



HÖGSKOLAN
DALARNA

Färgassociationer i Västvärlden

Colour associations of the West

Författare Sofia Backollas

Datum 2018-06-04

Examensarbete för kandidatexamen i Grafisk teknologi

Titel Färgassociationer i Västvärlden.	
Nyckelord Färgassociationer, färger, grafisk design, marknadsföring	
Författare Sofia Backollas	Datum 2018-06-04
Publicering fulltext Open Access Jag/vi medger publicering i DiVA	<input checked="" type="checkbox"/> JA <input type="checkbox"/> NEJ
Kurs Examensarbete för kandidatexamen i Grafisk teknologi (GT2047), 15 hp	
Utbildningsprogram Grafisk design – kandidatprogram, 180 hp	
Handledare Petter Kolseth, pkl@du.se	Examinator Gustav Boklund, gbk@du.se
Sammanfattning Det finns ett flertal vetenskapliga artiklar samt erfarenhetsbaserade artiklar om färgassociationer. Där vissa fokuserar på vilka associationer färger har, medan vissa andra skriver om färgkombinationer eller kulturella samt geografiska skillnader. Sedan finns också en del litteratur kring marknadsföring och färg, för att se hur viktigt detta är. Tanken med detta examensarbete var att skapa en översikt på det som har med färgassociationer att göra, då det finns en hel del litteratur kring ämnet. Samt att ta fram vilka färger som finns till utvalda associationer, men dessutom för att belysa vikten av färger inom marknadsföring. Efter litteratursökningar valdes åtta litteraturer som analyserats och sedan sammanställts med associationer och tillhörande färger i en tabell. Dessa blev sorterade efter positiva och negativa associationer samt genusassociationer. Slutsatsen är att en association kan ha multipla färger, dock kan även en färg ha multipla associationer. Där svart färg ofta är något som anses vara negativt, medan det finns andra färger såsom orange samt grön är enbart positiva. Något som är viktigt är att tänka ett steg längre när det kommer till marknadsföring, detta då färger är beroende av vilket sammanhang de används. Alltså skall man inte fokusera alltför mycket på vad en färg associeras till som enskild färg, utan ha i åtanke vilket sammanhang som denna kommer att användas istället.	
Högskolan Dalarna Postadress Högskolan Dalarna, 791 88 Falun Telefon 023-77 80 00 Hemsida www.du.se	

Thesis for Bachelor Degree in Graphic Arts Technology

Title Colour associations of the West	
Keywords Colour associations, colours, graphic design, marketing	
Author(s) Sofia Backollas	Date 04/06/2018
Course Thesis for Bachelor Degree in Graphic Arts Technology (GT2047), 15 ECTS credits	
Degree programme Graphic Design, 180 ECTS credits	
Thesis supervisor Petter Kolseth, pkl@du.se	Examiner Gustav Boklund, gbk@du.se
<p>Abstract</p> <p>There are quite a few articles that addresses the area of colour associations. Where some focus on what associations certain colours has, while others write about colour combinations or cultural and geographical differences when it gets to colour associations. Then there are articles concerning marketing and colour importance as well.</p> <p>The aim for this thesis was to create an overview of colour associations, because there is quite a bit of literature to be found about this subject. Also, to see which colours that are linked to certain associations, and to highlight the importance of colour in marketing. Eight articles concerning this subject, both scientific and experience-based articles were selected. Thereafter they were analysed and compiled into a table containing the colours associated to certain association. These tables were sorted by positive, negative and gender associations.</p> <p>The conclusion is that an association can contain multiple colours and a single colour can contain multiple associations. Black is often associated with something negative, whereas there are other colours such as orange and green that are solely positive. Something that is important to consider about marketing and colour associations is that colour is dependable in which context it is used. Which means you shouldn't focus too much on what a single colour is associated with, but instead have in mind what context said colour are to be used in.</p>	
<p>Dalarna University</p> <p>Postal address Dalarna University, SE-791 88 Falun, Sweden</p> <p>Telephone +46 (0)23-77 80 00</p> <p>Website www.du.se</p>	

Innehållsförteckning

1	Introduktion.....	5
1.1	Bakgrund.....	5
1.2	Syfte	5
1.3	Kunskapsläget.....	5
1.4	Problemformulering med frågeställningar	8
1.5	Avgränsningar	8
1.6	Problemlösning	8
2	Metod	9
2.1	Tillvägagångssätt.....	9
2.2	Urval	9
3	Resultat.....	10
3.1	Färgerna till de utvalda associationerna	10
3.1.1	Färgerna placerade enligt positiva associationer.....	10
3.1.2	Färgerna placerade enligt negativa associationer.....	13
3.1.3	Färgerna placerade enligt genusassociationer	14
4	Diskussion och slutsatser.....	16
4.1	Genusassociationer.....	16
4.2	Positiva associationer	17
4.3	Negativa associationer	18
4.4	Marknadsföringsperspektiv.....	19
4.5	Övriga spekulationer	19
4.6	Metoddiskussion	19
4.7	Slutsatser	19
4.7.1	Positiva associationer	20
4.7.2	Negativa associationer	20
4.7.3	Genusassociationer.....	20
4.7.4	Avslutningsvis.....	21
	Referenser.....	22
	Bilaga/Bilagor	24
	Bilaga 1: Sammanställning av färgassociationer.....	24

1 Introduktion

1.1 Bakgrund

Färger är något som våra ögon ser, men det är vår hjärna tillsammans med kulturen vi lever i som gör att vi associerar vissa känslor till en färg. Därav finns det ett flertal olika färger som kan associeras till samma känsla. Där färgen röd kan associeras till hetta, men också som kärlek. Men färgen i fråga kan även ses som en varning, därav används ofta färgen röd till ”stoppskyltar” ute i trafiken. Det finns en del olika förklaring till varför detta är, men saken är klar att det finns många olika associationer till just en färg. Vilket dessutom indikerar att det finns ett flertal olika färger till en och samma association.

Om man utför en litteratursökning kommer man snart bli varse om att det finns mycket information kring just detta ämne. Vilket innebär att färgassociationer är något som väcker många människors intresse, till att exempelvis veta varför just en färg har en specifik association eller vilka associationer som finns till en färg.

Något som är bra men synnerligen viktigt att veta om för en grafisk designer, är vilka associationer som färger har. Detta för att kunna göra rätt intryck på en konsument genom sin marknadsföring. Färger är dessutom viktiga för företagare för att skapa en stark image, men även för att marknadsföra en produkt – vilket ofta en grafisk designer hjälper företag med att skapa.

1.2 Syfte

Jag bestämde mig för att starta detta projekt då jag finner ämnet färgassociationer något som är fascinerande, samt viktigt för en grafisk designer. Därför ämnar jag se den eventuella kopplingen mellan färgassociationer och grafisk design, specifikt inom området marknadsföring. Detta för att upplysa vikten vid val av färg när det kommer till marknadsföring, samt för att veta vilken färg som passar bäst till en särskild känsla.

1.3 Kunskapsläget

Färger och deras associationer är viktiga att känna till, detta för att göra rätt intryck på mottagarna genom marknadsföringen. Det sägs att färger kan påverka en mängd mänskliga reaktioner, såsom igenkännande av saker samt förmågan att kategorisera något som positivt eller negativt (Sutton & Altarriba, 2016). Förutom detta är det viktigt att ha i åtanke vilket sammanhang färgen används i (Amsteus et al., 2015; Won & Westland, 2016), då det är lätt att produkten eller marknadsföringen får fel uttryck om man enbart tar en färg utan större eftertanke. Färg är alltså en viktig del när det kommer till grafisk design och marknadsföring. Där logotyper och förpackningar förlitar sig på att den grafiska designern gör rätt färgval. Färgvalet är något som används för att upprätthålla ett företags image, men

även för att ändra hur konsumenter ser ett företag (Madden, Hewett, & Roth, 2000). När det kommer till tonåringar och marknadsföring anses färg vara en mycket viktig del när det kommer till deras köpbeslut, speciellt när det kommer till kläder, elektronik, skor, väskor, klockor och skolprodukter (Akçay, 2012).

Det är även viktigt att tänka på att färger i kombination med varandra kan ge annorlunda associationer än när färgerna används ensamma. Enligt Wright (u.å.) anses till exempel färgen röd att vara en stark och snäll färg, men ses även som aggressiv. Svart däremot anses att vara en hotfull färg, då många människor är rädda för mörkret (Wright, u.å.). Det som är intressant när det kommer till dessa två färger i kombination till varandra är något glatt i Kina och därför används denna ofta till bröllopsinbjudningar i detta land (Madden, Hewett, & Roth, 2000). Detta ger en inblick att färgassociationer i Västvärlden är annorlunda ifrån andra kulturer.

Det är alltså viktigt att ha i åtanke att det finns kulturella skillnader till hur vi associerar färg. Där det skrivs att det är viktigt som grafisk designer eller marknadsförare att hålla koll på kulturella skillnader till färgassociationer. Detta för att om associationen av en färg eller färgkombination ses annorlunda i olika kulturer måste man ha en anpassad strategi, vilket innebär om man använder sig av en färg som har samma mening i andra kulturer då har man en mer genomförbar strategi (Madden, Hewett, & Roth, 2000). Det som lever och växer är i regel starka färger, medan det som dör mister sina starka färger och falnar. Därför tros det vara att man eventuellt förknippar svart eller vit till död (Karén, 1996). Dock skiljer sig betydelseerna för båda färgerna beroende på vilken kultur man befinner sig i, exempelvis betyder vit färg död i Bali medan i Europa innebär svart eller grå färg död. I Dalarna finns exempelvis en färgtradition i samband till begravningar, där gult används till att symbolisera sorg. Detta kom från att de brukade klä sig i ofärgade textilier, alltså i naturfärg, och dessa är naturligt lite åt det gulare hållet. Dock för att understryka innebörden färgades textilierna gulare. Det finns även en ingående bild som representerar vilka färger som associeras till vad beroende på var de kommer ifrån för världsdelar (McCandless, 2009).

Det finns även färgassociationer när det kommer till lukter. Där människor kan se en färg och sedan tänka sig hur någonting kommer att lukta, respektive känna en lukt och tänka sig en färg. Levitan et al. (2014) skriver om hur färger spelar en viktig roll för att känna igen dofter, där de även skriver om en ros skulle dofta lika sött om den vore blå – vilket man kanske inte skulle tycka. Detta är en del av ämnet färgassociationer som inte berörs i föreliggande rapport.

Det finns även ett flertal andra artiklar som berör ord och färgassociationer. Exempelvis har Volkova, Dolan och Wilson (2012) gjort ett lexikon som de kallar CLEX som innehåller över 2300 färgtermer, 3000 termer som representerar känslor samt 2000 koncept. Inom sin studie har de undersökt relationen mellan färger och koncept, samt mellan färger och känslor. De har gjort ett konceptkluster av färger och dess associationer till exempelvis brunt, där choklad, träd, kaffe och lera som associationer till färgen brunt (Volkova, Dolan & Wilson, 2012).

I en tidningsartikel av Steele (2015) skriver hon om färgen rosa, där hon menar att den ofta associeras som en feministisk färg men att den inte alltid

gjort det. Där hon fortsätter med att enligt en återförsäljare på 1918-talet att rosa var en för stark färg för tjejer, utan en tjejs kvaliteter passade sig bättre till blått som enligt honom var en mer nätt och känslig färg. Hennes slutsats var att färgen rosa (samt alla andra färger) har genom tiderna präglats av samhället. Veronika Koller (2008) skriver också om färgen rosa, där även hon skriver att färgen är nära relaterat till hur feminister tidigare använt färgen som ett tecken för feminism. Men hon tar även upp en fråga hon själv haft ifall färgen rosa enbart är associerad som ”tjejig” eller om den kan ha någon annan speciell betydelse. Därav skulle man kunna anta att associationerna feminism och gay till färgen rosa är något kulturellt eller påverkat av kulturen vi i Västvärlden lever i.

Akcay (2013) menar att det är viktigt att man utforskar betydelseerna samt hur de valda färgerna ses inom det rätta området i marknaden innan man släpper sin nya produkt. Detta då färger har starka influenser på hur de påverkar en konsuments process i att välja vilken produkt denne skall köpa. Färger finns överallt och blir därför en slags källa till information. Människan interagerar med andra människor och objekt i ungefär 90 sekunder, där 62–90% av denna process är baserad kring färg. Därför kan utnyttjandet av färger inte enbart särskilja företag från varandra, utan även påverka en konsuments känslor (Popa, Popescu, R. Tamba Berehoiu & S. Tamba Berehoiu, 2013). I en studie bestående av tyska konsumenter anser 68% av deltagarna att färg är viktigt när det kommer till deras val av att köpa produkter (Akcay, 2013). I samma studie skrivs att det är olika viktigt med färger när det kommer till olika områden av produkter. Färger var viktigast när det kom till exempelvis kläder och skor med mera, men att det var mindre viktigt när det kom till funktionella förhållanden – alltså datorer eller digitalkameror (Akcay, 2013).

När det kommer till igenkännande av förpackningar är det logotypen som är viktigast, men färger är det näst viktigaste elementen (Popa et al., 2013). Därför är det viktigt att man tänker på färger när man skapar sin marknadsföring och kommunikativa strategier (Akcay & Sun, 2013). Om man exempelvis ser till färgen blått associeras den till välstånd och trovärdighet, där grått associeras till styrka och exklusivitet. Enligt Madden, Kelly och Roth (2000) tros det vara därför ett flertal banker använder denna kombination av färger i deras logotyper. Användandet av färger har blivit ännu viktigare nu när fler företag och märken blir globala (Akcay & Sun, 2013).

Färg kan även användas som ett slags symbolspråk, exempelvis för att varna människor hur de skall agera runt en viss maskin eller trafiksignaler. Människans inställning till färg beror på vilka kulturer hen kommer ifrån, men också från tidsperioder (Ahnlund, 1986). Även Klarén (1996) nämner att färg kan användas som något slags symbolspråk.

En del artiklar tar speciellt fram vad det finns för associationer eller känslor till färger (Clarke & Costall, 2008; Elliot & Maier, 2007; Itten, 1971; Külhorn, 2017;). Dock finns det artiklar som specialiserar sig inom vissa områden, såsom Martinez-Conde och Macknik (2014) samt Elliot och Maier (2007) som har fokuserat enbart på associationer och hur den röda färgen påverkar. Där Itten (1971) även han skriver om de effekter som färger har på människan, dock han gör det mer generellt än att fokusera på en färg som Martinez-Conde och Macknik (2014). Sedan finns det en annan litteratur som berör färgassociationer samt betydelse, där det även

visas upp exempel på marknadsföring för att påvisa känslorna som färgerna ger beroende på nyansen (Rikard, 2015).

1.4 Problemformulering med frågeställningar

Jag har upptäckt att det finns vissa svårigheter att läsa igenom all information som finns kring ämnet, detta då det finns mycket information. Utöver detta är det största problemet som jag ämnar att lösa är att skriva en forskningsöversikt. Där jag skall sammanställa den information eller fakta som finns kring ämnet färgassociationer, i form av att skapa en tabell av associationer och färger.

1. Vilka färger tillhör de utvalda associationerna?
2. Vilka färger är genusassocierade, positiva eller negativa?

1.5 Avgränsningar

Projektet kommer inte att ta med några intervjuer av personer, utan enbart att analysera dokument som hittats inom ämnet färgassociationer. Jag har dessutom valt att avgränsa mig till att enbart göra en analys av elva färger som besvarar frågeställningen, då mängden av arbete att ta med samtliga färger som finns är omöjlig att genomföra inom given tidsram.

1.6 Problemlösning

Enligt vad jag har upptäckt utgår nästintill samtliga litteraturer från en färg till att sedan räkna upp alla associationer som färgen har. Där jag ämnar göra i motsatt riktning, där jag istället vill ge en association och sedan nämna de färger som är associerade till den känslan.

2 Metod

2.1 Tillvägagångssätt

Jag har valt att använda mig av kartläggning, då denna strategi passar in på det jag utfört. Detta då en kartläggning innebär att samla in data från olika källor, samt att man letar efter mönster inom den data man hittat. Vilket är det som gjorts när denna översikt utfördes. Dock användes inte några intervjuer eller enkäter. Istället var datainsamlingsmetoden att genomsöka dokument.

Alltså har en kvalitativ tematisk analys utförts. Vilket innebär att analyser har genomförts genom att ha läst ett flertal dokument inom ämnet färgassociationer.

2.2 Urval

Ett bekvämlighetsval har utförts vid val av vilka färger samt vilka artiklar som valts. Det hade blivit en för stor uppgift inom given tidsram att använda samtliga artiklar, därav valdes artiklarna som hade flest förklarande texter kring färgassociationer. Jag såg till att artiklarna var baserade eller handlade om färgassociationer i Västvärlden, då föreliggande rapport behandlar detta område. Utgivningsåren på artiklarna ville jag helst se att de var relativt nya – även fast detta inte var absolut. Detta då jag hellre ville förhålla mig till att ha de artiklar som innehöll mycket information kring så många färger som möjligt, alltså kunde lite äldre artiklar också bli inkluderade. Däremot tog jag även med någon enstaka artikel som hade mycket information kring enbart en färg, då de upplyste mycket om just den färgen. För att söka efter artiklar har jag använt mig mycket av Google Scholar, men även kollat på bibliotek för att hitta litteratur. Där jag sökt på allt från ”colour psychology”, ”colour associations”, ”färger” till ”marketing” och många fler.

Vid urvalet av färgerna utgick jag ifrån att använda de som användes inom samtliga utvalda artiklar. Dessa färger var röd, blå, rosa, gul, orange, lila, brun, grå, svart, och vit. De associationer är även de grundade på ett bekvämlighetsval, där associationerna som valdes befann sig inom de utvalda artiklarna.

Bedömningarna av vad som är positivt, negativt respektive genusrelaterat utgick jag ifrån vad som stod i de utvalda artiklarna – det är inget jag själv utsåg även om jag höll med om de flesta.

3 Resultat

En sammanställning har genomförts av de sju artiklar som utvalts (Akçay, 2013; Wright, u.å.; Won & Westland, 2016; Steele, 2015; Martinez-Conde & Macknik, 2014; Elliot & Maier, 2007; Clarke & Costall, 2008). De associationerna som använts av flest färger har tagits fram från de utvalda artiklarna och sedan lagts in i separata tabeller. Dessa har i sin tur sedan sorterats efter genusassociationer, positiva och negativa associationer för att skapa en sammanställning som är lättare att tyda.

3.1 Färgerna till de utvalda associationerna

En generell sammanställning av samtliga associationer som fanns inom de utvalda litteraturerna har utförts, se bilaga 1. De associationer (exempelvis: värme) valdes ut genom att plocka fram en association som fanns bland de flesta färgerna, alltså aldrig en ensam färg med en viss association. Men vissa som enbart innehöll två färger visade sig vara intressant nog att tas med i tabellerna.

3.1.1 Färgerna placerade enligt positiva associationer

Inom detta segment finns de positiva associationer som hittats inom de åtta artiklar som valts, se tabell 1. Bilaga 1 är den generella sammanställningen som genomförts för samtliga associationer, därefter har associationerna sammanställts i separata tabeller för att underlätta läsningen av resultaten för samtliga associationer och vilka de tillhörande färgerna är.

En sortering av färgerna har gjorts, där de färger som har flest referenser står högst upp i tabellen. Detta för att påvisa vilka färger som är de som flest anser till respektive association.

Tabell 1 Samtliga positiva associationer som hade mer än en färg som associerade till dessa ord

Association	Färg	Litteratur	Vad som sägs om färgen i litteraturen/litteraturerna
Värme	Röd	Akçay (2013), Wright (u.å.), Won & Westland (2016), Clarke & Costall (2008)	Rött ansågs vara en varm färg, dock mer som hetta och eld (Clarke & Costall, 2008). Enligt Won och Westland (2016) samt Wright (u.å.) ansågs rött vara en varm färg. I studien av Akçay (2013) associerades färgen röd till värme 54,5% av alla deltagare.
	Orange	Akçay (2013), Clarke & Costall (2008), Wright (u.å.)	27,3% i studien associerade orange till värme (Akçay, 2013). 44% i en annan studie ansåg att värme, solsken och eldsflammar var associerat till färgen orange samt gul. Även Wright (u.å.) skriver att denna färg symboliserar värme.

Association	Färg	Litteratur	Vad som sägs om färgen i litteraturen/litteraturerna
	Gul	Clarke & Costall (2008)	44% ansåg att värme, solsken och eldsflammar var associerat till gul samt orange.
	Rosa	Wright (u.å.)	Skriver att den associeras till värme, dock inte mer specifikt än detta.
	Brun	Wright (u.å.)	Skriver att den associeras till värme, dock inte mer specifikt än detta.
<i>Lugn/ Fridfull</i>	Blå	Akcay (2013), Wright (u.å.), Won & Westland (2016), Clarke & Costall (2008)	16,4% associerade färgen blå till att vara lugn (Akcay, 2013). Won och Westland (2016) skriver liknande i sin artikel om färgen, vilket Clarke och Costall (2008) även gör. Wright (u.å.) skriver blå är färgen för sinnets färg och är därför generellt sätt en lugnande färg.
	Grön	Akcay (2013), Wright (u.å.), Clarke & Costall (2008)	Enligt 44% av deltagarna i en studie ansåg dessa att färgen är en fridfull och lugnande färg (Clarke & Costall, 2008). Det Wright (u.å.) skriver instämmer i vad föregående påstående säger, dock där hon tillägger att den gröna färgen träffar ögat på ett visst sätt att ögat i sig inte behöver göra någon justering – därav blir färgen lugnande. I en studie av Akcay (2013) associerade 27,3% att färgen var lugn.
	Vit	Akcay (2013)	34,1% ansåg att färgen associerades till lugn (Akcay, 2013).
	Lila	Clarke & Costall (2008)	Enligt Clarke och Costall (2008) ansåg 50% av alla deltagarna att färgen är lugnande och av en passiv natur.
	Brun	Akcay (2013)	20,5% ansåg denna som en lugn färg.
	Grå	Clarke & Costall (2008)	I artikeln av Clarke och Costall (2008) nämndes färgen som en lugnande men tråkig och känslolös färg.
<i>Energi</i>	Blå	Akcay (2013)	25% ansåg att färgen blå associerades till energi.
	Röd	Wright (u.å.)	Står inte specifikt varför hon anser att färgen associeras till energi.
	Gul	Akcay (2013)	40,9% ansåg att färgen gul associerades till energi.
	Grön	Akcay (2013)	25% ansåg att grön associerades till energi.
	Orange	Akcay (2013)	22,7% ansåg att orange associerades till energi.
<i>Glädje</i>	Gul	Akcay (2013), Clarke & Costall (2008)	Enligt Ackay (2013) är det mesta positivt när det kommer till gult, där glädje och lycklighet nämns. Gul anses vara en munter eller glad färg (Clarke & Costall, 2008).

Association	Färg	Litteratur	Vad som sägs om färgen i litteraturen/litteraturerna
	Orange	Akcay (2013), Clarke & Costall (2008),	Enligt 20,5% ansågs färgen vara glädje av deltagarna i Ackay (2013) studie. I studien av Clarke och Costall svarade 56% av deltagarna att färgen var en aktiv färg men mer angenäm, men också glad.
	Grön	Akcay (2013)	34% associerade färgen till glädje, dock ansåg de flesta (90,9%) att den associerades till natur.
	Lila	Akcay (2013)	18,2% associerade lila till en glad färg, dock associerades den främst till spiritualitet.
	Vit	Clarke & Costall (2008)	Runt 88% av alla deltagarna i studien ansåg att färgen vit hade positiva egenskaper, såsom himmelsk, eufori samt glädje.
<i>Kärlek</i>	Röd	Akcay (2013), Martinez-Conde & Macknik (2014), Elliot & Maier (2007), Clarke & Costall (2008)	Enligt 97,7% av deltagarna associerades färgen till specifikt sexualitet (Akcay, 2013). Färgen röd har ett flertal olika associationer, men just kärlek och passion är några av de vanligaste. Enligt Elliot och Maier (2007) kan det bero på att det är färgen som används för att symbolisera kärlek, speciellt under alla hjärtans dag. Enligt Clarke och Costall (2008) svarade 75% av alla deltagare i deras studie att färgen besitter emotionella egenskaper såsom kärlek. Röd är en generellt stark färg som även är färgen för cupido och djävulen, men också för kärlek och hat (Martinez-Conde & Macknik, 2014).
	Rosa	Wright (u.å.)	Enligt Wright (u.å.) är det en vårdande och kärleksfull färg, som är mer lugnande än stimulerande.
<i>Sex/Sexualitet</i>	Röd	Akcay (2013), Martinez-Conde & Macknik (2014), Elliot & Maier (2007)	Enligt 81,8% av deltagarna associerades färgen till specifikt sexualitet (Akcay, 2013). Färgen kan tänkas associeras till sex eller sexualitet på grund av exempelvis Amsterdams "red-light district" (Martinez-Conde & Macknik, 2014). Just färgen röd besitter känslorna såsom passion men även sexualitet. Detta tros vara på grund av exempelvis ljussättningen från en bordell, alternativt från smink eller underkläder som indikerar sexualitet (Elliot & Maier, 2007).
	Svart	Elliot & Maier (2007)	Det sägs inget specifikt om varför färgen svart anses till just sex (Elliot & Maier, 2007).
	Rosa	Wright (u.å.)	En färg som associeras till sexualitet och "överlevnaden av rasen" (Wright, u.å.).
<i>Renhet</i>	Vit	Akcay (2013), Wright (u.å.)	86,4% anser att vitt associeras till renhet (Akcay, 2013). Färgen anses

Association	Färg	Litteratur	Vad som sägs om färgen i litteraturen/litteraturerna
			att vara renhet, men dessutom hygienisk och steril (Wright, u.å.).
	Blå	Won & Westland (2016)	Enligt artikeln är blått associerat till renhet, utan vidare förklaring.
<i>Säkerhet</i>	Blå	Akcay (2013)	Enligt Akcay (2013) anser 31,8% att färgen associeras till säkerhet.
	Svart	Wright (u.å.)	De psykologiska krafter som färgen besitter skapar en skyddande barriär – den agerar som en säkerhet.

3.1.2 Färgerna placerade enligt negativa associationer

Inom detta segment finns de negativa associationer som hittats inom de åtta artiklar som valts, se tabell 2. Bilaga 1 är den generella sammanställningen som genomförts för samtliga associationer, därefter har associationerna sammanställts i separata tabeller för att underlätta läsningen av resultaten för samtliga associationer och vilka de tillhörande färgerna är.

En sortering av färgerna har gjorts, där de färger som har flest referenser står högst upp i tabellen. Detta för att påvisa vilka färger som är de som flest anser till respektive association.

Tabell 2 Samtliga negativa associationer som hade mer än en färg som associerade till dessa ord

Association	Färg	Litteratur	Vad som sägs om färgen i litteraturen/litteraturerna
<i>Kall/ Kylig</i>	Blå	Wright (u.å.), Clarke & Costall (2008)	Den kan anses som en kall färg, som saknar känslor och är ovänlig (Wright, u.å.). Enligt Clarke och Costall (2008) associerades färgen till 69% som kall, en kall färg eller som vatten.
	Svart	Wright (u.å.)	Den associeras till kylighet, men har ingen specifik förklaring till varför.
<i>Ledsamhet/ Sorg</i>	Svart	Akcay (2013), Won & Westland (2016)	Färgen nämns som en sorgsen färg, men även att den har multipla betydelser beroende på inom vilken kultur den används i (Won & Westland, 2016). 52,3% associerade färgen svart till ledsamhet (Akcay, 2013).
	Grå	Akcay (2013)	18,2% associerade denna färg till att vara en ledsen färg.
	Blå	Clarke & Costall (2008)	I en mer fylligare ton anses den vara en tung och ledsen färg.
<i>Ilska/aggressi on</i>	Röd	Akcay (2013), Wright (u.å.), Martinez-Conde & Macknik (2014), Clarke & Costall (2008)	Röd är en mäktig och stark färg som kan anses som livlig, men också som aggressiv (Wright, u.å.) Enligt Clarke och Costall (2008) associeras färgen röd ofta till emotionella känslor, såsom ilska

Association	Färg	Litteratur	Vad som sägs om färgen i litteraturen/litteraturerna
			men även det motsatta – kärlek. I artikeln av Akcay (2013) associeras färgen röd 77,3% som ilska. Röd ses även som färgen många ansikten blir när de blir arga (Martinez-Conde & Macknik, 2014).
	Svart	Akcay (2013), Won & Westland (2016)	Enligt Akcay (2013) ansågs färgen svart associeras till 34,1% som aggressiv. Svart associeras till ilska, men även många andra saker beroende på kultur (Won & Westland, 2016).
Död	Svart	Akcay (2013), Steele (2015), Elliot & Maier (2007), Clarke & Costall (2008)	Nämns enbart som död, det finns alltså ingen specifik förklaring till varför färgen associeras till död (Clarke & Costall, 2008). Samma sak gäller för Akcay (2013), där det enbart nämns att den med 68,2% associeras med död. Enligt Steele (2015) kan det vara att färgen svart associeras till död på grund av begravningar. Även för Elliot & Maier (2007) påstås färgen svart stå för begravningar och död.
	Vit	Clarke & Costall (2008)	Enligt Clarke och Costall (2008) säger en av deltagarna att ta det hon nämnde om svart (vilket var negativt) och göra det omvända med vitt. Alltså ansågs död för den vita färgen vara en mer positiv typ – en mer fridfull död.

3.1.3 Färgerna placerade enligt genusassociationer

Inom detta segment finns genusassociationerna som hittats inom de åtta artiklar som valts, se tabell 3. Bilaga 1 är den generella sammanställningen som genomförts för samtliga associationer, därefter har associationerna sammanställts i separata tabeller för att underlätta läsningen av resultaten för samtliga associationer och vilka de tillhörande färgerna är.

En sortering av färgerna har gjorts, där de färger som har flest referenser står högst upp i tabellen. Detta för att påvisa vilka färger som är de som flest anser till respektive association.

Tabell 3 Samtliga genusassociationer finns i tabellen nedan

Association	Färg	Litteratur	Vad som sägs om färgen i litteraturen/litteraturerna
Maskulin	Blå	Akcay (2013)	Nämner inget specifikt om varför den anses vara maskulin, utan enbart att den associerats med maskulinitet till 45,5%.
	Röd	Wright (u.å.)	Wright (u.å.) skriver något kort om att den röda färgen relaterar till den maskulina principen.

Association	Färg	Litteratur	Vad som sägs om färgen i litteraturen/litteraturerna
	Svart	Akcaay (2013)	Nämner inget specifikt om varför den anses vara maskulin, enbart att 40,9% ansåg färgen svart att vara associerad till svart.
<i>Feminin</i>	Rosa	Wright (u.å.), Steele (2015), Clarke & Costall (2008)	Enligt Wright (u.å.) är det en nyans av röd, men som fått en egen benämning. Där hon menar att rosa är en stark färg som står för femininitet bland annat. Det står i enighet med vad Clarke och Costall (2008) menar, där även de säger att rosa är en feminin färg. Dessutom säger de att rosa är en nedtonad röd och därav har den tappat de aggressiva tonerna som röd besitter. Steele (2015) skriver också om att den är sedd som en feminin färg, där hon menar att samhället har format associationerna till färgen rosa – men också till alla andra färger.
	Lila	Clarke & Costall (2008)	Den anses av hälften i studien att vara lugnande eller av passiv natur, dock benämns den även som en feminin färg (Clarke & Costall, 2008).
	Röd	Won & Westland (2016)	Säger enbart att färgen är sedd som feminin enligt deras studie.
	Gul	Won & Westland (2016)	Säger enbart att färgen är sedd som feminin enligt deras studie.

4 Diskussion och slutsatser

Inom denna del samlas mina diskussioner samt slutsatser kring resultaten. Där jag valt att sortera mina diskussioner och så vidare inom de föregående använda grupperingarna ”Positiva associationer”, ”Negativa associationer” samt ”Genusassociationer”.

Generellt sett var svart den dominerande färgen när det kommer till negativa associationer. Den var på varje negativ association som fanns, vilket var fyra stycken, men enbart på två av de åtta positiva associationerna. Den totala motsatsen till svart finns i röd, den fanns till fyra positiva associationer och två negativa associationer. Jag hade trott att röd och svart hade varit lika, då båda på något sätt ofta används som onda färger – såsom de används i vissa filmer där de onda ofta är svartklädda med någon röd detalj. Exempelvis i filmserien Star Wars visas alltid de onda som svartklädda med en röd ljussabel, där de goda har jordnära toner på kläderna och blå samt grön som de vanligaste färgerna för deras ljussablar. Dock kunde dessa färger även inge andra känslor också, som inte nödvändigtvis är negativt, där exempelvis båda färger också associeras till sex eller sexualitet också. I tabell 2 syns det att svart och röd står för ilska och aggression, men att röd mer specifikt har ett bredare spektrum än svart. Detta kan bero på att det är en stark färg som genererar ett större intresse och starkare känslor, vilket i sin tur kan förklara varför exempelvis Martinez-Conde och Macknik (2014) valde att specifikt skriva en artikel om enbart den röda färgen.

Vissa färger kom dock som en förvåning till några av associationerna, exempelvis att vit samt lila är sedda som glada färger. Blått ses generellt över de flesta associationer, negativa, positiva samt för genusassociationer – ungefär som det är för den röda färgen.

4.1 Genusassociationer

Den röda färgen är en gemensam färg, se tabell 3, då den både ses som feminin samt maskulin. Generellt sett håller jag med resultatet, då rött är använt av båda könen. Dock är den nära besläktade rosa färgen främst sedd som något feminint, dock har den inte alltid varit ansedd som detta (Steele, 2015). När jag tänker mig lila som en feminin färg ser jag den ofta i sina ljusare toner såsom lavendel, då jag anser mörkare toner av lila som ett tecken av exklusivitet. Dock som det verkar har de färgerna som anses som feminina oftast någon slags röd ton i sig, rosa är i princip en nyans av röd medan lila är blandning mellan röd och blå.

Att just blå ansågs som en maskulin färg kom inte som någon förvåning, då denna färg är välkänd att vara en genusfärg. Dock har den inte alltid varit ansedd som en maskulin färg, där den en gång i tiden istället varit sedd som en feminin färg (Steele, 2015).

Till min förvåning är gult även något som ses som feminint, detta då jag aldrig själv ansett färgen som något genusrelaterat. Kanske kan det bero på att tjejer generellt sett klär sig mer färgglatt, dock är det enbart mina egna spekulationer. Det finns en till färg som var en förvåning för mig och denna var svart. Denna skulle vara en maskulin färg, vilket jag inte själv ser som

någon genusrelaterad färg. Istället ser jag svart som något mer synonymt med exklusivitet eller död.

4.2 Positiva associationer

Associationerna ”Glädje” samt ”Energi” har nästintill exakt samma färger som varandra, förutom inslaget av lila och vit till glädje och röd till energi. Dock exakt varför lila och vit ansågs som en glad färg kom något som en förvåning för mig själv, då dessa två inte är något som jag själv skulle associera med glädje. Att just röd var en energifull färg kommer som en förvåning samtidigt som den kanske inte gör det, detta då röd är en stark färg som kan påverka ens energinivåer. Intressant sett är dock att grön, gul samt orange enbart positiva färger. Den blåa färgen, som för övrigt även associeras till ledsamhet, ses också som en glad färg. Dock kan det vara så att de tänker sig en ljusare nyans vilket i min mening skulle resultera i en lättare och gladare färg, då den skulle påminna mig av en solig dag med en klarblå himmel. Det har visat sig att nyanser är en viktig del när det kommer till associationer. Dock att färgen gult fanns på båda associationerna kom som ingen förvåning, detta eftersom de flesta smileys har en gul färg – vilket symboliserar glädje. Om man ser till energi, så tänker jag mig hur människor kan använda solen som en energikälla.

Det första man tänker sig om färgen grönt kanske inte är just ”Energi” eller ”Glädje”, dock kan jag känna att färgen passar till associationen ”Lugn” även om det inte är det första jag tänker på. Där det första jag tänker mig är miljö eller natur, dock var detta något som enbart associerades till grönt och därav togs den inte med i mina tabeller.

Till associationen ”Lugn” finns färgerna blå, grön, vit, lila, brun samt grå. Att just blå, grön och lila tillhör lugn kommer inte som någon förvåning till mig. Detta då jag tänker mig ett somrigt landskap med grönt gräs och blå himmel, där det finns lila blommor som fyller näsborrarna med en lugnande, söt doft. Däribland kan även brunt passa in också, vilket skulle kunna vara färgen på trädens stammar och att grått skulle kunna vara molnen.

Om man ser åt färgerna gul samt orange följer dessa varandra åt, där de nästintill alltid associeras till samma sak varenda gång. Där båda associeras till ”Värme”, ”Energi” och ”Glädje”, vilket visar att dessa två färger alltid anses som något positivt. Dock var gul även en genusassocierad färg, vilket orange inte var.

”Värme” är generellt sett en färg som har någon nyans av röd i sig också, vilket kan bero på att människan associerar värme till en eld. Detta då lågor har ofta någon slags röd ton i sina flammor. Dock går den aldrig åt det rosa eller bruna hållet, därav blir dessa inslag något som en förvåning. Jag har dock spekulationer ifall dessa anses som värme för att det kan vara hud, då människors hudtoner varierar men att huden alltid är varm.

Associationerna ”Kärlek” samt ”Sex” har nästintill samma färger, där ”Kärlek” har enbart röd samt rosa medan ”Sex” har de två färgerna men med extra inslag av svart. Att just röd och rosa är ett tecken för kärlek är nästintill en självklarhet, då dessa ofta är en färgkombination som används vid Alla Hjärtans Dag. När det kommer till associationen ”Sex” finns även

inslaget av svart, förutom rosa samt röd. Att just dessa ses som något sexuellt kan eventuellt bero på färgerna som används på underkläder.

Associationen ”Renhet” har färgerna vit samt blå, där just färgen vit inte kan bli mer ren. Då den inte har något inslag eller nyans av någon annan färg, därav har den blivit en symbol av renhet. Varför just färgen blå associeras till renhet kanske kan bero på att man ofta använder vatten för att göra rent något, eller om det kan bero på att färgen ofta används till rengöringsmedel.

Förvånansvärt nog ansågs svart tillhöra associationen ”Säkerhet”, vilket jag inte skulle ha tänkt mig – eftersom färgen är omringad av negativa associationer. Dock enligt Wright (u.å.) ansåg hon att den kan skapa en skyddande barriär runt sig. Blå ansågs också vara en färg för säkerhet, vilket jag kan tänka mig om man exempelvis ser till banker. Där de flesta bankers logotyper innehåller någon slags nyans av blått, antagligen för att inge ett lugn och att symbolisera att ens pengar är säkra hos dem.

4.3 Negativa associationer

Blå samt svart är färger som associeras till just ”Kall/Kylig”. Detta kan bero på att det finns blåa nyanser i isbildningar ute i naturen eller helt enkelt är det snö man tänker på. Alltså kan det vara miljömässiga saker som beror på att just blått anses som kall eller kylig. När det kommer till svart och kyla, kan det eventuellt bero på döden, då när någon dör blir denna kall. Men det kan också kanske bero på att svart är en relativt tom färg som gör att man tänker att den är kylig.

De färger som symboliserar ”Ledsamhet” är svart, grå och blå. Att svart eller blå är synonymt med något som har att göra med sort eller ledsamhet är föga förvånande. Detta då färgen svart är ofta något människor i Västvärlden bär till begravningar och att blått skulle kunna symbolisera tårar som faller när man är ledsen. Grått är något jag skulle kunna tänka mig vara en deprimerande färg – det är en färg utan känslor.

Att just associationen ”Ilkska” har färgerna röd och svart är inte ett dugg förvånande för mig. Dessa färger används ofta som en symbol för något ont och negativt, där exempelvis djävulen tecknas som någon med rött skinn och att liemannen eller döden ses som svartklädd. Färgerna används även ofta i filmer för att visa vilka som är onda, där just filmen Star Wars visar på ett bra sätt hur de används.

En intressant skildring finns just för associationen ”Död”, se tabell 2, där både svart och vit finns som färger. Enligt Clarke och Costall (2014) är färgen exakt som svart, men att den är positivare. Det kan menas som en mer positiv död, alltså mer fridfull än en död som man associerar till den svarta färgen som är mer negativ.

Generellt sett är det de mörkare färgerna som tillhör de negativa associationerna, medan de färgglada och lätta färgerna som tillhör de positiva associationerna. Där glädje exempelvis är en gul färg, medan ledsamhet är exempelvis en mörk och bottenlös färg såsom svart. Det skulle inte förvåna mig ifall detta är som en reflektion för humör, då när

man är glad känner man sig upplyft medan när man känner sorg känns allt mörkt.

4.4 Marknadsföringsperspektiv

Ifall man ser till marknadsföring och färgassociationer är färg en viktig del för att fånga konsumenter. Då enligt Popa et al. (2013) är färg som att tala det undermedvetnas språk och att detta är ett mäktigt verktyg inom marknadsföring. Alltså kan en färg påverka en konsuments attityd till en produkt. Dock kan det vara så att färger är mindre viktiga inom särskild marknadsföring också, där det är bevisat att vara mindre viktigt för funktionella saker – såsom för datorer (Akçay, 2013). Dock är färger och dess associationer är inte alltid svart på vitt, utan färgers associationer kan påverkas beroende på vad de används i för samband också (Amsteus et al., 2015).

4.5 Övriga spekulationer

Något som är intressant är hur en specifik färg kan ha multipla associationer, där jag funderar ifall detta kan bero på att när man ser en färg att man tänker på en denna färg i ett samband. Exempelvis när vi ser röd kan en tänka på kärlek, enligt Elliot och Maier (2007) kan detta bero på att man tänker på alla hjärtans dag men att det även kan påminna om annat såsom sex ifall man tänker på Amsterdams ”red-light district”. Alltså kan samtliga associationer man har till en specifik färg bero på de olika samband en färg används till.

4.6 Metoddiskussion

Under denna undersökning har fler material genomsökts än just de som nämns i texten, vilket är av vikt när en kartläggning skall genomföras. Då man bör kolla igenom en stor del material för att kunna lägga vikt bakom sin undersökning. Dock har ett urval behövts för att göra arbetet realistiskt genomförbart inom given tidsram, då det annars hade blivit en för massiv uppgift att genomföra.

4.7 Slutsatser

Det finns en hel del färger till vissa associationer, men att just en färg kan ha många fler associationer än enbart en, se bilaga 1. I tabell 4, tabell 5 och tabell 6 finns samtliga associationer samlade på ett mer kortfattat sätt än under resultatdelen. Dessa kommer i sin tur direkt att svara på de frågeställningar som ställdes i början av föreliggande rapport.

4.7.1 Positiva associationer

Inom denna del presenteras mina kortfattade slutsatser kring de positiva associationerna, där jag valt att representera samtliga positiva associationer och de tillhörande färgerna kortfattat inom en tabell.

Enligt vad som går att ses är de positiva associationerna främst starkare alltså mer färgglada färger, se tabell 4, förutom inslaget av svart på associationerna sex och säkerhet. Lila ses tydligt som både en lugn och glad färg, vilket kommer som en förvåning till mig. Vilket vitt även gjorde, där jag inte kunde se varför just denna färg skulle vara glad. Grått var också något av en förvåning varför denna skulle vara lugn, där jag istället anser att den är mer av en deprimerande eller neutral färg utöver något annat. Utöver dessa, fanns inga större förvåningar till vilka färger som hade tillhörande associationer – utan de passade in på något sätt.

Tabell 4 Samtliga positiva associationerna representerat kortfattat

Värme	Lugn/Fridfull	Energi	Glädje	Kärlek	Sex/Sexualitet	Renhet	Säkerhet
Röd	Blå	Blå	Gul	Röd	Röd	Vit	Blå
Orange	Grön	Röd	Orange	Rosa	Svart	Blå	Svart
Gul	Vit	Gul	Grön		Rosa		
Rosa	Lila	Grön	Lila				
Brun	Brun	Orange	Vit				
	Grå						

4.7.2 Negativa associationer

Inom denna del presenteras mina kortfattade slutsatser kring de negativa associationerna, där jag valt att representera samtliga negativa associationer och de tillhörande färgerna kortfattat inom en tabell.

Generellt sett syns det att svart är på samtliga associationer, se tabell 5, med några inslag av blått på associationerna kall och ledsamhet, röd på associationen ilska och vitt på associationen död.

Tabell 5 Samtliga negativa associationerna representerat kortfattat

Kall/Kylig	Ledsamhet/Sorg	Ilkska/Aggression	Död
Blå	Svart	Röd	Svart
Svart	Grå	Svart	Vit
	Blå		

4.7.3 Genusassociationer

Inom denna del presenteras mina kortfattade slutsatser kring genusassociationerna, där jag valt att representera samtliga genusassociationer och de tillhörande färgerna kortfattat inom en tabell.

När det kommer till genusassociationer var dessa generellt annorlunda från varandra, se tabell 6, där de maskulina och feminina associationerna hade unika färger från varandra. Dock hade båda färgen rött som en gemensam nämnare för båda genus. Generellt sett var rosa främst känd att vara en feminin färg, men att den associerades även till kärlek, sex samt värme.

Tabell 6 Samtliga genusassociationerna representerat kortfattat

<i>Maskulin</i>	<i>Feminin</i>
Blå	Rosa
Röd	Lila
Svart	Röd
	Gul

4.7.4 Avslutningsvis

Samtliga associationer och färger som denna rapport tagit fram är beroende av vilket slags samband som de används till, därav kan de förändras när de används i andra sammanhang. Alltså är det av vikt att inte se blint på vad en enskild färg associeras till, utan istället tänka på sammanhanget som färgen kommer att användas till.

I framtiden hade det varit intressant att se en översikt som tar med geografiska och kulturella skillnader, samt färger i kombination. Dock fanns inte möjligheten till att göra detta för mig, då given tidsram inte tillät mig att hinna med dessa punkter.

Referenser

- Ahnlund, G. (1986). *Färg – känna och uppleva* (1. ed.). Helsingborg: LT.
- Akçay, O. (2012). Marketing to Teenagers: The influence of Color, Ethnicity and Gender. *International Journal of Business and Social Science*, 3(22), 10-18.
- Akçay, O. (2013). Product Color Choice and Meanings of Color: A case of Germany. *International Journal of Business and Social Science*, 4(14), 5-12.
- Akçay, O., & Sun, Q. S. (2013). Cross-cultural analysis of gender differences in product color choice in global markets. *Journal of International Business and Cultural Studies*.
- Amsteus, M., Al-Shaabani, S., Wallin, E., & Sjöqvist, S. (2015). Colors in Marketing: A Study of Color Associations and Context (in) Dependence. *International Journal of Business and Social Science*, 6(3), 32-45.
- Clarke, T., & Costall, A. (2008). The emotional Connotations of Color: A qualitative Investigation. *COLOR research and application*, 33(5), 406-410.
- Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2007). Color and Psychological Functioning. *Association for Psychological Science*, 16(5), 250-254.
- Harashima, J. (2016). Japanese Word-Color Associations with and without Contexts. Tokyo: Cookpad Inc.
- Itten, J. (1971). *Färg och färgupplevelse* (1. ed.). Stockholm: Nordstedt.
- Klarén, U. (1996). *Vad färg är* (1. ed.). Stockholm: HLS förlag.
- Koller, V. (2008). 'Not just a colour': pink as a gender and sexuality marker in visual communication. *SAGE Publications*, 7(4), 395-423.
- Kühlhorn, L. (2017). *Kulör: En bok om vad färg gör* (1. ed.). Värnamo: Bonnier Fakta
- Levitan, C. A., Ren, J., Woods, A. T., Boesveldt, S., Chan, J. S., McKenzie, K. J., Dodson, M., Levin, J., Ru Leong, X., & van den Bosch, J. J. F. (2014). What color is that smell? Cross-Cultural Color-Odor Associations. *Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society*, 36(36), 839-844.
- Madden, T. J., Hewett, K., & Roth, M. S. (2000). Managing Images in Different Cultures: A Cross-National Study of Color Meanings and Preferences. *Journal of International Marketing*, 8(4), 90-107.
- Martinez-Conde, S., & Macknik, S. L. (2014, 1 november). How the Color Red Influences Our Behavior. *Scientific American*. Hämtad från <https://www.scientificamerican.com/article/how-the-color-red-influences-our-behavior/>

- McCandless, D. (2009) Colours in Culture [fotografi]. Hämtad från <https://informationisbeautiful.net/visualizations/colours-in-cultures/>
- Popa, C. N., Popescu, S., Tamba Berehoiu, R. M., & Tamba Berehoiu, S-M. (2013). Considerations Regarding Use and Role of Colour in Marketing. *Scientific Papers Series management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 13(1), 269-274.
- Rikard. (2015, 28 februari). The Psychology of Color: A Designer's Guide to Color Association & Meaning [Blogginlägg]. Hämtad från <https://zevendesign.com/color-association/>
- Steele. V. (2015, juli 2015). Rosa kan vara sött, kraftfullt och sexigt. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/rosa-kan-vara-sott-kraftfullt-och-sexigt>
- Sutton, T., & Altarriba, J. (2016). Color associations to emotion and emotion-laden words: A collection of norms for stimulus construction and selection. *Behavior Research Methods*, 48(2), 686-728.
- Volkova, S., Dolan, W. B., & Wilson, T. (2012). CLex: A Lexicon for Exploring Color, Concept and Emotion Associations in Language. *Association for Computational Linguistics*, 306-314.
- Won, S., & Westland, S. (2016). Colour Meaning and Context. *COLOR research and application*, 42(4), 450-459.
- Wright, A. (u.å.). Psychological Properties of Colours. Hämtad 2018-februari-27 från <http://www.colour-affects.co.uk/psychological-properties-of-colours>

Bilaga/Bilagor

Bilaga 1: Sammanställning av färgassociationer

Akcaj (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
Kärlek	Mod	Värme		Stark	Kärlek	Emotionell
Fara	Styrka	Aktiv		Kupid	Passion	Kärlek
Sex	Värme	Het		Djävulen	Sex	Ilaska
Ilaska	Energi	Upphetsning		Kärlek		Passion
Aggression	Överlevnad	Feminin		Hat		Värme
Jul	Stimulation			Ilaska		Djup
Passion	Maskulinitet			Tur		Het
Styrka	Upphetsning			Sorg		Eld
Värme	Trotsighet			Sex		
Ondska	Aggression			Varning		
	Påfrestning					
Akcaj (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
Maskulinitet	Intelligens	Lugn				Ledsen
Trovärdighet	Kommunikation	Eftertänksam				Hav
Lugn	Trovärdighet	Trovärdighet				Himmel
Säkerhet	Effektivitet	Dyr				Frihet
Jorden	Lugn	Maskulinitet				Lugnande
Energi	Logik	Dyr				Lindrane
Auktoritet	Kallt	Kall				Neutral
	Tuffhet	Renhet				Kyla
	Kall (emotionellt)	Allvar				Vatten
	Distanserad	Pålitlig				
	Ovänlig					
Akcaj (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
Glädje	Otpimism	Feminin				Värme
Energi	Självförtroende					Solsken
Surt	Sjävsäkerhet					Flamma
Avundsjuka	Emotionell styrka					Leende
Pengar	Vänlig					Glädjande
	Kreativ					
	Irrationell					
	Rädsla					
	Emotionell skörhet					
	Depression					
	Oro					
	Självord					
Akcaj (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
Natur	Harmoni	Pålitlig			Pengar	Fridfull
Tursam	Balans	Försiktig				Natur
Jorden	Fräsch	Vacker				Fred
Otpimism	Universell kärlek	Hälsa				Lugn
Hopp	Vila	Traditionell				Neutral
Hälsa	Återupplivande	Billig				Tur
Säkerhet	Miljö	Säker				Treklöver
Pengar	Lugn	Miljö				
Glädje	Tråkighet	Fräsch				
Trovärdighet	Avstannande	Naturlig				
Lugn	Förslappning					
Energi	Slätstruket					
Fertilitet						

Akay (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
Spiritualitet	Spiritualitet					Lugnande
Passion	Behärskning					Natur
Avundsjuka	Vision					Feminin
Glädje	Lyx					
Mystisk	Äkta					
	Sanning					
	Kvalitet					
	Introvert					
	Dekadens					
	Undertryck					
	Udermålig					
Akay (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
Konservativ	Allvar					Neutral
Förruttnelse	Värme					Lera
Lugn	Natur					Natur
Natur	Jordlighet					Jordig
Anspråklös	Pålitlighet					
	Stöd					
	Humorlös					
	Tung					
	Osofistikerad					
Akay (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
Död	Sofistikerad	Ledsamhet	Natt		Ondska	Ondska
Sorg	Glamor	Stel	Död		Död	Död
Ondska	Säkerhet	Rädsla	Rikedom		Agression	Elak
Elakhet	Emotionell säkerhet	Ilska	Skönhet		Sex	Uppslukande
Auktoritet	Effektivitet	Dyr	Sex			
Ledsamhet	Kylig	Högteknologisk				
Olycklig	Tung	Död				
Maskulin	Förtryck	Gammal				
Mystisk	Hot/Fara	Makt				
Aggression		Värdighet				
Elegant						
Förmultnelse						
Konservativ						
Oärlig						
Arrogant						
Akay (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
Olycklig	Psykologiskt neutral					Neutral
Feg	Dåligt självförtroende					Svag
Ledsamhet	Fukt					"Ingemans land"
Konservativ	Depression					Tråkig
Förruttnelse	Vinterdvala					Lugnande
	Energilös					Trist
						Depressiv

Akçay (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
Värme	Mat					Hemtrevlig
Energi	Värme					Värme
Glädje	Säkerhet					Glad
Ungdom	Sensuell					Energisk
Billig	Passion					
	Överflöd					
	Nöje					
	Berövande					
	Frustration					
	Slarvig					
	Omogen					
Vit	Vit	Vit	Vit	Vit	Vit	Vit
Akçay (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
Renhet	Renhet					Som svart, fast positivt
Neutral	Steril					Död (fast positivare sätt)
Elegant	Klarhet					Himmels
Balans	Enkelhet					Eufori
Hälsa	Sofistikerad					Glad
Lugn	Effektiv					Bröllop
Intellekt	Kylighet (emotionell)					Oskuldighet
Förnybar	Barriärer					Ren
Ordningsam	Otrevlig					
Futuristisk	Elitisk					
Jul						
Akçay (2013)	Wright (u.å.)	Won & Westland (2016)	Steele (2015)	Martinez-Conde & Macknik (2014)	Elliot & Maier (2007)	Clarke & Costall (2008)
	Vårda		Barnslig			Feminin
	Värme		Romantik			Barbie
	Femininitet		Sex			Fluffig
	Kärlek		Femininitet			Sprudlande
	Sex		Rock n roll			
	Hämning		Bröst cancer			
	Emotionell		Androgyn			
	Försvagning		Politik			
	Fysisk svaghet		Söt			
			Punkig			
			Kraftfull			