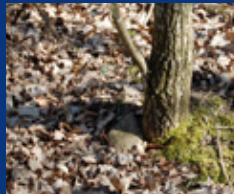


LENE BJERREGAARD

Farveordbog

– 100 farvers skjulte universelle signaler





LENE BJERREGAARD er både arkitekt, psykoterapeut og farveforsker. Allerede i 1992 stod det klart for forfatteren, at der ikke fandtes nogen bøger, der beskrev farvernes arketyperiske grundlæggende signaler. Derfor brugte hun 8-10 år på, at lære at afkode farverne og "oversætte" deres udstråling af elektromagnetisk energi til konkrete ord og følelser. Lene Bjerregaard har desuden undervist i farvekommunikation og bevidst målrettet anvendt farvepsykologi siden 1989 på uddannelses-institutioner, foreninger og i private virksomheder. Hun har også elever fra udlandet på sine egne uddannelser.

Dit redskab til bevidst farvevalg !

Hvorfor betyder "rødt lys" stop og "grønt lys" køre? Hvorfor taler vi om flyets "sorte box", når den reelt er orange? Hvorfor er det at "få det blå stempel" en godkendelse, og hvorfor "maler vi byen rød", når vi er i festligt humør?

Bogen indeholder *168 ordsprog med farver* på hovedsaglig dansk og engelsk, hvor farven erstatter en følelse, som er med til at vise de universelle farvesignaler, der forstås på tværs af kulturer.

Verdens 1. Farveordbog giver dig svarene på 100 farvers præcise betydning og farve-symbolernes ophav. Farvers basale signalværdi svarer til noder for musiktoner! Disse 100 farver har ikke været klarlagt før nu. Andre bøger indeholder max. 16 farver.

Det er også den *eneste bog*, der systematisk er rensset for personlige og kulturelle præferencer, så kun *de grundlæggende universelle arketyperiske signaler* er med.

Farves skjulte sprog taler til vor underbevidsthed. Med **Farveordbog** har du redskabet til at træffe de rette farvevalg og dermed effektivt øge værdien af din kommunikation, uanset om det er i grafisk design, tøj-design, arkitektur eller indretnings-design.

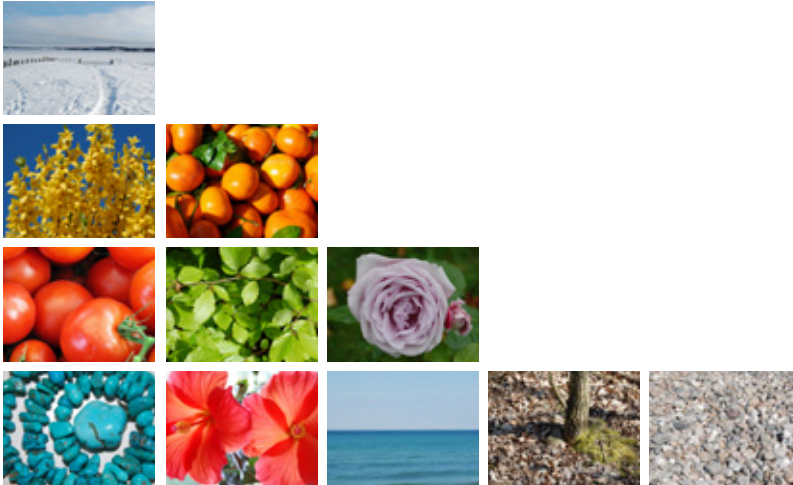
Kan bruges af alle, der arbejder professionelt med farvekommunikation, samt alle med dyb interesse for farvers betydninger.

Farveordbog er opbygget så du dels kan læse grundigt om de enkelte farver og dels bruge den som en opslagsbog, der fungerer ligesom en almindelig ordbog, så den er let at anvende i det daglige arbejde.

LENE BJERREGAARD

Farveordbog

– 100 farvers skjulte universelle signaler



ISBN: 978-87-91305-02-3

Der er ydet
sponsorstøtte fra
Akzo Nobel Deco

FORLAGET  COLOURFUL


AkzoNobel
Tomorrow's Answers Today

Farveordbog

- 100 farvers skjulte universelle signaler

© Forlaget Colourful og Lene Bjerregaard, E-bog 2012

ISBN: 978-87-91305-02-3

Farveordbog, der blev udgivet første gang i papirformat 2002, er udkommet som E-bog i 2012 med justeringer af mange nuancer i farvebjælker, samt udskiftning af alle foto, som er mere relevante for teksten.

Vær opmærksom på, at bogen læses bedst på en PC skærm i normal indstilling. E-boglæsere har endnu for dårlig en farveopløsning (2012), så nogle farvenuancer ændres markant – især de violette. Der kan forekomme lidt forskydning af enkelte linier i e-bogen i forhold til papirudgaven. Vær også opmærksom på at vinklen på skærmen kan ændre nuancen!

Foto copyright: Alle foto af Lene Bjerregaard.

Bogen er beskyttet af "**Lov om ophavsret**".

Hvis du ønsker at anvende uddrag af bogen i kommercielt øjemed eller som undervisningsmateriale, skal der indhentes tilladelse fra forfatteren. Se kontakt bag i bogen.

Anmeldelser af Farveordbog:

Inge Lynggaard, Grafisk Designer skrev:

- *"I dag har jeg endnu en gang haft brug for den viden, jeg har tilegnet mig fra din Farveordbog. Den er fantastisk brugbar."*

Martin Lindstrøm, Branding ekspert anbefaler bogen til *implementering af farver i Sensory Branding.*

Andrew Martin, som har oversat bogen til engelsk:






- *"I was impressed by the depth of the author's understanding of her subject, and how useful the knowledge she shares with us can be.*
- *I am amazed by the amount of research she has done, and the significance of how colours play an important role in all our lives.*
- *I don't think there is anything like it available, and rate it a "must-read" for everyone who is interested in the fascinating world of colours."*

Den anerkendte engelske farvepsykolog **Angela Wright**

skriver til mig om The Colour Dictionary:

- *"I found the stuff you sent me very interesting – you obviously have a profound gift for colour."*

Indholdsfortegnelse

	1. Baggrunden for bogen	5
	Hvorfor lave en farveordbog?	5
	Min personlige interesse for farver	6
	Bogens formål og målgrupper	7
	Hvordan bruges farveordbogen?	8
	2. Min arbejdsmetode	11
	Hvorfor inddrage filosofi og ordsprog?	13
	3. Hvad er farvernes skjulte sprog?	15
	Om lag i underbevidstheden, symbolsprog og arketyper	16
	Hvor anvendes farvernes skjulte signaler?	18
	4. Kriterier for udvælgelsen af farverne	21
	Hvorfor er NCS-systemet valgt?	21
	Om udvælgelsesproceduren og benævnelserne i Ordbogen	21
	Generelle signal-farve-trekanter	22
	5. Farve-Ordbogen, <i>Beskrivelse af 100 farvers signaler</i>	27
	Gul	27
	Orange	35
	Rød	41
	Brun	51
	Violet	55
	Blå	63
	Turkis	71
	Grøn	75
	Hvid	83
	Sort	87
	Grå	93
	6. Opslagsdelen	95
	7. Signal-index	161
	8. Adresser, foredrag og kurser	175



Baggrunden for bogen

Hvorfor lave en farveordbog?

Farver omgiver os overalt og vi reagerer hver dag på farvesignaler. Men hvorfor er det sådan, at „grønt lys“ betyder: kør og „rødt lys“ betyder: stop! De fleste er klar over, at farver indeholder nogle bestemte signaler, som vi ubevidst reagerer på. Større farveflader sætter os i forskellige stemninger, afhængig af farven.

Jeg tror, at begrebet „Trendfarver“ vil forsvinde, fordi der blive større fokus på vores individuelle behov. Efter min vurdering har vi alle et personligt „farvebehov.“ Det bliver vigtigt at kunne vælge hvilke farvepåvirkninger og stemninger, vi ønsker såvel i hjemmet som på arbejdspladsen. Derfor er det vigtigt med nye redskaber.

I det fremtidsforskerne kalder „Dream Society“, er stemninger af meget stor betydning. Dette gælder såvel i indretning af rum som i grafisk design og i alt andet produktdesign. Det er ikke kun en virksomheds logo, der er vigtig, også vægfarver og møblement sender signaler, om hvem virksomheden er, både til de ansatte og til kunder!

Flere fremtidsforskere har påpeget, at farver bliver et af fremtidens vigtigste salgsparemetre, netop på grund af farvernes stemningsskabende egenskaber. For at kunne målrette en stemning mere præcist og bevidst, er det vigtigt at kunne „oversætte“ stemninger til farver og omvendt.

Farver er meget synlige i al design. Her kan Farveordbogen være en hjælp.

„Farvesproget“ er dog endnu ikke kortlagt på samme måde, som musikken er med noder og forskellige tegn til tempo og lydstyrke. Ofte er farver beskrevet som noget gådefuldt og udefinerbart. Derfor finder mange det vanskeligt at finde de „farvetoner“ og sammenstillinger af farvetoner, der tilsammen „spiller“ den ønskede „farvesymfoni“ og giver den stemning, man ønsker. De fleste kan kun sige, at en farve er stemningsfuld – de kan ikke sige HVILKEN stemning den udtrykker. Eller man siger, at den farve giver rummet karakter – men ikke HVILKEN karakter.

Det vanskelige ved at arbejde med farver, er netop at sætte helt præcise ord på signalværdien.