



Det är sug i färg. Troligen har dina ögon redan sökt upp och noterat innehållet i de två färgbilderna på det här uppslaget. Rätt använt är färg ett kraftfullt verktyg som kan användas för att styra inte bara läsarens blick, utan även hennes känslor.

Sätt färg på tillvaron

Färg är upplevelse.

Från det att reflekterande ljusstrålar når våra ögon till det att hjärnan tolkar synintrycken som färg, är det en upplevelse.

Vi upplever färger som varma eller kalla, aktiva eller passiva och ger dem dessutom gärna en symbolisk betydelse.

Färg upplevs ofta som vackert. Så vackert att det ibland kan lyfta vilken sida som helst. Men den estetiska aspekten räcker sällan när vi använder färg i tidningen. Det ska ligga mer bakom än så när vi använder en sådan stark effekt.

Tänk dig istället en funktionell och rationell användning av färg för igenkännande eller för att binda samman och organisera objekt eller sidor i tidningen – då kommer det vackra på köpet.

För igenkännandet, framför allt tidningens grafiska identitet, är färg ett utmärkt och ef-



Glasglad. Färg kan förmedla sinnesstämningar. Det är till exempel lätt att bli på gott humör i denna inglasade hotellreception i Nice.



Grön. Metro har en tydligt grön logotyp. Det gör den lätt att känna igen.



Färgkodad. Att Sportbladet är en bilaga till Aftonbladet syns på den gula logotypen. Att den handlar om sport syns (för den kunnige) på det rosa papperet (precis som på den ledande italienska sporttidningen La Gazzetta dello Sport).

■ **LESS IS MORE** är ett uttryck som myntades av den tyske Bauhaus-arkitekten Ludwig Mies van der Rohe. Parollen beskriver vikten av renhet i färg och form för att uppnå skönhet.

Faktaruta inom tunn färgad ram

Faktaruta på färgad platta

fektivt verktyg. För många tidningar är färgen kopplad till identiteten. Kan du till exempel tänka dig Aftonbladet Sportbladet utan sitt rosa papper eller Metro utan sin karaktäristiskt gröna logotyp? Vid val av dominerande färg, och då kanske framför allt i tidningens logotyp, tas ofta hänsyn till färgpsykologin.

Färgpsykologi kan synas vara av akademiskt intresse, men en del färger har så starka symbolvärden att de knappast går att ignorera. En starkt konservativ morgontidning skulle till exempel aldrig kunna vara dominerande röd – i varje fall inte i Sverige.

Men man ska heller inte ta färgernas symbolvärden på för stort allvar, de skiftar förstås med läsarens kulturella bakgrund, ålder, samhällsklass och även med sinnesstämning när tidningen läses. Så några definitiva regler finns inte. En liten genomgång av färgernas symbolvärden finner du på sidorna 50 och 51.

Kanske är det bara sunt förnuft som gäller när du beslutar vilka färger som ska användas.

Då är det faktiskt betydligt viktigare **hur** färgerna används i tidningen.

Använd färgen funktionellt

Generellt kan vi väl säga att färg i tidningen inte är något man tanklöst slösar med. Var sparsmakad och lägg på färgen med eftertanke. *Less is more.*

Men om du bestämt att något är tillräckligt viktigt för att vara i färg, så ska du inte vara för snål. Färgelementet ska lyfta från sidan och fånga läsarens öga och det gör det bara om man tar i lite. Jämför till exempel en tunn färgad ram runt en faktaruta med en tonplatta under densamma. Den tunna ramen kan man både ha och mista, men tonplattan gör underverk för uppmärksamheten.

När det gäller att ge olika objekt i tidningen uppmärksamhet, att lyfta fram det viktiga, använder de flesta tidningar en på förhand framtagen färgpalett. Vilka färger man då använder och kombinerar beror till stor del på vilket tonläge man vill ha i tidningen.

Nyans, mättnad och ljushet

Vanligast är att använda så kallade monokroma färgskalor. Man bestämmer helt enkelt en nyans i färgcirkeln, till exempel blå, och ger den olika mättnad och ljushet. Svagare mättnadsgrad och högre ljushet ger pastellfärger i lugna färgskalor som många gånger passar bra om tidningen vill hålla en lägre profil.

Vill du vara lite mer vågad kombinerar du olika nyanser i färgcirkeln. Nyanser från samma kvadrant i färgcirkeln går ton i ton och passar alltid bra ihop. Kombinationer från närliggande kvadranter står i kontrast till varandra och ger ett livligt intryck.

Vill du någon gång ropa ut ett budskap väljer du nyanser från motsatta kvadranter i färgcirkeln. Det åstadkommer en mycket stark kontrast, den starkaste är mellan rött och grönt. Men var försiktig, färger som passar illa ihop kombinerat med för stark mättnad kan ge ett alltför skrikigt och oseriöst intryck.

Exempel på hur man skapar harmonier med färgcirkeln kan du se på sidorna 50 och 51.

Färger kan hjälpa

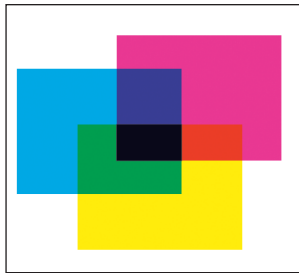
Att arbeta med en färgpalett har också andra



Färgglad. I featureredigering är det vanligt att hämta en eller två färger ur bilden till rubrik eller grafiska signaler. Detta kopplar ihop sidan och bilden och skapar sammanhang.

fördelar. Använder du färgerna metodiskt så lär sig läsaren så småningom vad de betyder och det underlättar orienteringen i tidningen. Det är således ett utomordentligt verktyg för att organisera och binda samman objekt på dina sidor eller i tidningen. Men var konsekvent, annars fungerar inte pedagogiken.

Sist men inte minst underlättar färgpalettarna layoutarbetet då du inte behöver leta nya färger för varje sida. Det spar en massa tid och gör jobbet så mycket enklare.



Subtraktiv blandning. Magenta + gult blir rött. Cyan + magenta blir blått. Cyan + gult blir grönt. Blandar du alla tre blir det svart. Detta är CMYK-blandningen för tryck.



Additiv blandning. Rött + grönt blir gult. Grönt + blått blir cyan. Rött + blått blir magenta. Blandar du alla tre blir det vitt. Detta är alltså RGB-blandningen (bildskärm).

Så trycks färgen

Färg i tidningar får man genom en teknik som kallas *färgfärgstryck*. Det bygger på en färgblandning som kallas *subtraktiv*. Namnet härleds ur det faktum att ju fler färger som blandas, desto färre ljusstrålar reflekteras. Om alla grundfärgerna läggs ovanpå varandra blir det ingen reflektion och ytan uppfattas som svart.

De grundfärger, *primärfärger*, som används vid färgfärgstryck är cyan, magenta och gul. Rent svart läggs till bland annat för att texten ska bli skarp. När man fastställer färgblandningar kallas de för *CMYK-färger* efter engelskans cyan, magenta och yellow. K står för key color, i de flesta fall svart.

Andra kulörer blandas med procentsatser, *tonvärden*, av primärfärgerna. Vill du exempelvis ha fram skogsgrönt blandar du cyan 85 procent, magenta 20 procent, gul 100 procent och svart 0 procent.

För dator- och tv-skärmar använder man sig av en annan typ av färgblandning, den *additiva*, och får *RGB-färger*. Här är rött, grönt och blå(violett) primärfärgerna.

Viktigt att notera i sammanhanget är att bildskärmen kan visa fler färger än vad som är möjligt att trycka i en tidning. Man säger att RGB har en större färgrymd än CMYK. Inten-

siva mättade färger som man kan blanda till på skärmen blir helt enkelt gråare och tråkigare när de trycks.

Varken subtraktiv eller additiv färgblandning säger egentligen någonting om hur ögat uppfattar olika kulörer. En viss CMYK-blandning kan ge olika intryck med olika sorters papper, tryckfärger och mellan skilda tryckpressar.

Layoutprogrammet stöder i allmänhet både RGB och CMYK, men när man arbetar för en dagstidning ska man endast blanda färger i CMYK-läge. På de flesta tidningar finns dock alla färger du ska använda redan färdigblandade i layoutprogrammets färgpalett.

Förutom CMYK används även *dekorfärger*, som definieras efter systemet Pantone Matching System, PMS. Tryckeriet köper helt enkelt en sådan färdigblandad färg och använder den i en tryckpress. Då kan man välja vilken färg som helst, även metallic och klarlack. Dekorfärger används när den sökta färgen inte går att trycka med CMYK eller när det är viktigt att färgerna återges exakt.

Dekorfärger är dock sällan aktuella för dagstidningar.

För systematisk namngivning av färger finns det andra standarder, bland annat det svenska färgsystemet, NCS (Natural Colour System). NCS bygger på undersökningar av människans perception av färger och har sina rötter i Johann Wolfgang Goethes färgteorier. NCS används bland annat inom arkitekturen. Även NCS bygger på en färgcirkel och använder begreppen nyans, mättnad och ljushet.



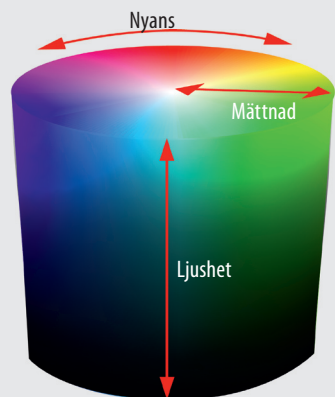
Exakt. Med ett namngivningssystem som Pantones råder det aldrig någon tvekan om vilken färg man pratar om.



Mätbart. Arkitekter och andra som använder sig av NCS-systemet kan läsa av färger "i verkligheten" med en sådan här färgläsare.

Färgcirkeln

Färgcirkeln är ett logiskt och intuitivt sätt att beskriva färg. Egentligen är färgcirkeln tredimensionell och borde kanske kallas färgcylindern. Med denna modell definierar vi färger utifrån tre faktorer: **nyans**, **mättnad** och **ljushet**.



Anledningen till att man använder färgcirkeln är att den är lätt att förstå och att det är enkelt att få konsekvens i sina färgval.

Varje färg som definieras utifrån färgcirkelvärden har sin motsvarighet i RGB och i CMYK. I CMYK blir dock omfånget begränsat, beroende på tryckmediets begränsningar.

Modellen finns tillgänglig i Illustrator och Photoshop, men tyvärr inte i InDesign.

1. NYANS

Nyansen mäts i grader, från 0 till 360. Det är nyansen som avgör om det till exempel är en röd, blå eller grön färg vi definierar.

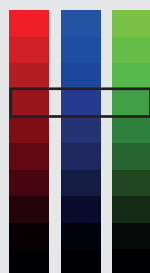
2. MÄTTNAD

Mättnad mäts i procent. Vid 100 procents mättnad är färgen så mättad den kan vara, vid 0 procent är den grå (någonstans från svart till vitt, beroende på ljushet).

3. LJUSHET

Ljusheten mäts också i procent. Vid 0 procent är det svart, vid 100 procent är den så ljus den kan bli (helt vit om mättnad ställs till 0).

Några exempel



Samma nyans och mättnad, men olika ljushet.



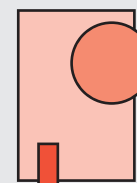
Samma nyans och ljushet, men olika mättnad.

Olika nyanser med samma mättnad och ljushet.

Att skapa harmonier med färgcirkeln

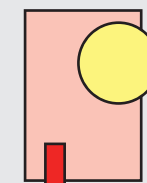
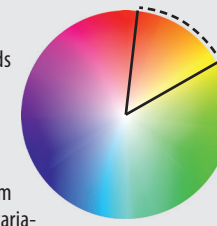
Monokromatisk färgpalett

I en monokromatisk palett används samma nyans men med variationer i ljushet och mättnad. Den ger ett enhetligt och elegant intryck, och den kan användas för att skapa ett stämningsläge för hela produkten. Men den monokromatiska paletten kan också upplevas som lite trist och enahanda. Det är svårt att få fram signalfärger som drar blickarna till sig.



Analog färgpalett

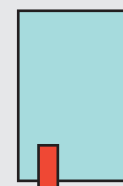
I den analoga paletten används nyanser som ligger nära varandra i färgcirkeln, inom en bestämd sektor. En nyans bestäms som dominerande färg medan andra används som kontraster och signaler. Med variationer i ljushet och mättnad kan en enhetlig och användbar palett skapas. Dock saknas de kontrast- och signalmöjligheter som de komplementära och triadiska paletterna erbjuder.



Komplementär färgpalett

I den komplementära paletten väljer man en färg som dominant, gärna med hög ljushet och hög mättnad, och en starkare komplementfärg som ska användas som signalfärg (komplementfärg finns på motsatt sida av färgcirkeln).

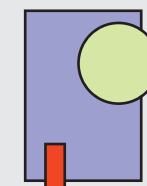
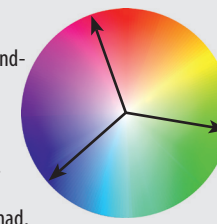
Denna palett ger maximal färgkontrast och ger mycket tydliga grafiska signaler, med högt uppmärksamhetsvärde.



Triadisk färgpalett

Tre nyanser, så långt från varandra som möjligt i färgcirkeln, ger en triadisk palett. Detta ger inte lika hög kontrast som den komplementära paletten. Två av färgerna bör användas med hög ljushet och hög mättnad, medan en utses till signalfärg, med full mättnad.

Annars är det lätt att paletten ger ett skrikigt och påträngande intryck.



Färgade av vår kultur

När man använder färg i massmedier är det viktigt att ha klart för sig vilka associationer människor har till de olika färgerna.

Detta är kulturellt betingat och genomgången här beskriver färgernas symbolvärde i den västerländska kulturen. I till exempel Indien eller Kina finns helt andra associationer till färgerna. Det kan vara bra att ha i bakhuvudet i vårt mångkulturella samhälle.

■ **RÖTT** är kärlekens och blodets färg. I västvärldens kultur associeras den till passion, lidande, temperament och hetta. Politiskt symboliserar den väster och radikalism.

Det är en stark signalfärg och används ofta för att få människor att fatta snabba beslut, t ex "Läs här!", "Tryck på den här knappen!" eller "Köp nu!". Rött är färgen som varnar för faror och för att visa att något är förbjudet.

Rött bör användas sparsamt för att inte förlora sin kraft.

■ **GRÖNT** är livets och naturens färg. Den förknippas med ungdom och lycka, men också med avundsjuka och sjukdom. En nybörjare är grön.

Grönt signalerar också miljömedvetenhet, det är ingen tillfällighet att miljöpartiet och centern har gjort färgen till sin.

I motsats till rött är grönt den tillåtande och säkra färgen. I trafiken betyder grönt ljus att vi får köra och när vi säger att något är grönt - ja, då är det ok.

■ **BLÅTT** är havets och himlens färg. Den associeras med kyla och renhet. Friskt vatten är blått, särskilt i reklamen. Det är också den manliga färgen och den signalerar snarare kyligt intellekt än varma känslor.

Den bör inte användas ihop med mat. Det finns nästan ingen blå mat.

Den blå färgen förknippas även med melankoli och depression. Då kan man ha blå, blå känslor i natten (och sjunga blues i USA).

Politiskt är det de konservativas färg.

■ **GULT** är solens färg. Den förknippas med sommar, lycka, rikedom. Färgen syns väl, sticker ut i kanske ännu högre grad än rött, därför används den till ambulanser och skyddsvästar. Tillsammans med svart signalerar gult också fara (även i naturen - getingens färger).

Gult är en stark signalfärg och bör användas med måtta i sin starkaste variant. Med hög mättnad och hög ljushet är den fin på stora ytor. För starkt gult på stora ytor kan upplevas irriterande.

■ **SVART** är egentligen ingen färg men den kan användas som en, och har så mycket symbolvärde att den ändå förtjänar sin plats här. Svart är det mystiska och det ondas färg.

Svart signalerar också makt, prestige och korrekthet. Det är svarta kostymer som styr världen.

Det är också sorgens färg och associeras med död och begravning. Svart tillsammans med rött eller orange bildar en stark och aggressiv kombination.