähemmän kuvia.

Kuvan merkitystä viestinnässä ei voi aliarvioida!

KUVA & YMPÄRISTÖ

Hyvä kuva latistuu huonosti taitetussa ympäristössä, ja joskus huonompikin kuva pääsee oikein taitettuna hyvin esille.

TEKSTI VETOAA JÄRKEEN, KUVA TUNTEISIIN.

**TEKSTIN JA KUVAN PITÄÄ OHJATA LUKIJAN MIELIKUVAA
HALUAMAAMME SUUNTAAN.**

Suunnittellessa yrityksen visuaalisuutta:

tarjottava sitä, mitä asiakas osaa odottaa ja etsiä, mutta vielä tärkeämpää pyrkiä ylittämään nuo odotukset.

Ihmiset pitää houkutella ja herätellä mielenkiintoisella visuaalisuudella.

Yrityksen visuaalisuuden on tuettava yrityksen tehtävää.

- 1) Tuote, mitä haluamme kuvilla tiedottaa?
- 2) Kohdeyleisö, kenet kuvilla halutaan tavoittaa?
- 3) Mihin kuvia tarvitaan? Netti / FB / esite?
- 4) Mitkä ovat resurssit, budjetti?
- 5) Kenen kanssa kilpailemme?
- 6) Mikä on tavoite?

Näiden asioiden pohjalta valitaan tyyli, jolla viesti menisi parhaiten läpi.

TYYYLI muodostuu kaikkein näkyvien elementtien muotoilusta

Kuvat + typografia + värit + tilankäyttö

Kun tunnetaan kohderyhmä, löydetään siihen sopiva visuaalisuus ja tyyli.

Viestintä onnistuu kuvilla parhaiten, kun lähettäjä puhuttelee vastaanottajaa samalta tasolta.

KUVAAJAN KANSSA POHDINTOJA:

- 1) Mitä kuvataan, mihin tarkoitukseen?
- 2) Kuka tekee kuvausjärjestelyt?
- 3) Milloin kuvataan, mihin vuodenaikaan?
- 4) Tarvitaanko kuviin henkilöitä?
Vaatetuksen, meikkien, yksityiskohtien merkitys
- 5) Miten erottua, millainen tyyli sopisi teille?

Hyvä visuaalinen suunnittelu voi moninkertaistaa huomioarvonne!

~~~~~