

TRYCKSAKSPRODUKTION

Det finns olika typer av trycksaker och det finns olika metoder som används för att trycka dessa. Exempel på trycksaker är broschyrer, kataloger, tidningar och foldrar. En broschyr är en trycksak som har minst åtta sidor och är bunden på något sätt. Det vanligaste är att den är häftad men den kan också vara lim- eller trådbunden, då kallas den ofta katalog. En tidning är en broschyr som kommer ut regelbundet. En folder är en trycksak med fyra sidor eller fler. Den består av ett ark som vikt en eller flera gånger.

Målgrupp

Det kan vara bra att se en specifik person framför dig, som du formger för. Det blir då vara lättare att anpassa produkten för målgruppen.



När du ska formge en trycksak måste du först veta vilken målgrupp du vänder dig till. Målgruppen är den grupp du främst strävar efter att nå med ditt budskap. Att rikta sig till en diffus allmänhet är inte att rekommendera eftersom du då får svårare att nå fram med ditt budskap.

Målgruppen kan definieras efter kön, ålder, utbildning, intressen, språk, läs- och skrivförmåga, kulturell och social bakgrund, förkunskaper, handikapp, boendeform, boendeort, politisk ståndpunkt, miljömedvetenhet, riskbenägenhet och så vidare, beroende på vad som är relevant för just den trycksak du producerar.

För att förstå mottagaren bör du fundera över vem mottagaren är, vilka kunskaper och erfarenheter mottagaren har och vilken ny förståelse mottagaren ska få efter att ha tagit del av ditt budskap.

Budskap

Innan du börjar skissa på idéförslag bör du fundera på vilket budskap du vill sända ut. Utgå då från den målgrupp du har fastställt. Vilka problem kan du lösa för målgruppen? Vilka känslor vill du skapa? Vilket intryck ska trycksaken ge? Vilka behov kan du tillfredsställa? Vilka drömmar kan infrias? Vilka löften kan du ge?

Vad är det egentliga syftet med trycksaken? Vill du påverka? Informera? Utbilda? Se sedan till att avgränsa och strukturera innehållet. Välj ut argument som kan övertala mottagaren. Bra utgångspunkter är retorikens ethos (trovärdighet), logos (förnuftet) och pathos (känslorna).

Viktigt att tänka på redan i början är också att du bör följa den grafiska profilen, för exempelvis ett företag, om beställaren har en sådan.

Fånga publiken

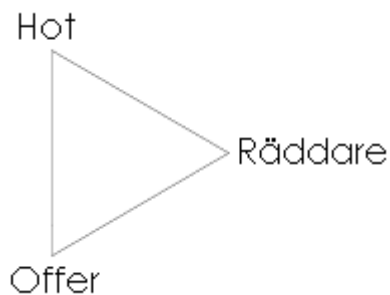
Målet med en trycksak är normalt sett någon form av handling hos mottagaren. För att nå denna måste du skapa uppmärksamhet som väcker en känsla och skapar en tanke hos mottagaren.

Det finns olika medel att använda för att fånga sin publik. Med hjälp av typografering, bildhantering och formgivning kan budskapet förmedlas till mottagaren.

Ofta måste publiken snabbt fångas, attraheras, och sedan ledas vidare, orienteras, för att lockas att ta del av det du vill säga.

Ett vanligt sätt att attrahera är genom att förmedla en känsla. Du kan använda dig av den så kallade dramatiska

triangeln med ett hot, ett offer och en räddare. Genom att förmedla ett positivt budskap, en lösning på ett problem (det är viktigt att problemet inte framstår som hopplöst) kan mottagaren lockas till handling.



Det skrämmande, hotet, kan vara exempelvis ensamhet, ålder, fetma, sjukdomar, död och så vidare. Exempelvis kan en hudprodukt vara räddningen för den som är rädd att få rynkor.

Ett annat sätt att skapa uppmärksamhet är genom kontraster mellan olika delar av budskapet, eller mellan budskapet och omgivningen. Kontraster kan vara i form av storlek, form, färg, tomma ytor och så vidare. Kontexten kan hjälpa till att förklara och förstärka ett budskap, men kan också förändra budskapet.

Humor kan vara ett bra sätt att få uppmärksamhet. Men för att det ska bli lyckat måste det finnas en naturlig koppling med budskapet. En risk finns också i det faktum att alla inte tycker att samma saker är roliga. Det samma gäller användandet av ironi. Om mottagaren inte förstår ironin kan det istället skapa förvirring.

Mindmapping kan användas som en metod för att komma på nya idéer.



Idé

En bra idé är förstås grundläggande. Det finns olika sätt att komma på en bra idé. Ibland kommer den bara flygande men oftast är det inte så. Några sätt att komma på nya idéer är brainstorming, skissning och motsatsmetoden, som innebär att man hela tiden tänker i motsatser (exempelvis "tänk om vi istället för det gigantiska fotot skulle använda en pytteliten illustration?").

Hur vet du då att din idé är bra? En bra idé skapar uppmärksamhet, får mottagaren att reagera/tänka till på något sätt, skapar känslor, är i regel enkel och tydlig och går dessutom att utveckla och använda om och om igen. Det måste också finnas en tydlig orientering, så att mottagaren kan följa och tillgodogöra sig budskapet. Till sist måste du fråga dig om idén följer syftet, om idén kan användas i den specifika situationen och om det redan tidigare har använts alltför liknande idéer.

En viktig, och ofta begränsande, aspekt är att produktionen i regel har en begränsad budget. Många av de beslut du fattar när det gäller, format, pappersval, tryckteknik, efterbehandling, färger och så vidare kan ha en stor betydelse för vad slutnotan hamnar på. Det är så klart viktigt att se vad beställaren är beredd att betala och vad denne förväntar sig att få för pengarna.

Typografi

Typografi handlar om hur bostavsformerna används och arrangeras. En viktig del är att välja ett lämpligt *teckensnitt*. Ett teckensnitt består av alla bokstäver och tecken utformade på ett gemensamt sätt. Av varje teckensnitt kan det finnas flera olika varianter, skärningar. Det som skiljer olika skärningar åt kan vara snittvariant (fet, kursiv, rak etc.), teckengrad (storlek) och att teckensnitt kan skilja sig åt fast de har samma namn på grund av att de är gjorda av olika tillverkare. *Font* är beteckningen på ett teckensnitts fysiska form, exempelvis en fontfil eller blyfonter.

Texten kan placeras symmetriskt (centrerat längs en vertikal axel), asymmetriskt (höger- eller vänsterställd text med diagonala former) för mer dynamik eller kontrastrikt (kontrast mellan färger, storlekar och former) som skapar den starkaste typograferingen.

Teckensnittskategorier

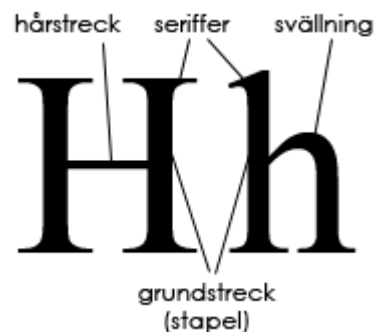
Teckensnitt brukar delas in i två huvudkategorier: antikvor och sanserifer.

Utmärkande för **antikvor** är att de har *seriffer*, klackar och att bokstavens tjocklek växlar mellan de tjocka *grundstrecken* och tunna *hårstreck* (se bild). Antikvorna delas i sin tur in i tre undergrupper: diagonalantikvor, transantikvor och vertikalantikvor.

Diagonalantikvor har sned *ansvällning* och runda seriffer. De ger därför ett mjukare intryck. De har hög *läsbarhet* och används därför ofta i böcker. Exempel på diagonalantikvor är Bembo (se bild), Berling, Garamond, Sabon och Times.

Transantikvor är oftast spetsiga och har stor kontrast mellan tjockleken på grundstreck och hårstreck. De förekommer i många typer av visuell kommunikation. Några exempel på transantikvor är Baskerville, Caledonia, Caslon (se bild) och Century.

Vertikalantikvor har tunna horisontella seriffer och rak ansvällning. Kontrasten mellan grundstreckens och hårstreckens tjocklek är mycket stor. De ger ett elegant och högtidligt intryck. Exempel på vertikalantikvor är Bodoni (se bild), Didot, Fransk Antikva och Walbaum.



Det mest utmärkande för den andra huvudkategorin av teckensnitt, **Sanserifer**, är att de saknar seriffer (det är också den direkta betydelsen av orden "sans serif" = utan seriff). De är

Bembo

Caslon

Bodoni

Gill Sans

Egyptienne

Citadel

CALYPSO

mer eller mindre jämntjocka vilket kan upplevas som enformigt. Sanserifer anses därför passa bättre på kortare texter som rubriker och bildtexter än löpande text. Exempel på sanserifer är Arial, Franklin, Futura, Gill Sans (se bild) och Helvetica.

Det finns tre ytterligare teckensnittskategorier, som inte används lika ofta. *Mekaner* är kraftiga bokstäver som är vanliga på affischer. Exempel: Beton, Clarendon, Egyptienne (se bild), Memphis och Rockwell. *Skriptor* kallas de teckensnitt som påminner om handskrift. De används ibland i menyer och inbjudningskort. Exempel: Basilica, Citadel (se bild), Bankscript och Mistral. *Fantasistilar* är teckensnitt som inte passar in i någon annan kategori och de är ofta mer eller mindre svårtydda. Exempel: Calypso (se bild), Fingers, Garbo och Traffic.

Typografiska mått

Inom grafisk textbehandling använder man standardiserade måttenheter. Dessa mått används bla för bokstavsstorlekar, radavstånd etc.

Den franske stilgjutaren Fournier föreslog 1737 ett måttssystem där den minsta enheten var 1 punkt. Fourniers förslag utvecklades vidare av hans landsman Didot. 1879 stod *Didotsystemet* helt klart och blev europeisk standard.

Enligt Didots system är 1 *punkt* = 0,376 mm och 1 *cicero* = 12 punkter = 4,51 mm.

Teckenstorlekar och radavstånd (*kägel*) anges i punkter, medan radlängder m.m. mäts i cicero (eller millimeter).

Storbritannien och USA gick sina egna vägar och tillämpade det s.k. *Picasystemet*. Enligt detta system är 1 punkt (point) = 0,352 mm, 1 *pica* = 12 punkter = 4,22 mm.

Många försök har gjorts att ersätta dessa måttssystem med ett enhetligt internationellt system grundat på metersystemet (millimeter). På många håll används dock metersystemet parallellt med andra typografiska måttenheter.

Typograferingens syfte

När du ska typografera (välja teckensnitt och arrangera bokstäverna) bör du tänka på att teckensnittet ska passa in i sammanhanget. Du bör även analysera hur mottagaren kommer att uppfatta typografin.

Det finns två olika typer av typografi: synlig och osynlig. När du använder synlig typografi är bokstäverna något mer än bara delar av ett ord. De säger något i sig själva beroende på hur de står placerade eller hur de ser ut. Olika bokstäver kan i sig ha en betydelse. A kan till exempel representera början.



Osynlig typografi innebär istället att typografin inte ska dra uppmärksamheten från innehållet i texten. Typografin ska istället vara harmonisk. Osynlig typografi används exempelvis vanligtvis på sidorna i en roman.

Tänk på att begränsa antalet teckensnitt i en trycksak, så att det inte ger ett rörigt intryck.

Läsbarhet

Läsbarheten är i första hand av intresse vid osynlig typografering. Själva syftet med typograferingen är ju då att mottagaren lätt ska kunna tillgodogöra sig innehållet i texten. Det finns flera faktorer som påverkar hur lättläst en text är.

Valet av teckensnitt är förstås en viktig del. Antikvor (särskilt trans- och diagonalantikvor) är lättare att läsa i tryck eftersom serifferna binder ihop bokstäverna och linjerar dem. Även variationen i tjocklek gör dem mer behagliga att läsa. Times är ett mycket använt teckensnitt och det i sig kan göra att det är mer lättläst, eftersom ögat är vant att läsa texter i det teckensnittet. Andra exempel på teckensnitt som anses lättlästa är Berling, Adobe Garamond, New Century Schoolbook och New Baskerville.

gemener

VERSALER

Gemener är lättare att läsa än versaler. Versaler skiljer sig mindre från varandra vilket gör att ögat läser bokstäverna en och en istället för att se ordbilder, som när vi läser gemener.

Teckensnittets storlek, teckengrad, har naturligtvis också betydelse. Ytterligare en faktor är radlängden, som inte bör vara längre än 60 nedslag.

Spalter som högerställs eller centreras kan göra det svårt för ögat att hitta nästa rad och kan kännas oroliga. En marginaljusterad spalt gör att texten tar mindre plats men kan kännas lite kantig och sluten. En vänsterställd spalt är ur läsbarhetsaspekt att föredra då det ger lika stort avstånd mellan orden och ger inte ögat så stora problem med att hitta nästa rad.

Radavståndet får inte vara för litet (inte mindre än teckengraden) för då riskerar raderna att flyta ihop. Om radavståndet däremot är för stort kan det vara svårt att få texten att hålla ihop.

För litet ordmellanrum gör att orden flyter samman medan för stora mellanrum ökar risken för att ögat hoppar mellan raderna.

Om teckenmellanrummet är för litet riskerar bokstäverna att överlappas och är mellanrummet för stort ser inte ögat längre ordbilderna. Att minska teckenmellanrummet kallas *knipning* och bör göras i rubriker med större teckengrad. Att öka teckenmellanrummet kallas *spjrrning* och bör användas för versala ord i löpande text.



Positiv text (mörk text på ljus bakgrund) är lättare att läsa än negativ text (ljus text på mörk bakgrund). Ska du ändå skriva negativ text kan en halvfet sanserif vara det mest lättlästa.

Stor kontrast mellan teckenfärg och bakgrundsfärg ökar läsbarheten. Text på en bild kan göras mer lättläst genom att skriva den större, lägga en tonplatta bakom eller lägga på textkonturer.

Av stor betydelse för läsbarheten är också själva texten i sig. Både innehållet, ordvalet och språkstilen spelar in.

Rubriker

Rubriker skrivs normalt med stor teckengrad. Avstavningar och stora ordmellanrum bör undvikas i en rubrik. För rubriker som har flera rader finns riktlinjer. Rubriker på två rader

bör ha den längsta raden längst ner. Rubriker på tre rader bör ha den längsta raden i mitten.

När det gäller mellanrubriker är det viktigt att de kontrasterar mot brödtexten (större/kursiv/fet). Det är också viktigt att mellanrummet ovanför mellanrubriken är större än mellanrummet under. Det är ju texten under som hör ihop med rubriken.

Mellanrubrikerna ska ge läsaren information om vad texten handlar om och fungerar samtidigt som vilopausar i läsningen.

Nytt stycke

Nytt stycke kan man markera med *indrag* som bör vara lika stort som teckenstorleken i kvadrat. En sådan fyrkant finns som ett tecken i layoutprogrammet. Indrag används inte direkt efter en rubrik eller mellanrubrik.

Ett annat sätt att markera nytt stycke är med hjälp av en blankrad. Indrag ska inte användas efter en blankrad. Nackdelen med att styckeindela med blankrad är att texten kan kännas uppstyckad, men om texten är komplicerad kan det vara befogat (Endast indrag utan blankrad gör dock texten svårläst på skärm.) .

OBS! Det är inte ok att börja ett nytt stycke genom att bara trycka Enter och fortsätta på nästa rad. Antingen indrag eller blankrad är det som gäller.

Ytterligare ett sätt att börja ett stycke är med en *anfang*. En anfang är en extra stor bokstav (ofta lika hög som tre vanliga bokstäver). Det man bör tänka på är att inte använda för många anfanger eftersom det då finns en risk att läsaren försöker bilda ord av anfangerna, vilket ju inte är tanken.

En anfang är en förstord bokstav som används för att inleda en text. En tre rader hög anfang gör texten mest lättläst.

Arummy nullam, quat aliquat nonsequat. Ustincidunt ipsum eui et ipsit nulla faccum aduis exerci te dui tui am, volupta tincidunt trillaore feumsan hent ipit veraese corem dolutat la corperellis ad tio con ulput lum exerit praesequam eu facin hent adigna auglam, quis at. Cummolore velesequate del ullortismod tionsent praestrud tet doluptatis amet pration sendre etue feuguer se ming et, volore tionum doluptat. Putpat allisis nonsed min et ipit dunt nullut ntm vel ipit labor sis

verdl incipsummod tistest dunt dolobor eratem dolortionsed magna feuisi ulput ut lum quat adnim iriustrud dolobore essequatis dit at.

Sit diametumsan vulput alis alit veriore venibh eniatinim dolor aut lore feu feugiam zrrliquate feugiamet eugue moloresos adigna feugut intiamcon etum delit amconse ea con ullamco nsenim nibh ex et amconsectet, con volortio od magna consequat accum ipismodit wis er sum illiquatet accum veros adionullut trtl dolobertis acidunt landio con essi tat.

Ett annat sätt att inleda nya stycken är genom att markera de tre första orden i stycket (exempelvis med ett annat teckensnitt, fet stil eller dylikt). För att utmärka enskilda ord eller tecken kan du använda kursiv text, fet text eller *kapitäl*er.

Horungar

Horungar kallas det när ett nytt stycke börjar på den understa raden på en sida, eller ett stycke slutar på den översta raden. Detta ser inte snyggt ut och bör åtgärdas genom att justera texten på något sätt.



Texten

Rubriken ska till att börja med vara en bra start som skapar en förväntan. I ingressen och brödtexten ska sedan budskapet tydliggöras. Mellanrubriker används, som nämnts tidigare, för att locka läsaren, ge snabb information om vad texten handlar om och för att skapa pausmöjligheter i läsningen. I en text, precis som vid formgivningen, är det viktigt att se läsaren framför sig, att du vet vem du skriver för.

Bilder



En klocka kan vara en metafor för något som är punktligt eller "går som ett urverk" eller ett metonymen för tiden.

Du kan använda bilder för att förstärka ditt budskap. En beskrivande bild kan visa hur en produkt fungerar eller ser ut. Du kan också använda så kallade bildmetonymen

(beskriva något abstrakt med hjälp av en bild eller låta en del beskriva helheten). Klockan kan bli en bild för tiden eller en näsduk för förkylning. Genom att placera en produkt i ett sammanhang kan produktens egenskaper lättare visas vilket ger större trovärdighet än en vanlig produktbild. För att stärka och förtydliga ett budskap kan du använda en bildmetafor, det vill säga jämföra produkten med något annat genom att ersätta produkten med något annat. Undvik att vara övertydlig.

Upphovsrätt

Om du inte själv fotograferar finns det två sätt att få tag på en bild: anlita en fotograf/illustratör eller köp en bild av en bildbyrå. Oavsett vilket av dessa två alternativ du väljer kan det vara bra att veta vilka upphovsrättsliga regler som gäller. När du köper en bild köper du rätten att använda bilden i ett visst sammanhang. Upphovsrätten tillhör alltid upphovsmannen (om ni inte har en speciell överenskommelse). Om sammanhanget på något

sätt ändras, om du vill använda bilden fler gånger eller om du vill redigera bilden måste du kontakta upphovsrättsinnehavaren.

Fönsterbilder och spegelbilder

En uppdelning mellan olika typer av bilder är fönsterbilder och spegelbilder. Fönsterbilder är bilder som visar verkligheten som den är, bilden är tagen med objektiv kamera. Spegelbilder är mer personliga och visar känslor, de är tagna med subjektiv kamera.

Format

Bildens format påverkar hur den upplevs. Det blir starkare energi ju större skillnad det är mellan bildens höjd och bredd. Ett liggande format är lugnare och tryggare. Ett stående format är mer dynamiskt. Det kvadratiska är statiskt. Formatet kan förstärka eller motverka innehållet i bilden, exempelvis en landskapsbild eller ett höghus ser ganska olika ut beroende på vilket format bilden tas i. Detta beror på att exempelvis ett höghus har en tydlig vertikal bildorientering. Denna förstärks med ett stående format, men försvagas av ett liggande. Tvärtom är det för landskapsbilden, som har en horisontell bildorientering. Än mer dramatisk blir en bild som har en diagonal bildorientering. Om objekten i bilden är arrangerade i cirkelform upplevs bilden som harmonisk, en obruten rörelse. En triangelkomposition upplevs lugn och harmonisk om triangeln är liggande, men dynamisk om triangeln är stående på kant.

Komposition

Även bildens komposition påverkar hur den uppfattas. En symmetrisk bild där innehållet är centrerat signalerar lugn och balans, den blir på gränsen till tråkig. En asymmetrisk placering av objekten gör bilden mycket mer dynamisk. Ett vanligt sätt att skapa dynamik är genom att dela in bilden i tre delar och placera tyngden i någon av delarna.



Rörelseriktning

I bilder finns en rörelseriktning, vilket innebär att människor uppfattar en rörelse åt ett viss håll i en bild beroende på hur objekten står i förhållande till varandra och åt vilket håll de vänder sig.



En bild kan ha olika rörelseriktning. Den övre pilen pekar framåt, den undre bakåt. Den övre trappan går uppåt, den undre neråt. Åtminstone uppfattar vi det så i västvärlden. I den övre bilden till höger möts människorna medan den ena människan i den undre högra bilden jagar eller följer den andra.

Underifrån eller ovanifrån, ljus och plan

En bild fotograferad underifrån som att betraktaren befinner sig i underläge medan en bild tagen uppifrån gör att betraktaren upplever sig i överläge. Även ljussättning, ljusriktning och skuggor påverkar starkt bilden. Genom att använda olika plan i bilden (förgrund, mellangrund, bakgrund) kan dynamik skapas.

Beskärning

Genom att beskära bilden kan du framhäva eller fokusera på något i bilden. Beskärning kan också användas för att göra bilden mer dramatisk. För att förstärka motivet ytterligare kan motivet friläggas.



Originalbild + bilden beskuren på två olika sätt som ger bilden helt olika innehåll

Bildbehandling

De flesta bilder har behov av någon form av bildbehandling. Det kan gälla exempelvis ljus, kontraster, förvrängningar eller skärpa. Det finns olika tillvägagångssätt för bildbehandling.

- Börja med att beskära bilden och ange rätt upplösning (300 ppi). På så vis slipper du att fortsättningsvis arbeta med en onödigt stor bildfil. Vid beskärning bör du tänka på att utfallande bilder behöver ca 5 mm marginal.
- Ställ sedan in svart- och vitpunkt (Bild - Ställ in - Nivåer) samt ljushet och kontrast (Bild - Ställ in - Kurvor).
- Ta bort kulörstick (Bild - Ställ in - Kurvor/Färgbalans/Variationer/Nyans och mättnad).
- Retuschera, gör eventuella friläggningar.
- Lägg på skärpa på bilden (Filter - Oskarp mask).
- Separera för tryck (Bild - Läge - CMYK för fyrfärgstryck)
- Välj färgprofil/ICC-profil.
- Spara filen i EPS eller TIFF-format för tryckning.



Bild före och efter behandling i Photoshop

Form

Formgivningen har som mål att attrahera, orientera och att få mottagaren att interagera. Detta mål kan uppnås på olika sätt. Enkelhet är ofta att sträva efter. En form som är strukturerad och enhetlig upplevs ofta professionell av mottagaren, vilket ger trovärdighet.

När bild och text kombineras i reklamsammanhang bör man tänka på att inte vara övertydlig så att inte att bilden gör texten onödig, eller omvänt. Istället ska bilden och texten förstärka varandra. Mottagaren bör inte kunna förstå hela budskapet genom att se antingen bara

texten eller bara bilden. En möjlighet för mottagaren att själv fylla i en del av budskapet gör mottagaren delaktig. Absolut harmoni mellan bild och text bör endast användas i exempelvis kokböcker, bruksanvisningar, kartor och produktkataloger.

Genom att använda liggande ytor ges en känsla av bredd. Stående ytor känns trängre men har en kraft som går både uppåt och neråt. Den kvadratiske formen är inte dynamisk i sig men dess innehåll kan vara det. Cirkeln och triangeln används inte så ofta inom formgivning och kan därför vara spännande.

Format

När du väljer format måste du ta hänsyn till funktion, budskap, ekonomi och distributionssätt. Standardformaten, den så kallade A-serien (A4, A5 osv.) fungerar ofta bra för tidningar, kataloger, broschyrer med mera, men är sämre för böcker eftersom spaltbredden blir för stor. Specialformat bör användas om budskapet kräver det.

Placering

Liksom i bildkomposition kan en symmetrisk placering av objekten (centrerade längs en vertikal axel) skapa lugn och harmoni medan en asymmetrisk placering är mer spännande och dynamisk.

Det är bra att tänka på att objekt som placeras mitt på sidan riskerar att upplevas som att de är på väg att ramla ur sidan. Det är bättre att placera objektet något högre, i den så kallade *optiska mittpunkten*, alltså där ögat upplever att mitten är. Denna punkt är något högre upp än den verkliga mittpunkten. Övre delen av sidan upplevs också generellt som positivare och lättare.



Gestaltlagar

Det finns flera gestaltlagar som är användbara vid formgivning.

Närhetens lag innebär att objekt som befinner sig nära varandra upplevs höra ihop. Objekt som hör ihop kan därför föras närmre varandra för att tydliggöra att de hör samman. Om du vill förtydliga att objekt inte hör samman kan istället placeras längre ifrån varandra.



Objekt som är nära varandra uppfattas som att de hör ihop.

Likhetens lag innebär att objekt som liknar varandra upplevs höra ihop. Detta kan exempelvis användas för att uppmärksamma att återkommande element hör samman.



Slutenhetens lag innebär att objekt som omges av en ram eller färgplatta upplevs höra ihop. På så vis kan material struktureras och avgränsas.



Et d'après j'étais... (The text is in a non-Latin script, likely a placeholder or a specific example of a closed layout.)

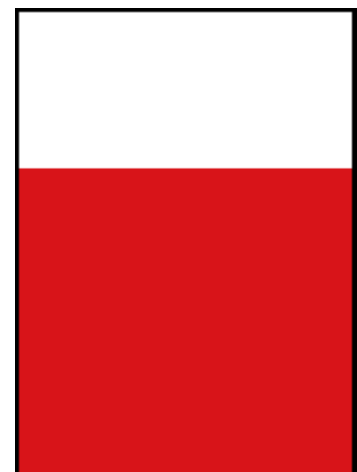
Objekt som är omslutna på något sätt uppfattas som att de hör ihop.

Kontrast

Sidan kan med fördel delas in i tredjedelar när du formger.

Genom kontrast mellan olika element skapas en dynamik och spänning i formgivningen.

Kontrast kan användas för att mottagaren lättare ska förstå var budskapet börjar. Med kontrast kan du visa vad som är viktigt.



För att kontrast ska skapas mellan en text och en bild måste antingen texten eller bilden dominera. När det gäller annonser har undersökningar visat att en större bild ger större uppmärksamhet medan en liten bild där texten dominerar ger ett trovärdigare intryck. Du kan använda en tredjedelsindelning där sidan delas upp i tredjedelar där en tredjedel är bild och två tredjedelar text eller tvärtom.

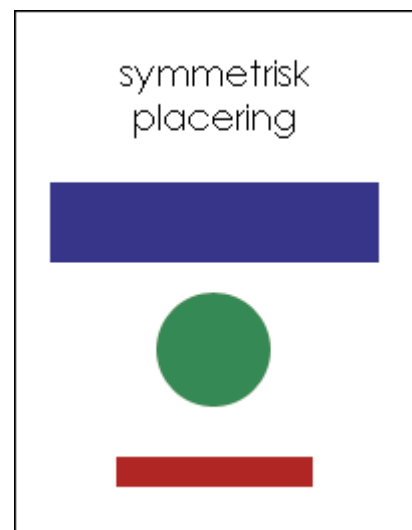
Kontrast skapas genom att olika objekt skiljer sig kraftigt åt, exempelvis storleksmässigt eller genom att en yta är mörk och en annan ljus. Kontrast kan också skapas genom användandet av olika former, exempelvis rund och rektangulär. Kontrastfärger eller färgbilder och svartvita bilder kan också skapa kontrast. Även olika styrka i exempelvis texter, med kraftig rubrik och luftig *brödtext*, kan ge kontrast. Ytterligare ett sätt att skapa kontrast är genom att använda tomma och fyllda ytor omväxlande.

När det gäller hur stor kontrasten ska vara kan du använda det så kallade **Gyllene snittet**. Du får fram proportionen genom att skapa en talföljd där de två första talens summa ger det tredje talet, summan av det andra och det tredje talet ger det fjärde och så vidare. Talföljden blir då 1:3:5:8:13:21:34... Du kan exempelvis använda ett brödtexttypsnitt i 13 punkter, mellanrubrik i 21 punkter och huvudrubrik i 34 punkter.

Balans och rytm

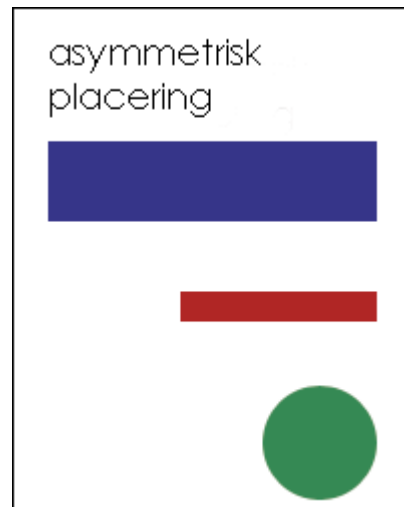
Det måste samtidigt finnas en balans mellan objekten så att det inte känns som att sidan tippar över åt något håll. Någon slags ordning och röd tråd bör också finnas. En rytm bör finnas som leder läsaren in i, och genom, trycksaken. Detta kan skapas genom att växla mellan exempelvis storlekar, runda och hårda former eller närbilder och avståndsbilder. Med en viss oregelbundenhet kan läsaren överraskas och stimuleras. Detta skapar, och behåller, intresse hos mottagaren så att denne inte blir uttråkad. Se till att det emellanåt finns lugnare objekt/former som ger hjärnan möjlighet till vila. Tänk på att det måste finnas en balans mellan variation och enhetlighet så att mottagaren fortfarande kan känna igen sig.

Balans kan skapas genom att placera objekten symmetriskt kring en horisontell eller vertikal axel. Detta ger ett



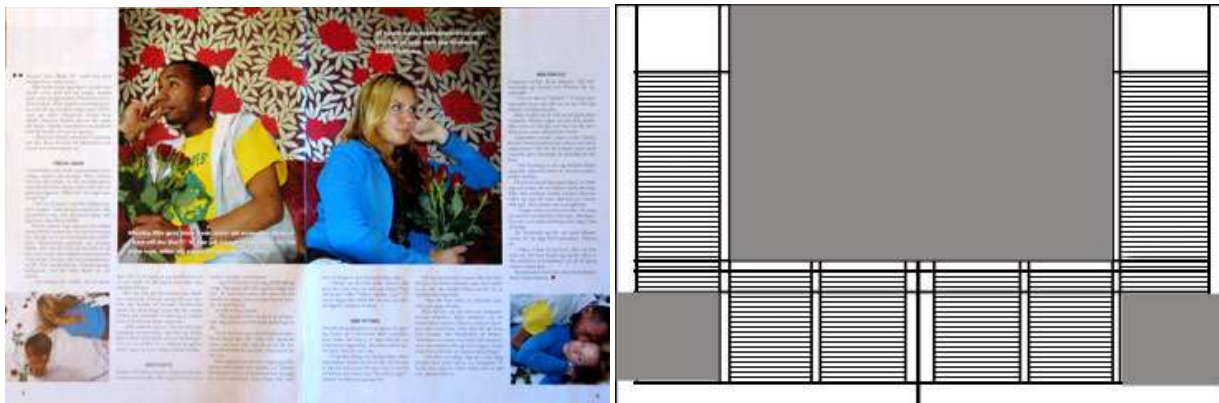
harmoniskt och elegant intryck. För att skapa mer spänning och dynamik kan en asymmetrisk placering av objekten användas. Då får bakgrund och objekt samverka på ett mer invecklat sätt. Att få en asymmetrisk layout i balans kräver övning.

Tänk på att *linjera* bilder, rubriker och texter på ett konsekvent sätt, så att det inte känns rörigt. Tidningar har ofta en eller några olika layoutmallar som de använder för att rubriker, bilder och spalter ska placeras lika på sidorna. Detta kallas för linjering.



Låt också marginalerna vara desamma på olika sidor i trycksaker som har flera sidor. Det gör läsaren tryggare.

Linjering:



Färg

Färg är ett enkelt men kraftigt verktyg när du ska formge. Det går att skilja mellan funktionell och icke funktionell användning av färger. Funktionell användning av färg är när färgen tillför något, medan icke funktionell färg inte har någon direkt nytta utan bara används för att "det är snyggt".

De främsta funktionella anledningarna att använda färg är för att attrahera, skapa stämning, strukturera och pedagogisera. Stora ytor med färg, eller färgbilder, drar ögat till sig och är på så sätt attraherande. En färg kan fungera stämningsskapande genom att ljusa, glada röda och gula färger ger en lättare, positivare stämning än exempelvis mörka blågröna färger. Färg kan

vara strukturerande genom att skapa enhetlighet och igenkänning mellan objekt som hör samman. Ett annat sätt att skapa struktur är att utskilja olika ämnesområden med olika färg. Färg kan också vara pedagogiserande genom att inbjuda till läsning och exempelvis märka ut en text med en tonplatta. Bra att tänka på vid användning av färg är att ca 8 % av befolkningen har försämrat färgseende. Därför bör färg inte vara det enda som används för exempelvis struktur eller pedagogisering.

RGB

Genom att kombinera de tre färgerna rött, blått och grönt (*RGB*) kan alla andra färger visas. Detta utnyttjas i bland annat datorskärmar och teveapparater. Färgblandningen kallas *additiv* eftersom grundfärgerna läggs till, adderas, för att bilda nya färger. Genom att använda alla färger lika mycket blir det grått, eller vitt om de används med full styrka. Det krävs en ljuskälla för den additiva metoden att visa färger.

CMY

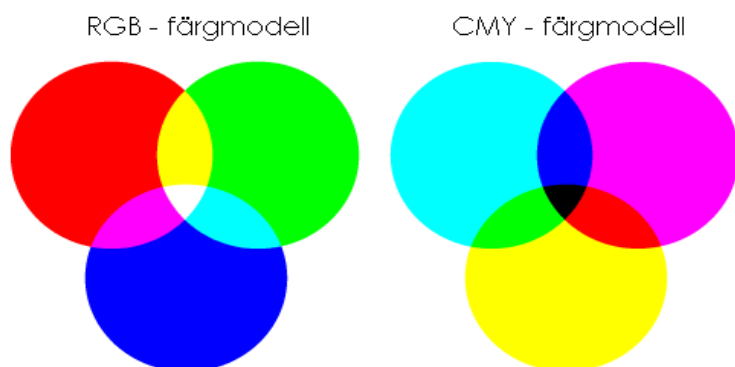
Vid tryck används istället den *subtraktiva* metoden där olika färger bildas genom att cyan, magenta och gul (*CMY*) absorberas eller reflekteras mot det (oftast vita) papper man trycker på. Om allt ljus filtreras bort (subtraheras) från pappret ser vi färgen svart. För att få en riktigt svart färg krävs dock ytterligare en tryckfärg, svart, eftersom tryckfärgerna aldrig är så perfekta att de tillsammans kan reflektera bort allt ljus och bilda helt svart. Tryckfärgerna är alltså cyan, magenta, gul och svart. (CMYK - Cyan Magenta Yellow black/Keycolor)

Färghjulet

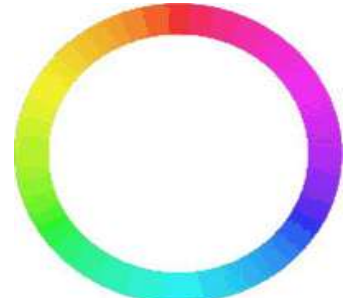
Du kan på bilden se hur de två metoderna hänger ihop.

Genom att blanda två färger

från en av metoderna skapas en färg som tillhör den motsatta metoden. Varje färg har en *komplementfärg*, motpartsfärg, som du får genom att blanda de två andra färgerna i samma system. Komplementfärgen till grön är alltså blandningen av röd och blå = magenta.

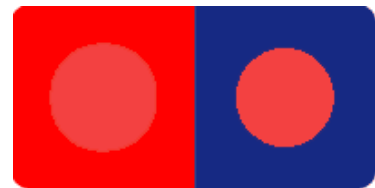


Genom att placera komplementfärgerna mittemot varandra i en cirkel får vi det så kallade färghjulet. Ju längre ifrån varandra färger befinner sig i hjulet, desto större kontrast är det mellan dem. Vissa hävdar att kontrasterande färger skapar harmoni, andra hävdar det motsatta. Ett sätt att dela in färgerkombinationer är i viskande, talande och skrikande färger. De olika färgerkombinationerna får du fram genom att använda färgcirkeln. Två eller flera färger ur samma fjärdedel känns harmoniska tillsammans och kallas viskande. Väljer du istället färger från närliggande fjärdedelar skapas kontrast och liv. Färgerna kallas då talande. Kombinerar färger från fjärdedelen som finns på motsatt sida i färghjulet skapas en stark kontrast och färgerna kallas därför skrikande. Denna kontrast kan utnyttjas i formgivningsarbetet, men se upp med risken att välja färger som känns alltför skrikiga tillsammans.



Den grå pricken upplevs som att den har olika färg beroende på vilken bakgrund den visas mot.

Den röda pricken upplevs som varmare mot den blå bakgrunden än mot den röda.



Upplevelse av färg

Hur en viss färg upplevs beror alltid på dess omgivning. Beroende på bakgrunden kan en färg upplevas som olika mörk. Ibland pratar man om varma och kalla färger. De flesta anser nog att blått ger en kylig känsla medan gula och röda nyanser känns varma. Men hur en färg upplevs beror också på vad den omges av. En färg kan upplevas kall i ett sammanhang men varm i ett annat. Ju större yta en färg täcker, desto ljusare och mer dominant upplevs den. Det är alltså inte säkert att en färg som används i både ett litet och ett stort objekt uppfattas som att de har exakt samma nyans.

Symboliserande färg

Färger kan användas för att symbolisera exempelvis olika politiska inriktningar, sinnestämningar eller högtider. Några exempel på vad olika färger kan symbolisera finner du nedan. Många färger kan associeras med olika, ibland motsägande, känslor. Viktigt att tänka på är att många av associationerna är kulturellt betingade. Så kan exempelvis vitt i västerländska sammanhang uppfattas som en symbol för hopp och glädje, medan vitt i exempelvis Kina symboliserar sorg och död.

Röd

kärlek
passion
kraft
fest
fara
mod
vrede
värme

Blå

svalkande
lugn
frihet
ledsamhet
hopp
allvar
själen
känslor

Orange

vänskap
umgänge
trygghet
stress
oro
gräl
eld
social

Svart

sorg
ondska
mörker
döden
helvetet
fördrivning
det förbjudna
omedvetenhet

Gul

intellekt
klarhet
koncentration
varning
smitta
objektivitet
kommunikation
medvetenhet

Grön

vilsamt
generositet
harmoni
naturen
ömhet
ungdom
militär
tröstande

Vit

ljus
renhet
oskuldsfullhet
elgeans
friskhet
spöken
likblekhet
sanning

Tryckmetoder

Vilken tryckmetod du bör använda beror bland annat på dina kvalitetskrav, hur stor upplagan är, vad du ska trycka, på vilket material och i vilken storlek.

Offset är den vanligaste tryckmetoden vid tryck på papper. För skyltar, kläder, påsar, udda material, stora ytor och icke-böjbara ytor är *screentryck* lämpligt. *Flexotryck* används främst till förpackningar. För stora upplagor är *djuptryck* ett bra alternativ och *digitaltryck* kan vara ekonomiskt vid små upplagor.

Offsettryck

Offsettryck är den vanligaste tryckmetoden. Vid offsettryck "översätter" en så kallad *ripp* dokumentet som ska tryckas till tryckplåtar. Vanligtvis används fyra tryckplåtar, en för cyan, en för magenta, en för gul och en för svart färg. Tryckplåtarna pressas sedan av cylindrar

mot trycksakens material. Det vanligaste tryckmaterialet är papper men det går även att trycka på exempelvis läder, trä och metall. Offsettryck ger bra kvalitet och är ofta det mest ekonomiska sättet att trycka.



Det finns två huvudvarianter av offsettryck: arkoffset och rulloffset. Namnen har att göra med om tryckpressen är byggd för att trycka från skurna pappersark eller pappersrullar. Vid stora upplagor, exempelvis reklam, dags- och veckotidningar, är rulloffset den vanligaste tryckmetoden. Inom rulloffset brukar man skilja på heatset och coldset. Heatset har en inbyggd torkugn medan coldset inte har någon torkugn utan där får färgen torka av sig själv. Det finns även vattenfri offset, även kallat torroffset.

Arkoffset är den mest utbredda trycktekniken och används för att framställa allt från enkla reklamblad, foldrar, broschyrer, årsredovisningar, affischer och exklusiva böcker till förpackningar. Heatsettryck ger en mycket högre kvalitet än coldsettryck men en något lägre kvalitet än arkoffsettryck.

Screentryck

Vid screentryck spänns en tunn duk upp på en ram, som sedan prepareras så att färg bara kan tränga igenom på de ytor som ska tryckas. Genom denna ram pressas sedan färgen på tryckmaterialet.

Fördelen med screentryck är att det går att trycka på i stort sett vilket material som helst och i vilket format som helst. Dessutom går det att trycka på både platta och runda former vilket gör att metoden används bland annat för att trycka på porslin, tyg kartong, papper i storformat. Exempel på produkter som trycks med screentryck är muggar, kläder, plåtburkar och skyltar.

Däremot får man räkna med att kvalitén blir sämre på grund av att rasterpunkterna lätt blir oregelbundna. Detta gör ofta texten lite luddig, det blir svårt att få fina toningar bra och bildkvalitén blir inte helt perfekt. Screentryck är inte lämpligt för alltför höga rastertätheter.

Flexotryck

Vid flexotryck (flexografi) används en form av stämpelteknik, med en form gjord av gummi eller plast med upphöjda och nedsänkta delar. Liksom med screentryck går det att trycka på många olika material men det finns risk för att stämpelmetoden gör att trycket smetas ut något vilket försämrar kvalitén både i text och bild. Metoden används för rullformat och har en mycket hög tryckhastighet.

Flexotryck är en vanlig tryckteknik inom förpacknings- och hygienpappersindustrin. Papper, kartong, plast och metall är exempel på några vanliga material som man trycker på.

Djuptryck

Djuptryck är en gammal teknik som härstammar från kopparstick och etsningar. Det är en dyr teknik då man istället för tryckplåtar använder stålvalsar som beläggs med ett kopparskikt. Djuptryckspressar är oftast stora rullpressar som trycker med en mycket hög hastighet. Startkostnaden är hög, men kostnaden per styck blir låg. Tekniken blir lönsam först vid mycket stora upplagor och används främst till tidskrifter, kataloger, broschyrer och liknande i stora upplagor. Idag finns inget djuptryck kvar i Sverige.

Djuptryckstekniken bygger på att de tryckande ytorna är nedsänkta i förhållande till de icke tryckande ytorna, som en omvänd stämpelprincip. Man etsar ner små "färgkoppar", celler, i en krombelagd kopparcylinder. Cellerna har samma bredd men olika djup och ger alltså olika tjocka färgskikt på pappret och därmed olika färgintensitet.

Digitalt tryck

Digitaltryck är ett samlingsnamn för flera tryckmetoder som ständigt utökas med nya maskiner och metoder varje år. Digitalt tryck innebär princip att dokumentet skickas direkt till tryck utan att film eller tryckplåtar behöver produceras. Detta ger en låg startkostnad. Däremot är styckkostnaden hög vilket lämpar digitalt tryck för mindre upplagor.

Kvaliteten är generellt något lägre än med offsettryck, men den närmar sig. Fördelar med digitaltryck är att leveranstiden ofta är kortare. Det går också relativt lätt att byta ut delar av informationen (exempelvis namn) för varje enskild produkt.

De vanligaste digitala tryckteknikerna är xerografi (toner) och digitaltryck med bläck (inkjet). Digitala metoder som bygger på så kallad xerografi används ofta i laserskrivare och kopiatorer, men även i digitala tryckpressar. Det innebär att man använder en torr toner, det vill säga ett pulver av den färg man skall trycka. Antalet färger i pressen varierar, vissa arbetar endast med svart (monokrom) medan andra trycker med flera färger.

Ink betyder bläck på engelska. Inkjet (bläckstråle) innebär således att man har flytande färg, bläck, som sprutas till papperet i droppar som bygger upp ett raster ungefär på samma sätt som vid offsettryckning.

Rastrering av bilder för tryck

Inom nästan all tryckeri- och skrivarteknik idag används någon form av *rastrering* för att göra tryckningen möjlig. Det är både krångligt och dyrt att använda sig av miljoner olika färgnyanser i tryckpressar och skrivare.

Inom tryckeritekniken har man istället löst det genom att använda rastrering. Vid svartvitt tryck används endast en färg i tryckpressen, vilken är svart. För att få fram en bild på ett papper kan tryckpressen variera sig mellan att antingen trycka en svart prick, eller inte trycka någon färg alls.



Problemet uppstår då att en bild även innehåller gråtoner i olika nyanser mellan svart och vitt, och dessa måste på något sätt representeras av endast svart färg eller vitt papper. Detta har man löst genom att göra om bilden till ett raster. Ordet "rastrering" kommer från det latinska ordet "rastrum", som betyder "dela upp". Det man gör när man rastrerar en bild är helt enkelt att man delar upp den i små svarta punkter. Där bilden är svart sitter punkterna tätt och är stora, vilket gör att de flyter ihop för ögat. Där bilden är vit trycks inga punkter alls. Olika gråa nyanser fås genom att antingen förändra storleken på punkterna, eller mängden punkter på en viss yta. Små punkter ger en ljusgrå upplevelse, medan stora punkter ger intryck av en mörkare grå färg. Ögat har dålig upplösningsförmåga och uppfattar ett medelvärde. Denna gråtonsupplevelse är en kombination av betraktarens avstånd och bildens storlek. Tittar man på nära håll försvinner upplevelsen av gråtoner och man ser punkterna.

Ju mindre punkterna är, och ju tätare de placeras, desto svårare blir det att med ögat se att bilden är uppbyggd av rasterpunkter. Detta ger också bättre detaljåtergivning och finare tonövergångar i nyanserna.

Färgraster

Nästa problem vid tryckning är att man gärna vill använda fler färger än bara svart och vitt. Någon smart människa har då kommit på att om man använder fyra olika färger, och delar upp var och en av dessa färger i ett eget punktraster, och sen placerar dessa fyra raster ovanpå varandra, så kan man få fram alla färgnyanser i en bild på ett mycket bra sätt. De färger som används är Cyan, Magenta, Gult och Svart (CMYK). För att kunna dela upp bilden i fyra olika raster måste bilden först delas upp i dessa fyra olika färgkanaler (alla färgnyanser och färgtoner består ju av olika mycket Cyan, Magenta, Gult). Varje färgkanal delas sedan upp i rasterpunkter precis som i en svartvit bild, fast i stället för svarta punkter använder man cyan, magenta eller gula punkter. När dessa fyra raster i olika färger sedan läggs på varandra, ofta i olika vinklar, så upplevs bilden innehålla alla tänkbara färgnyanser på grund av att ögat luras att tro detta

Rastertonen anges i procent, där 0% betyder att pappret är otryckt, och 100% anger att färgen är heltäckande. Rastertonvärdet tilldelas i bildhanteringsprogrammet, men rastret i sig skapas i någonting som kallas för *RIP*, eller *plottern*. Där skapas punkten helt elektroniskt av ett antal maskinpunkter. Bilden kan sedan avbildas på en tryckplåt, för att då kunna återges i tryck.

Det finns vissa givna förhållanden för att kunna säkerställa bildkvaliteten; en punktuppbyggd pixelbild bör ha en upplösning som är dubbelt så stor som den rastertäthet med vilken den ska tryckas. En bild som trycks i finraster (150 *lpi*) bör alltså ha en upplösning på 300 ppi.

Val av papper

Det finns flera olika sätt att dela in papper. Nedan finner du lite kort information om vad de olika begreppen står för.

Ytvikt

Papprets *ytvikt* mäts i gram per kvadratmeter. Ett 100-gramspapper väger alltså 100 g per kvadratmeter.

Bulk

Papprets *bulk* är förhållandet mellan papprets tjocklek och ytvikt. Det är ett mått på hur ”fluffigt” pappret är. Ett papper med hög bulk känns allmänt sett styvare och är att rekommendera för *limbindning*.

Opacitet

Opacitet är hur genomskinligt pappret är, där 100 % innebär att pappret är helt ogenomskinligt. En hög opacitet gör att text och bilder inte lyser igenom.

Bestruket eller obestruket

Ett papper kan *bestrykas* matt, halvblankt eller blankt. Det kan bestrykas olika mycket och kan dessutom vara obestruket. Obestrukna papper är mer eller mindre matta. Matta papper är bättre för text, blanka är bättre för bilder. Bestrukna papper är generellt dyrare än obestrukna.

Träfritt, trähaltigt, retur- och lumphaltigt

Ett trähaltigt papper har kortare livslängd, sämre styrka, sämre vithet, högre opacitet, högre bulk och är generellt billigare än ett träfritt. Papper med mycket returfiber har ofta hög

opacitet. Ett lumphaltigt papper innehåller minst 25 % bomullsfibrer vilket ger hög styrka och mjukhet.

Efterbehandling

Det är inte säkert att alla tryckerier har möjlighet att göra alla typer av efterbehandlingar, men de har i regel kontakt med något företag som kan göra det. Här är några exempel på efterbehandlingar:

Skärning

Pappret skärs till rätt format.

Falsning

Pappret viks.



Bigning

En vikmarkering som underlättar falsning av tjocka/styva papper.

Bindning

Ihopsättning av flera ark, exempelvis metallhäftning, limbindning, textilhäftning eller spiralbindning.

Hålning

Göra hål för att kunna sätta in i pärm.

Laminering

Belägga med skyddande plastyta.

Prägling

En nedsänkning som skapas genom att en stämpel (*kliché*) pressas mot pappret.

Folieprägling

Nedsänkning i pappret från en stämpel med färg av folien (ofta guld eller silver).

Relieffryck

Skapas genom att pulver sprutas mot våt tryckfärg, sedan bakas den och höjd uppstår. Detta fungerar bäst på mindre ytor, exempelvis text och linjer, eftersom större ytor lätt krackelerar.

Stansning

Göra hål i pappret.

Perforering

Göra en stansad streckad linje för att underlätta att riva av en bit av pappret.

Lukter

Genom att använda en genomskinlig uv-lack med doft kan du få dina trycksaker att lukta.

Värmekänslig färg

Med screentryck kan en värmekänslig färg tryckas. Färgen ändrar sedan färg efter exempelvis kroppstemperatur.

Skrapfärg

Skrapfärg används för effekten som finns på skraplotter.

Tygmaterial

För att få tygkänsla på exempelvis text eller detaljer.

Offertförfrågan

Det är en bra idé att skicka offertförfrågan till flera tryckerier eftersom priserna kan skilja ganska mycket. Följande bör finnas med vid en offertförfrågan om trycktjänster:

Antal sidor

Hur stor *upplaga* ska tryckas?

Format

Vilket *format* ska produkten tryckas i?

Antal tryckfärger

Hur många tryckfärger kommer du att använda? 1 (gråskala), 2/3 (tryck med dekorfärg/er) eller 4 (cyan, magenta, gul och svart – kan återge alla färgnyanser)

I vilket format du kommer att skicka materialet till tryckeriet

Tryckfärdig *pdf*? Annat?

Papper/material

Vilket papper eller annat material ska trycket vara på?

Leverans

Hur produkten ska levereras till beställaren och hur lång tid får det ta?

Efterbehandling

Ska någon efterbehandling göras?

Checklista för tryck

Texter

Använd äkta snittvarianter

Se till att du använder de *äkta snittvarianterna av teckensnitten* (använd inte layoutprogrammets funktion för att göra texten exempelvis kursiv eller fet).

Använd Postscript-teckensnitt

Använd i första hand *Postscript Typ 1*- fonter. *Truetype* - fonter riskerar att ge problem vid rippning. Kontrollera med tryckeriet innan du använder Truetype.

Kontrollera att tryckeriet har ditt teckensnitt

Samma teckensnitt kan skilja sig åt mellan olika tillverkare. Utseendet kan påverka exempelvis hur stort utrymme texten tar. Var därför noga med att se till att tryckeriet har exakt samma teckensnitt som du. En lösning på problemet är att skicka med de använda teckensnitten till tryckeriet men det är egentligen inte lagligt.

Gör korrektur på skärm och i utskrift

Kontrollera noggrant typografi, textinnehåll, avstavningar, *radfall* med mera, på skärmen och utskrivet.

Se till att all text finns med

Kontrollera att all text finns med i textrutorna. I InDesign visar en ruta med ett plus i att det finns mer text än vad som syns i textrutorna.

Omvandla text i bilder

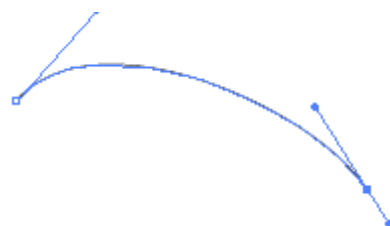
Konvertera typsnitt i bilder till *textkonturer* (var annars noga med att se till att teckensnitten följer med hela vägen till tryckeriet).

Bilder

Objekt- eller pixelgrafik?

Logotyper och illustrationer bör vara uppbyggda av *objektgrafik*. Objektgrafik kallas ofta *vektorgrafik* eftersom man tidigare använde sig av vektorer (raka linjer mellan två punkter) för att bygga upp objektgrafik. Idag användes istället Beizerkurvor, som består av böjda kurvor mellan punkter där kurvorna kan böjas så mycket eller så lite man vill.

Fördelen med objektgrafik är att den kan förstoras utan förlust av kvalitet. Den tar också oftast mindre lagringsutrymme. I Illustrator CS2 kan du även göra objektgrafik av pixelgrafik med hjälp av direktkalkering.



Fotografier och bilder inlästa med *scanner* är uppbyggda av små kvadratiska rutor, pixlar, där varje ruta har en färg angiven. Denna typ av grafik kallas *pixelgrafik*. Ju tätare pixlar desto större upplösning har bilden. Upplösningen är i sin tur avgörande för hur stort bilden kan tryckas.



Ett foto består av pixlar, små fyrkantiga rutor.

Upphovsrätt

Kontrollera att du/beställaren innehar rättigheten att trycka bilderna.

Behandla bilder

All typ av bildbehandling (beskärning, färginställningar, skärpa osv.) ska göras i ett bildbehandlingsprogram, som Photoshop (inte i layoutprogrammet). Bilder och färger kan kontrolleras på en *kalibrerad* skärm i ett bildbehandlingsprogram. En utskrift på *laserskrivare* fungerar dock inte som färgkorrektur.

Ange rätt upplösning

Bildens upplösning, och även bildens storlek, ställs in i ett bildredigeringsprogram. Upplösning mäts i *ppi*, pixels per inch. För låg upplösning gör att ögat kan se de enskilda

pixlarna. Vid lagom hög upplösning kan ögat inte uppfatta att bilden består av pixlar. För hög upplösning ger ingen kvalitetsförbättring, utan tar bara större lagringsutrymme. Den optimala upplösningen är den dubbla *rastertätheten*. Rastertäthet är ett mått på hur tätt linjerna ligger i ett raster. Rastertäthet anges i *lpi*, lines per inch. I dagstidningstryck är det vanligt med en rastertäthet på 85 lpi, och 150 lpi är vanligt för finare tryck. Vid en rastertäthet på 150 lpi bör alltså upplösningen vara 300 ppi.

Det är möjligt att *interpolera* fram högre upplösning med hjälp av Photoshop. Du får då en bild med sämre kvalité men resultatet blir bättre än om du skulle skriva ut bilden med för låg upplösning.

Lägg till ICC-profil

En *ICC-profil* beskriver en enhets kulörrymd, egenskaper och brister. De används för att justera färger så att originalfärgen ska överensstämma så bra som möjligt med tryckresultatet. Tryckeriet tillhandahåller ofta ICC-profiler och de ska då användas till alla foton, för att få så bra tryckresultat som möjligt. Om tryckeriet har en egen ICC-profil (eller rekommenderar någon) ska denna läggas till bilden. Även detta görs i bildbehandlingsprogrammet.

Separera för fyrfärgstryck

Bilden ska vara i CMYK-läge om den ska tryckas med *fyrfärgstryck*. Detta ställs in i bildbehandlingsprogrammet.

Ställ in bilder som ska tryckas i gråskala

Om bilden ska tryckas i gråskala ställs även detta in i bildbehandlingsprogrammet.

Skapa duplex-bilder

Duplex innebär att tona en gråskalebild med ytterligare en färg, triplex med ytterligare två färger. Du gör en *duplexbild* i ett bildredigeringsprogram. (I Photoshop: Öppna en gråskalebild. Välj sedan Bild - Läge - Duplex, välj vilken/vilka färg/er du vill använda.) Spara bilden i eps-format (tiff stödjer inte duplex). Tänk på att dekorfärgen som används ska vara exakt samma som den du använder i illustrationer och i layoutprogrammet.



Spara i eps/tiff-format

Spara alla foton och illustrationer i eps- eller tiff-format. *Eps* (Encapsulated PostScript) är ett filformat som är lämpligt både för objekt- och pixelgrafik som ska tryckas. Du kan spara dina filer i eps-formatet både från Photoshop och Illustrator. *Tiff* (Tagged Image File Format) är ett filformat för pixelgrafik som är lämplig att använd för tryck. Filerna blir något mindre än filer som sparas i eps-format.

Kontrollera länkar

Bilder ska monteras i layoutprogrammet och blir då *länkade* till layoutdokumentet, men inte inbyggt i det. Tänk på att om du döper om eller flyttar filer som du har monterat i layoutprogrammet måste du länka om dessa.

Färger

Välj att trycka med dekor- eller processfärg

En *processfärg* (övre bilden) är en färg som är uppbyggd av de fyra tryckfärgerna (cyan, magenta, gul och svart).

Processfärger ska du använda när du vill trycka färgbilder eller dokument med fler än två färger.



C: 72% M: 42% Y:0% K:0%



Pantone 279 C

Dekorfärg (undre bilden) är en exakt angiven kulör som man använder för att trycka trycksaker där endast två eller tre färger behövs. Du väljer kulör med hjälp av en *PMS*-guide som visar hur de olika kulörerna ser ut i tryck. Du kan spara kostnader genom att använda dekorfärg om du bara behöver en eller två färger eftersom tryckeriet då inte behöver göra lika många tryckplåtar (en för varje dekorfärg + svart istället för en för vardera av tryckfärgerna cyan, magenta, gul och svart). Du kan också välja att använda en dekorfärg utöver de fyra tryckfärgerna om det exempelvis är väldigt viktigt att en logotyps färg blir i en exakt kulör eller om du vill trycka med guld eller silver, som inte går att få fram genom att blanda cyan, magenta, gul och svart. Du kan också använda lack som en ytterligare tryckfärg, för att lackera delar av, eller hela, sidor. PMS (Pantone Matching System) är ett system främst för dekorfärger i tryck.

Använd en färgguide för korrekt färgval

Det finns färgguider både för process- och dekorfärger som består av olika kulörer tryckta på papper. Med hjälp av dessa kan du lättare välja den färg du önskar.

Överskrid inte maximal tryckmängd

Använd inte processfärger med blandningar som har för mycket tryckfärg.

(Tryckfärgsprocenten räknar du ut genom att addera hur många procent kulören innehåller av varje tryckfärg. Exempelvis C: 0 % M: 20 % Y: 60 % K: 0 % ger $0+20+60+0\% = 80\%$ tryckfärg.) Dagstidningspapper klarar maximalt ungefär 240 % tryckfärg och fint arkoffsettryck klarar ungefär 340 % tryckfärg. Kolla med tryckeriet för exakta värden.

Använd djupsvart vid behov

Om svart färg ska täcka ett annat objekt eller se helt svart ut mot ett färgfoto krävs en djupsvart färg (C: 50 % M: 50 % Y: 0 % K: 100 %). Detta beror på att tryckfärgen är genomskinlig till viss grad (ett måste för att tryckfärgerna ska kunna blandas till olika kulörer), så även om CMY tillsammans blir svart i teorin, stämmer inte det vid tryck.

Undvik misspass vid tunna linjer

Misspass innebär att de olika färgerna i trycket inte trycks på exakt samma plats. Detta kan göra att små objekt upplevs som oskarpa. Misspasset blir ofta större i dagstidningstryck än arkoffsettryck. Undvik för säkerhets skull att trycka tunna linjer, exempelvis antikvor i liten teckengrad, med flera tryckfärger eller negativ text på färgplattor i flera tryckfärger.

Det finns risk för att misspass gör att tunna linjer, exempelvis antikvor i liten teckengrad, som trycks med flera tryckfärger, ser oskarpa ut och de olika tryckfärgerna framträder.

Dekor-/processfärg?

Om du har använt dekorfärg/er, meddela tryckeriet vilken/vilka. Dekorfärger ska vara angivna med samma namn i illustrationer och foton som i layoutprogrammet. Om du arbetar med fyrfärgstryck, se till att alla färger är separerade som CMYK (inga dekorfärger).

Ta bort oanvända färgrutor

Ta bort färgrutor som inte ska användas vid tryckningen ur färglådan. Detta gäller både bilder och i layoutprogrammet.

Sidor

Ta bort tomma sidor

Kontrollera att du inte oavsiktligt har några tomma sidor i dokumentet.

Ta bort objekt utanför sidan

Ta bort objekt som har blivit kvar utanför sidan i dokumentet.

Se till att dokumentet har rätt format

Dokumentets *format* ska vara samma som slutproduktens. Dokumentet ska alltså inte ha uppslagens storlek, dvs man ska inte arbeta med en liggande A3 om slutresultatet ska bli sidor i A4-format (en vikt A3)

Kontrollera sidnumreringen

Kontrollera att sidnumreringen är korrekt.

Utfall

Utfallande bilder (eller andra objekt) är sådana som går ända ut till papprets kant. Om du har utfallande bilder och/eller objekt måste dessa gå en bit utanför dokumentets format (ofta ca 5 mm, kolla med tryckeriet). Annars finns det en risk att det blir en vit kant längst ut på pappret eftersom tryck och efterbehandling aldrig är helt exakta.

Se upp med falska uppslag

Tänk på att två sidor i ett uppslag oftast hamnar på olika ark i trycket (undantaget mittuppslaget). Det finns en risk för misspass vid tryck och vikning. Undvik därför att lägga bilder diagonalt, bilder eller andra objekt som är känsliga för kulörförändringar och tunna linjer tvärs över sådana så kallade *falska uppslag*.

Kontrollera linjer och ramars passning

Kontrollera i hög förstoring att linjer och ramar går ihop med varandra som de ska.

Ange linjetjocklek korrekt

Bestäm linjers tjocklek med exakta mått (inte exempelvis hårfin, utan exempelvis 0,5 punkter). Undvik linjer som är tunnare än 0,3 punkter.

Gör sista korrektur

Kontrollera format, objektens placering med mera på skärm och i utskrift. Skicka gärna även en pdf till beställaren för en sista *korrektur*. Det är också bra att göra en färgseparerad utskrift för att se att tryckplåtarna kommer att bli korrekta och i rätt antal.

Till sist

Gör en preflight

Gör en dokumentkontroll, *preflight* (Arkiv - Preflight). Du kan här kontrollera bland annat fonter, färger och bilder.

Packa

Packa ihop bilder, typsnitt och rapport om dokumentet i en mapp. Det finns en automatisk funktion för att göra detta i Indesign (Arkiv – Packa, File - Package).

Filnamn

Bilder och länkar får inte innehålla något av följande tecken i filnamnet, å, ä, ö, !, ?, /, (,), [,] och liknande specialtecken.

För att underlätta för tryckeriet vid hanteringen av inkommande material är det bra om filerna döps enligt regeln: kund_jobbnamn.

Gör en pdf

Exportera ditt dokument till en tryckfärdig *pdf*. (Arkiv – Exportera i Indesign.) Pdf är idag ett av de vanligaste formaten för leverans till tryck. Pdf är ett relativt låst format vilket gör det lättare för rippen att tolka hur sidan ska se ut, vilket i sin tur minskar risken för att trycket ska bli felaktigt.

Skicka utskrift, packade filer och pdf till tryckeriet

Skicka de packade filerna och pdf-filen till tryckeriet tillsammans med en utskrift. En korrekt utskrift minskar risken att det blir några missförstånd mellan dig och tryckeriet om hur du har tänkt dig att den färdiga trycksaken ska se ut. Se till att det är den absolut senaste versionen du skickar med till tryckeriet.

Förprovtryck

Ett *förprovtryck* framställs innan den riktiga tryckprocessen sätter igång. Förprovtrycket ger en sista möjlighet till korrektur. Det finns olika typer av provtryck. Ett kemiskt provtryck är exaktare, men dyrare, än ett digitalt.