



The Psychology of Color

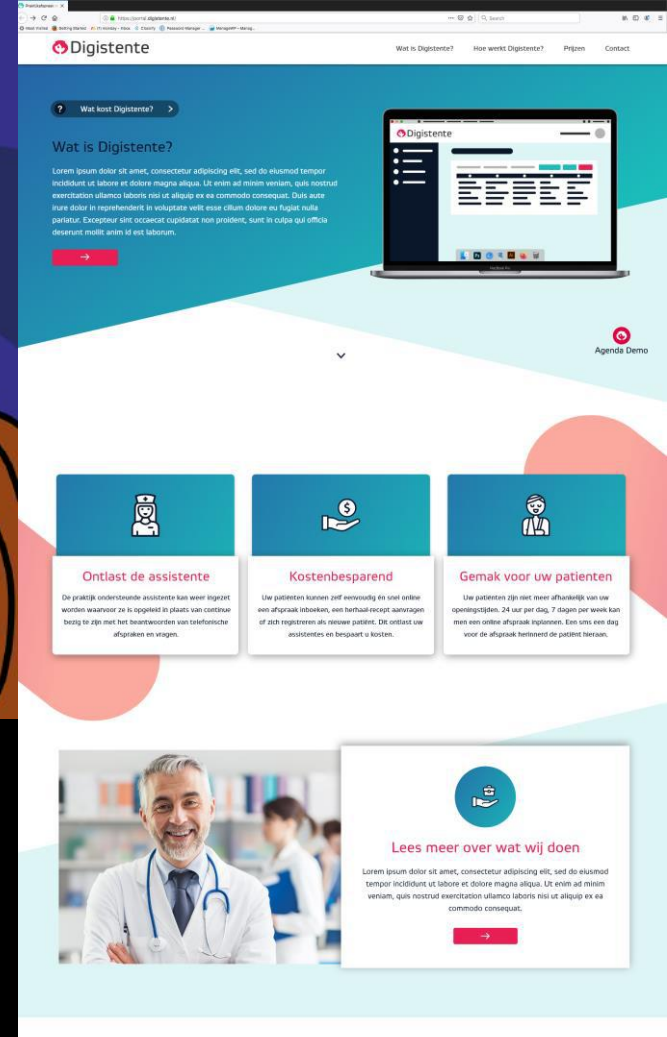
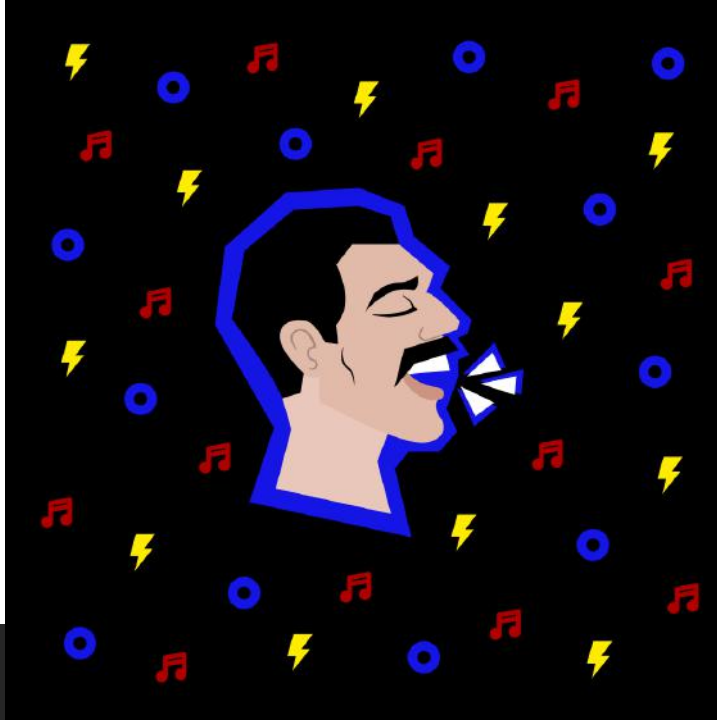
DYLAN RADEMAKER EN SASKIA BEST, 26 MAART 2021

Dylan

Dylan Rademaker

24 jaar

4e jaar CMD



Saskia



Mijn Profiel

Contactgegevens

Instituut: CMI

E-mailadres: s.e.best@hr.nl Telefoonnummer: 06 - 5122 7110 Aanvullend tel. nr.: 06 - 5122 7110

Wachtwoord wijzigen

Gebouw: Wijnhaven 99 Verdieping: Verdieping Kamernummer: Kamernummer

Saskia Best
Hoofddocent
BestSE



Foto's: privé collectie



Wat kan je vandaag verwachten?

Wat is kleur eigenlijk?

Kleurenwiel/kleurschema's

Gouden regel kleurgebruik

Quiz met prijs!

Kleurenpsychologie/betekenis van kleur

Mini Design Challenge

Om te beginnen: een klein opwarmertje!

Welke kleur ben jij?

<https://www.buzzfeed.com/adamdavis/what-color-best-describes-your-inner-personality>

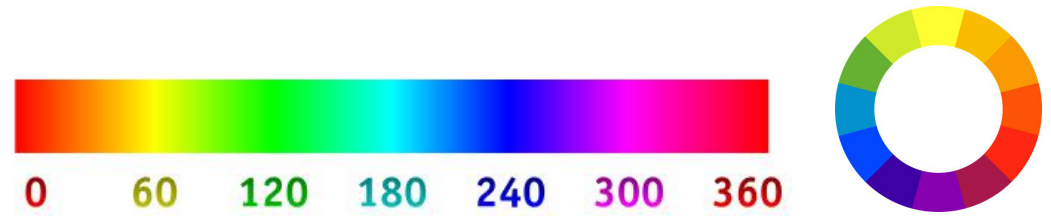
Vul de korte quiz in en laat ons weten welke kleur jij bent!



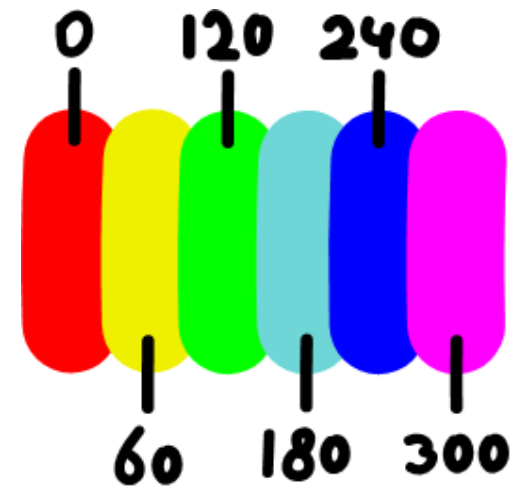
De basis: waar
bestaan kleuren
uit?

- Hue
- Saturation
- Brightness

De basis: Hue

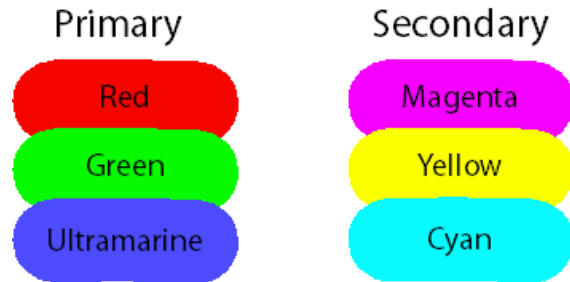


- Hue is een van de drie hoofdeigenschappen waar kleur uit bestaat
- Hue is het pure pigment van de kleur
- 6 Key colors (rood, geel, groen, cyan, blauw, paars)
- 3 Primaire kleuren, 3 Secundaire kleuren

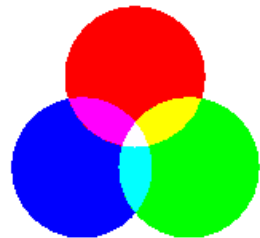


Hue: Color mixing

Lightcolors (Digital)



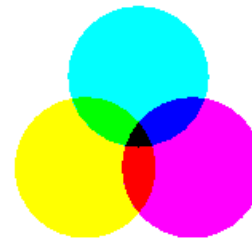
Lightmixing (additive)



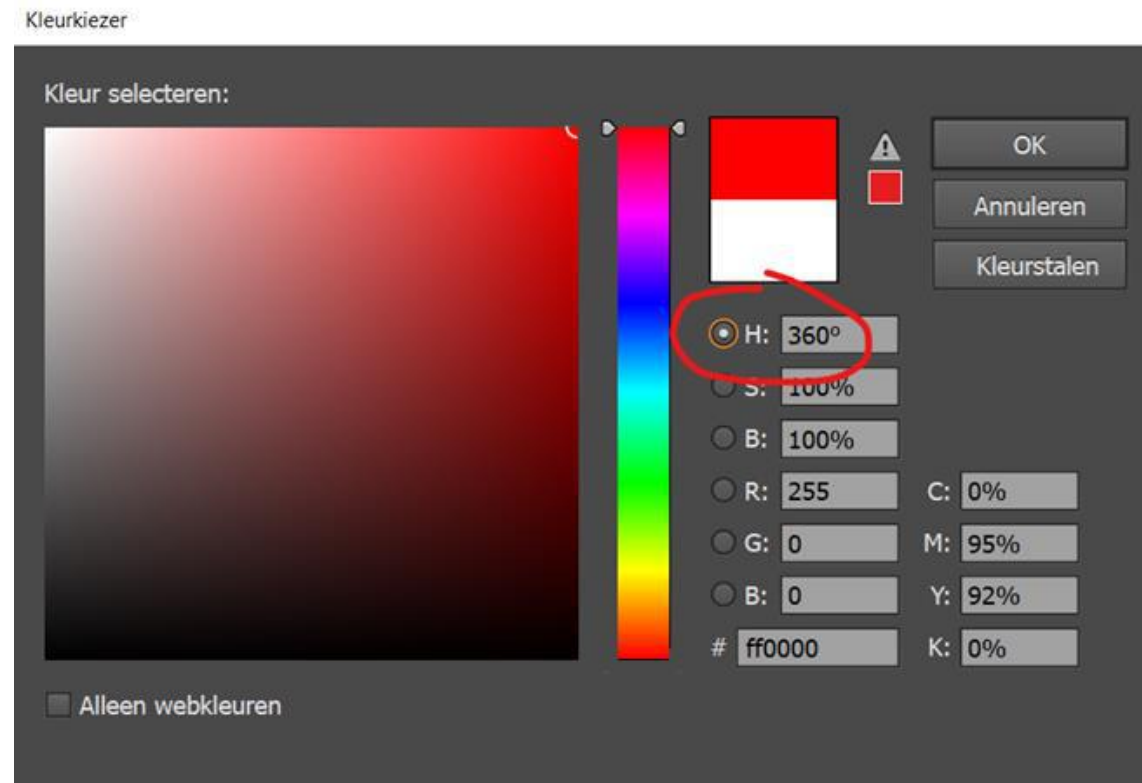
Paintcolors or Inkcolors (Analog)



Paintmixing (subtractive)

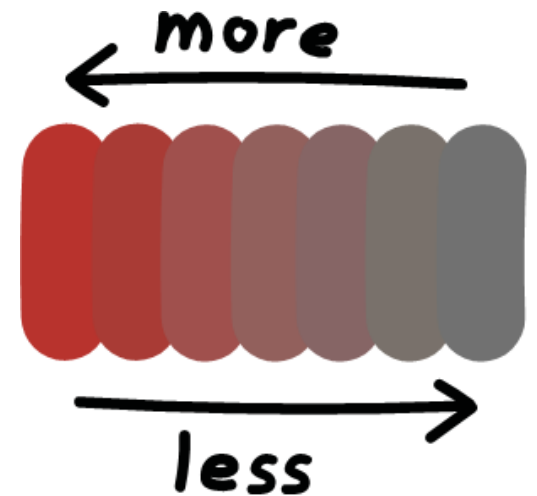


Hue: Kleurkiezer Adobe

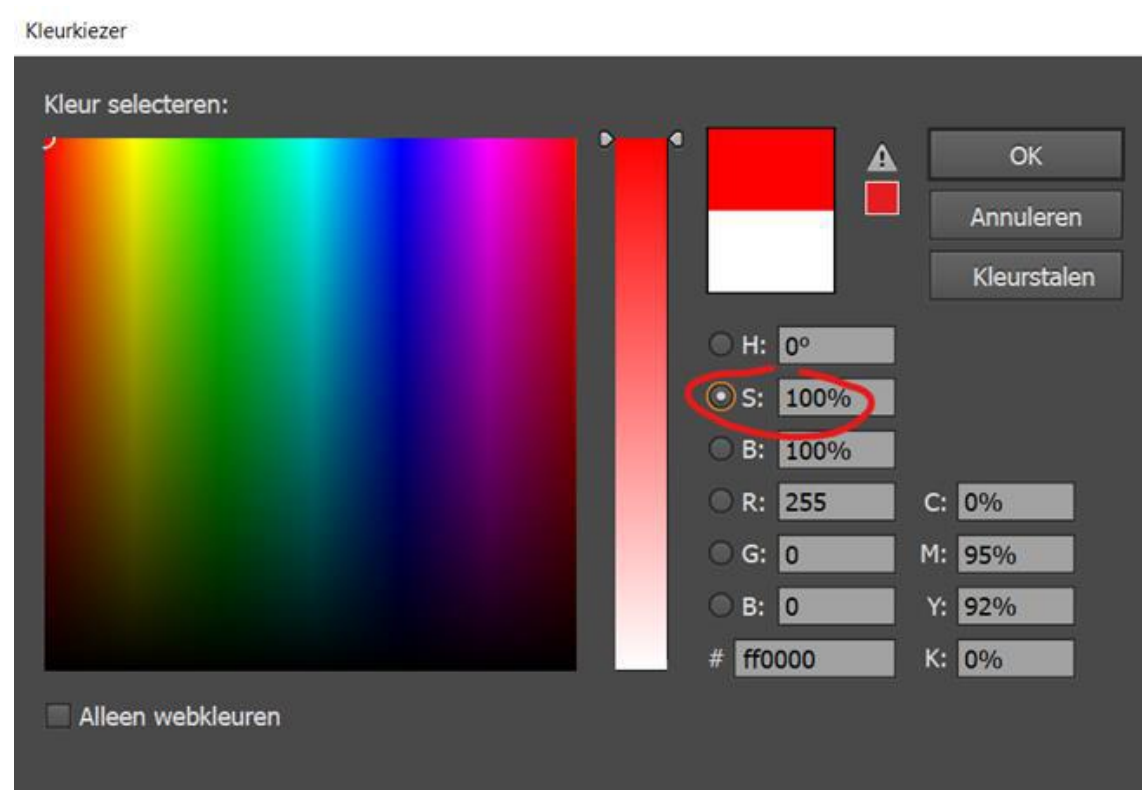


De basis: Saturation

- Intensiteit van de kleur
- Op basis van een hue
- Meer saturatie = heldere kleur
- Minder saturatie

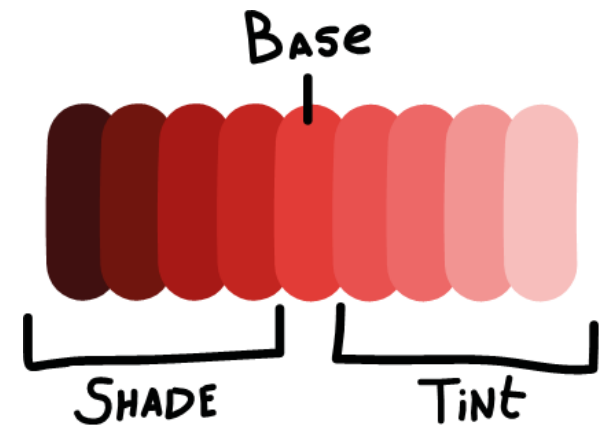


Saturation: Kleurkiezer Adobe

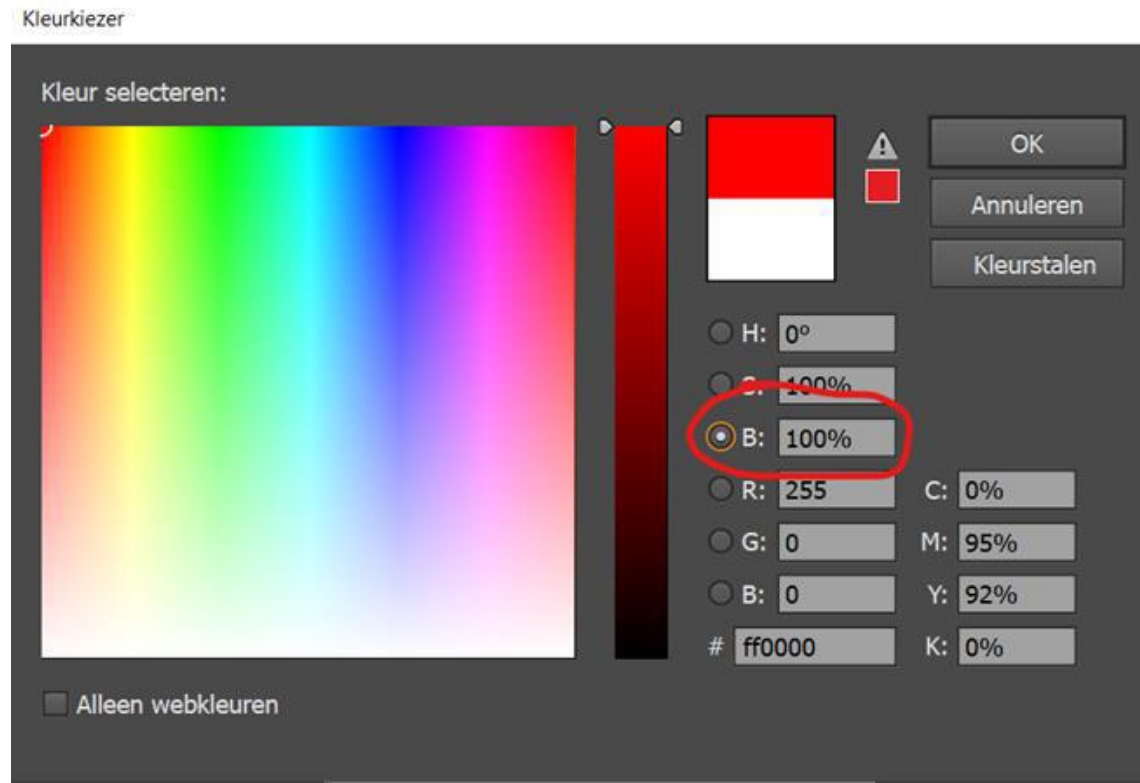


De basis: Brightness

- Tints of shades
- Heeft geen effect op hue of saturation
- Shades = Zwart toevoegen aan een kleur om de kleur te verdonkeren
- Tints = Wit toevoegen aan een kleur om de kleur te verlichten



Brightness: Kleurkiezer Adobe



Tip: donkere tonen maken

- Saturation omhoog
- Brightness omlaag

Dark Tones



H - S~~x~~ B~~x~~



H - S~~x~~ B~~x~~



Tip: lichtere tonen maken

- Saturation omlaag
- Brightness omhoog

Light Tones



H - S~~↓~~ B~~↑~~



H - S~~↓~~ B~~↑~~



A horizontal string of seven autumn leaves is shown against a light grey background. The leaves are arranged in a row, each held by a small wooden clothespin at its stem. From left to right, the leaves transition through a color spectrum: a vibrant green, a yellow-green, a pale yellow, a warm orange, a bright orange-red, and finally a deep, saturated red. The leaves have a serrated edge and visible vein patterns.

Het kleurenwiel & kleurschema's

Het kleurenwiel

- De natuurlijke manier om overgang kleuren te zien
- Representatie kleuren en hun relaties
- De tool om te zien welke kleuren het beste samenwerken
- Gebruikt om kleurschema's mee te maken
(colorschemes)

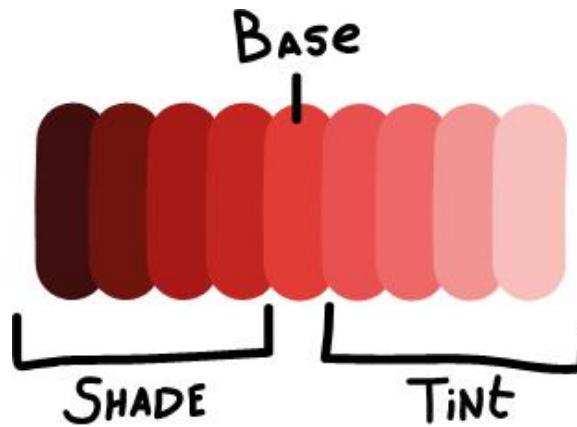


Het kleurenwiel: kleurschema's

- Hoe kleuren met elkaar samenwerken
- Welke kleuren passen het best bij elkaar
- Monochroom (monochromatic)
- Analoog (analog)
- Complementair (complementary)
- Triadisch (triadic)

Monochroom

- Basis bestaat uit een hue
- Overige kleuren zijn tints en shades van de basis kleur
- Gebruikt om gevoel te bewerkstelligen

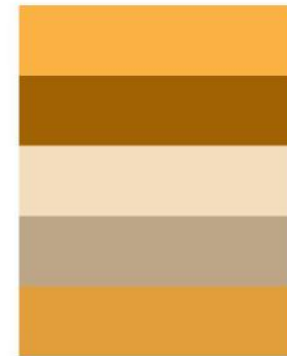
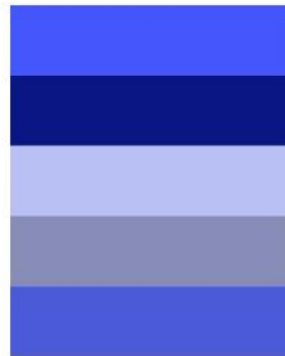


Monochroom voorbeeld

Monochromatic Colors Schemes

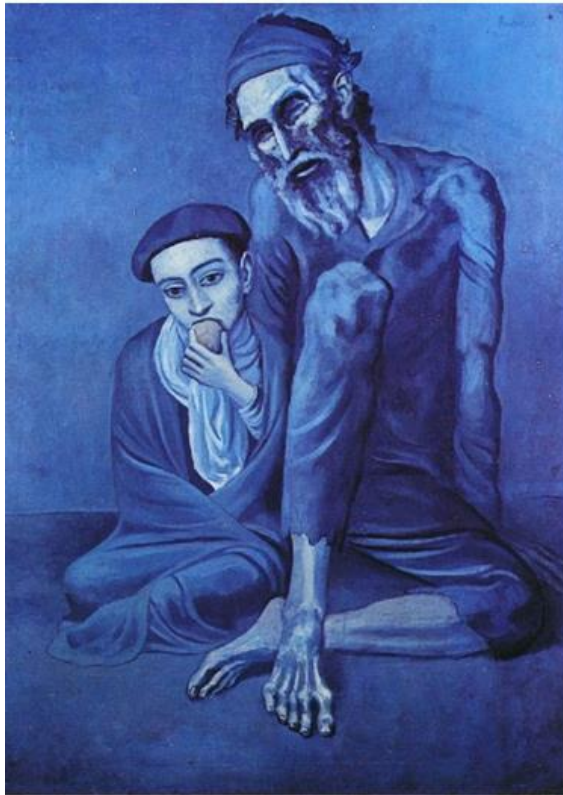


Colors



<https://uxmisfit.com>

Monochroom voorbeeld

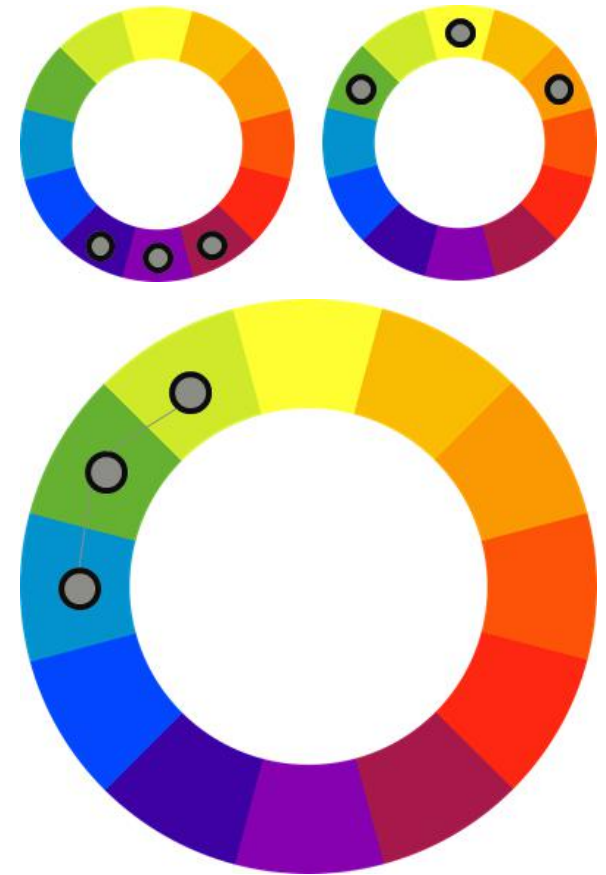


The old jew with the boy - Pablo Picasso (1903)



Analoog

- Drie kleuren naast elkaar op het wiel
- Gelijke afstand van elkaar
- Relatief dicht op elkaar
- Gebruikt voor een rustige gebalanceerde composititie



Analoog voorbeeld

Analogous Colors Schemes



Colors



<https://uxmisfit.com>

Analoog voorbeeld



Vase with irises - Vincent van Gogh (1890)



Complementair

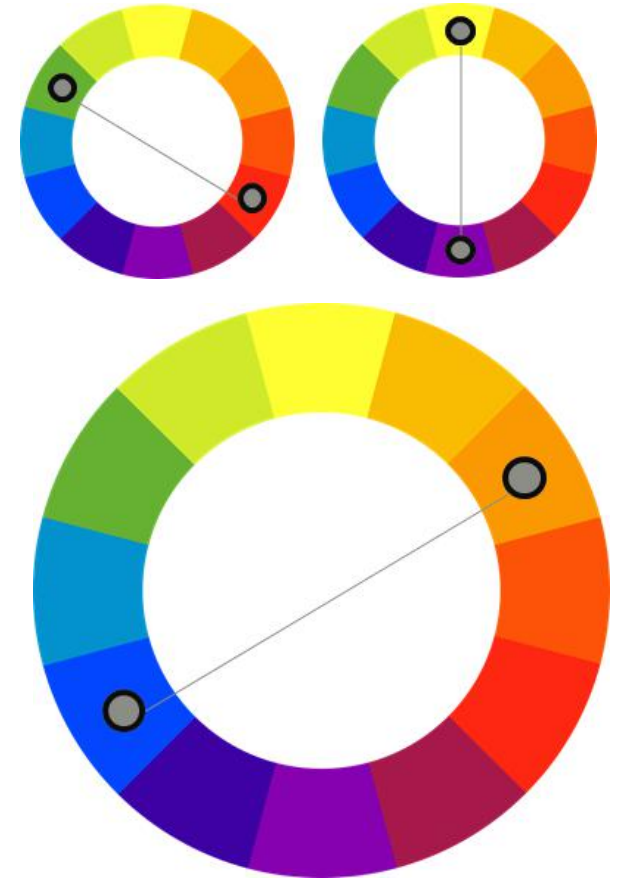
- Twee kleuren tegenovergesteld aan elkaar op het wiel
- Werken goed samen
- Gebruikt om bepaalde elementen te versterken (nadruk)

De drie belangrijkste:

Rood + Groen

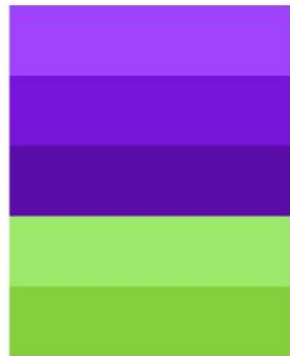
Blauw + Oranje

Paars + Geel

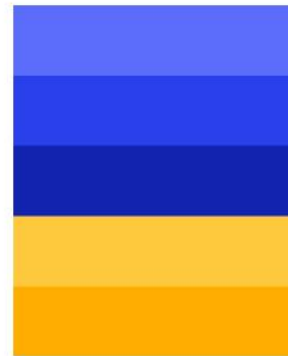


Complementair voorbeeld

Complementary Colors Schemes



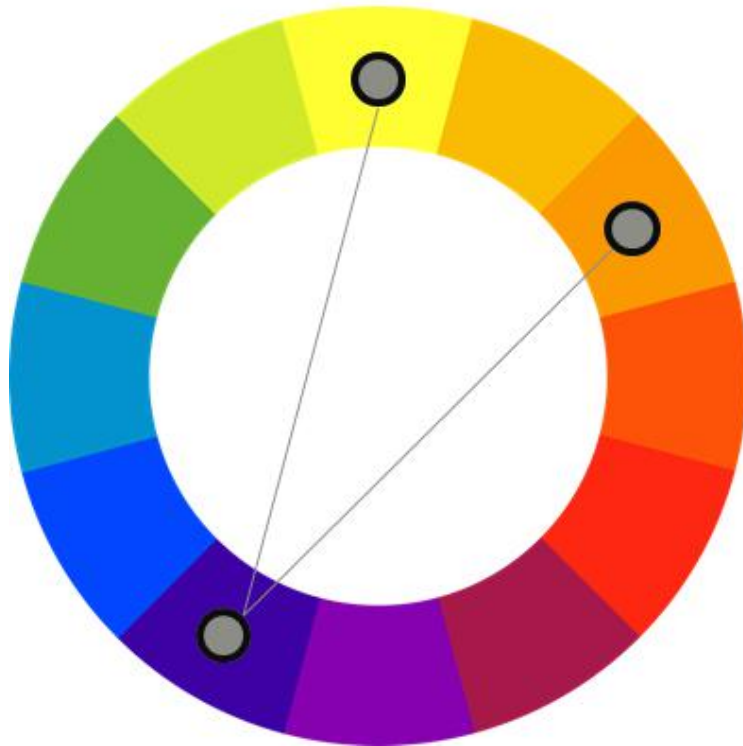
Colors



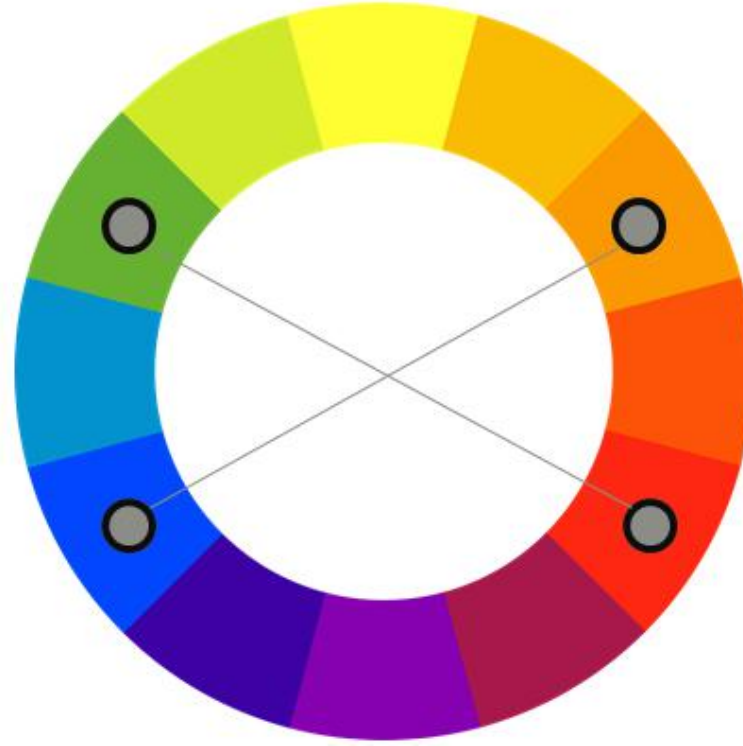
<https://uxmisfit.com>

Complementair variatie

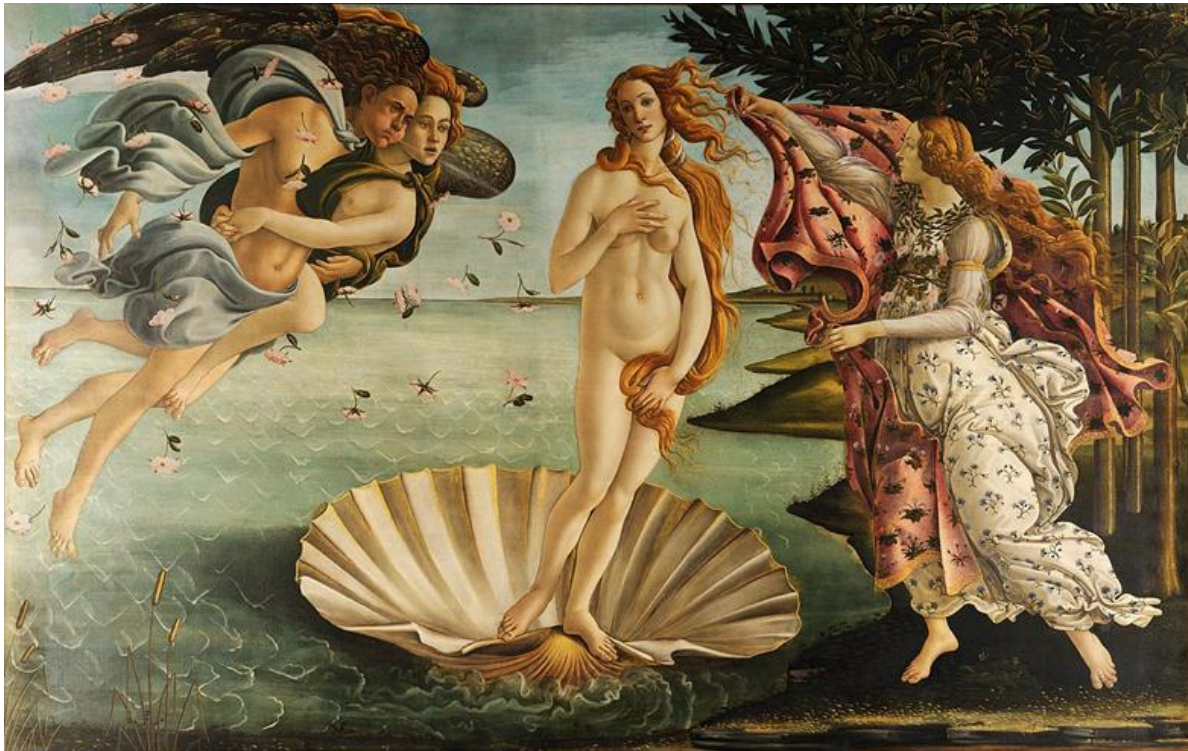
Split complementary



Double complementary



Complementair voorbeeld (dubbel)



The Birth of Venus – Sandro Botticelli (1486)



Complementair voorbeeld (split)

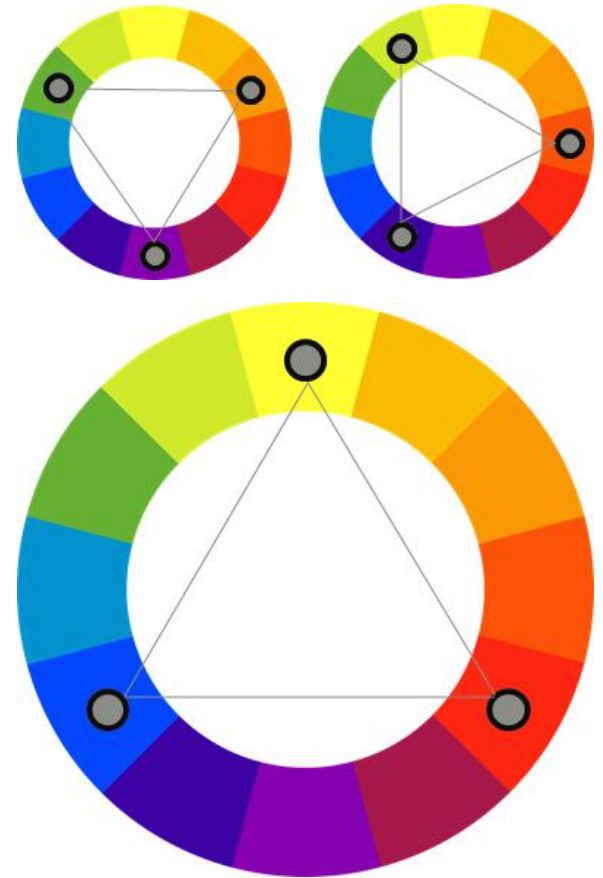


Sunflowers – Vincent van Gogh (1888)



Triadisch

- Drie basiskleuren
 - Verschilt van analoog en split
 - Zo goed als gelijk verdeeld over het wiel
- (in een driehoek)



Triadisch voorbeeld

Triadic Colors Schemes

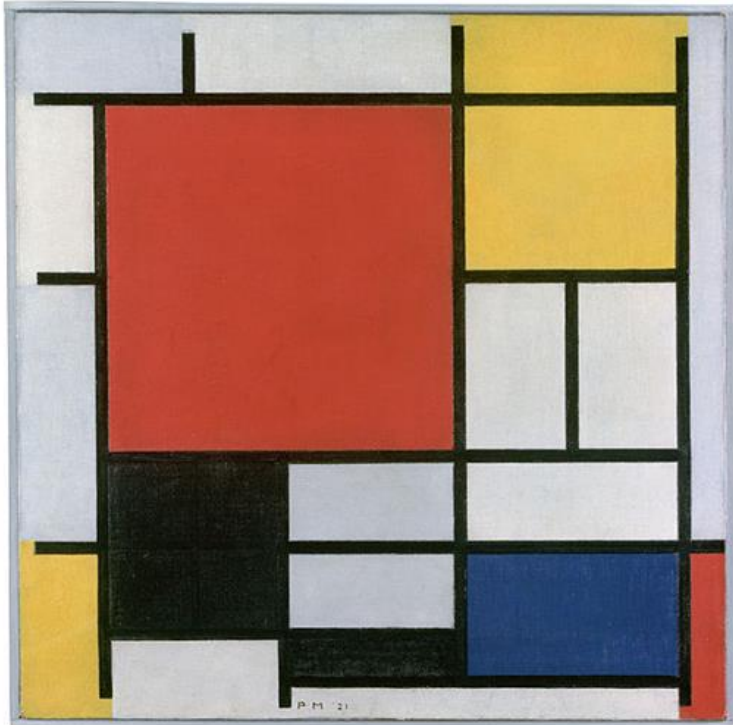


Colors



<https://uxmisfit.com>

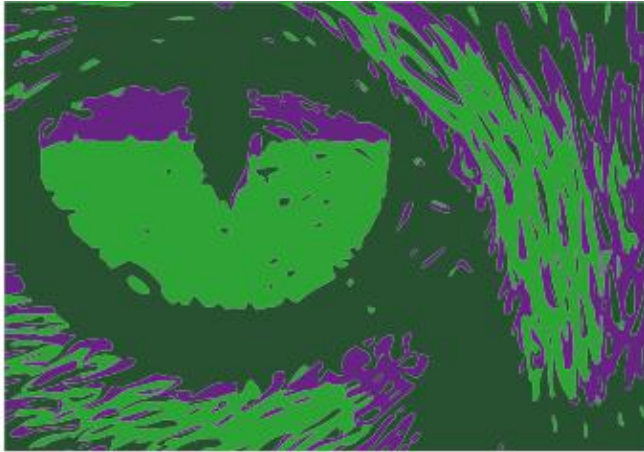
Triadisch voorbeeld



Compositie met groot rood vlak, geel, zwart, grijs en blauw—
Piet Mondriaan (1921)



Wat gebeurt er als je niet omkijkt naar kleurentheorie?



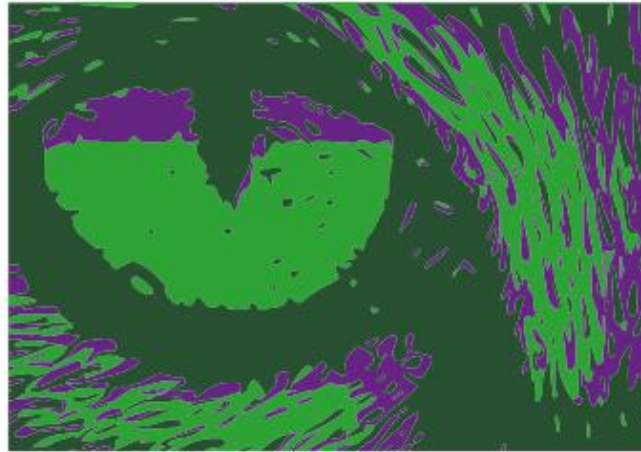
Wat gebeurt er als je niet omkijkt naar kleurentheorie?

Good example:



- Triadic color scheme
- High Saturation is canceled out by the darker blue

Bad example:



- No use of a color scheme

Even worse example:



- Wrong use of a color scheme
- No place for the eye to rest
- Too busy
- All colors are fully saturated

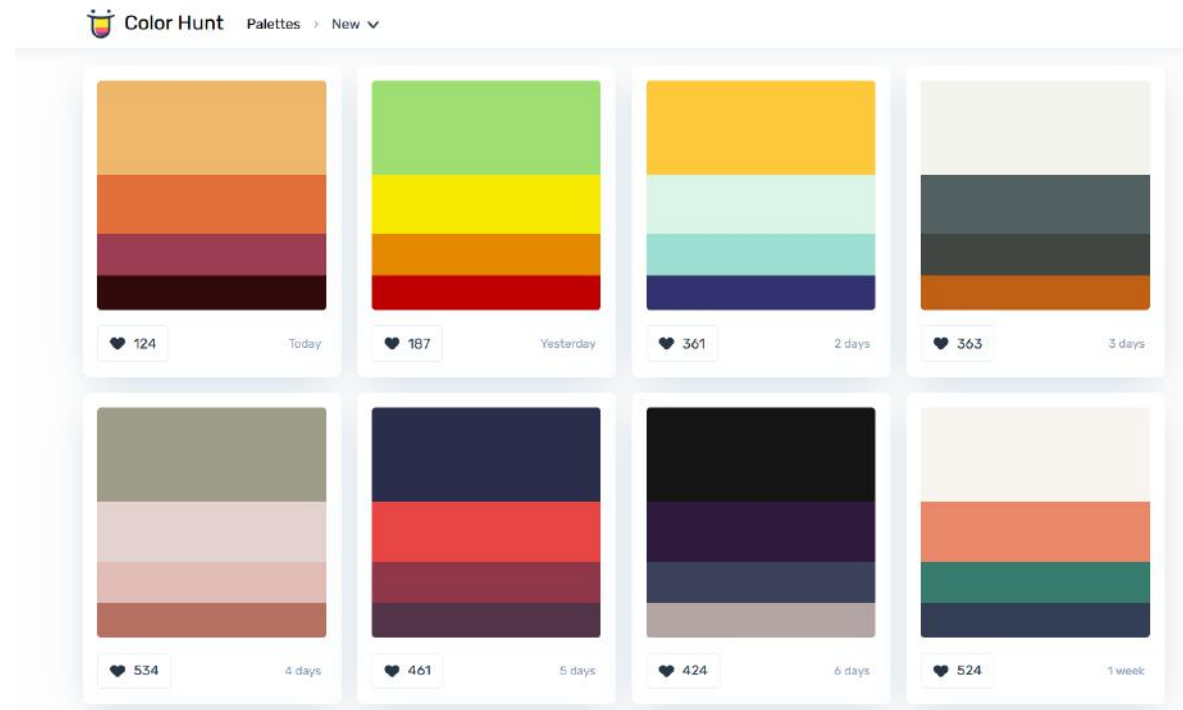
Inspiratie voor kleurenschema's

Colorhunt.co (voor inspiratie)

<https://colorhunt.co/>

Dribbble.com (voor UX voorbeelden)

<https://dribbble.com/shots?color=3080e8>



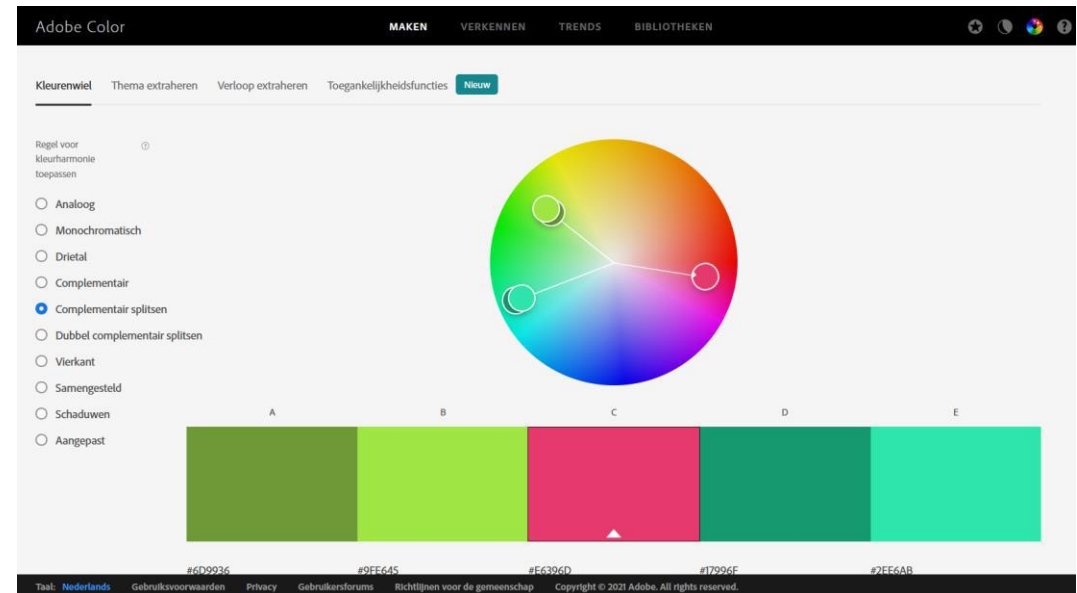
Handige kleurwielen

Adobe color wheel:

<https://color.adobe.com/nl/create/color-wheel>

Canva color wheel:

<https://www.canva.com/colors/color-wheel/>



De 60-30-10 Regel

- De gouden regel van kleurgebruik in alles van design

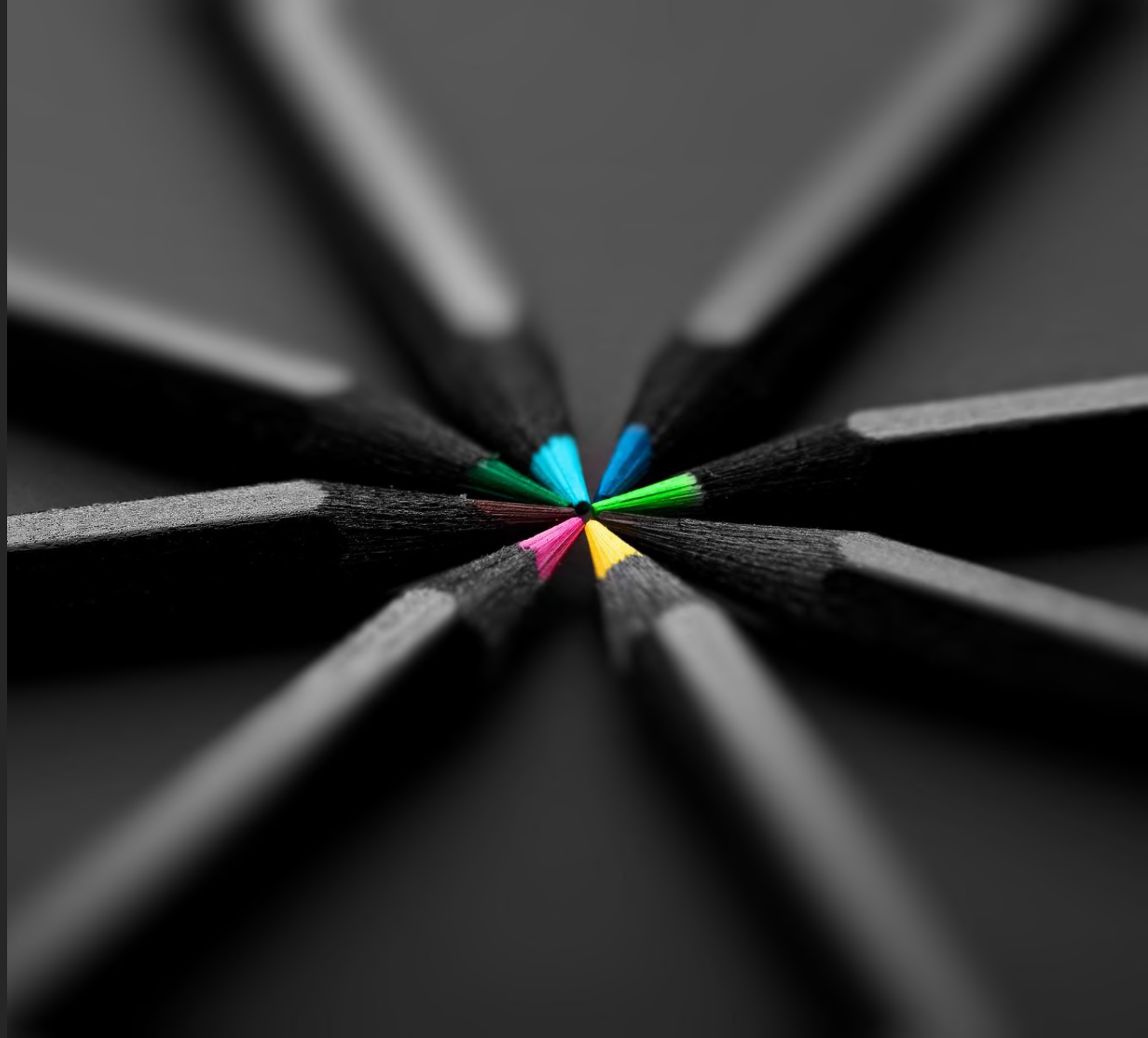
- Balans tussen kleuren versterken

- 60% + 30% + 10% is de proportie van de kleuren

60% is voor de primaire kleur

30% is voor de secundaire kleur

10% is voor de accent kleur



Voorbeeld 60-30-10

60-30-10 Rule



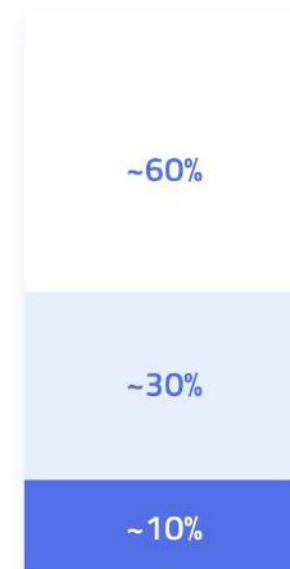
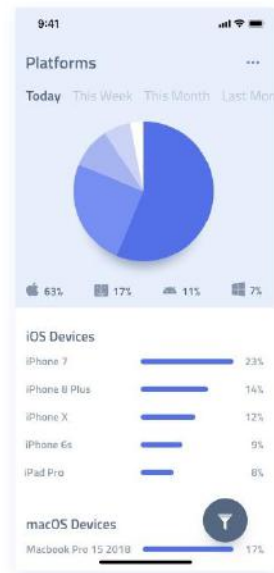
Colors



<https://uxmisfit.com>

Voorbeeld UX design

60-30-10 Rule



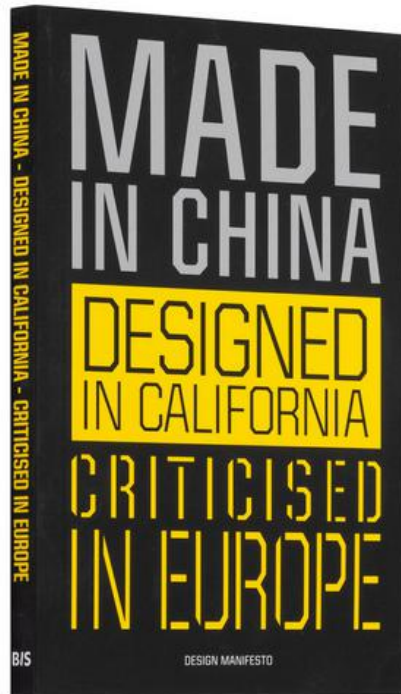
Colors

<https://uxmisfit.com>

Tijd voor een Kahoot Quiz!

Kahoot!

Ga naar [Kahoot.it](https://kahoot.it) en gebruik de game-pin om te joinen!



Made in China, Designed in California, Criticised in Europe Design Manifesto

The book is a critical look at the design world with its various design disciplines and how these have developed in the past 10 years. 'Made in China, Designed in California, Criticised in Europe' is for professional designers that care about design.

"The little book is definitely thought-provoking." – PAGE magazine





De psychologie van kleur

Kleur is meer dan alleen een esthetiek

Kleuren hebben impact op emoties,
informatieverwerking en gedrag van mensen.

De Duitse dichter, filosoof en diplomaat von
Goethe sprak van plus- (geel, rood-geel, geel-rood)
en min kleuren (blauw, rood-blauw, blauw-rood).

Pluskleuren zouden positieve gevoelens opwekken
zoals levendigheid, ambitie en warme gevoelens.

Min kleuren zouden juist negatieve gevoelens
opwekken zoals rusteloosheid, angst en koude
gevoelens.

Kleur is meer dan alleen een esthetiek

Een ander onderscheid in de psychologie gaat over warme kleuren en koude kleuren. Volgens de Amerikaanse psycholoog Nakshian hebben de warme kleuren oranje, geel en met name rood een opwindend effect hebben op gedrag en zorgen deze voor vrolijkheid. Blauw en groen zouden juist een rustgevend effect hebben.

Experiment

Een blinde man werd eerst in een blauwe (koude kleur) ruimte geplaatst en daarna in een rode (warme kleur). In beide gevallen is na een tijdje zijn lichaamstemperatuur gemeten. Tussen beide situaties werd een significant verschil gevonden, waarbij in de rode ruimte een hogere temperatuur werd gemeten terwijl de omgevingstemperatuur hetzelfde was.

Rose of temperaments



choleric (red/orange/yellow): tyrants, heroes, adventurers;
sanguine (yellow/green/cyan) hedonists, lovers, poets;
phlegmatic (cyan/blue/violet): public speakers, historians.
melancholic (violet/magenta/red): philosophers, pedants, rulers.



Een
blauwtje
lopen...

WAT BETEKENT DAT
VOLGENS JULLIE?

BLAUWTJE LOPEN



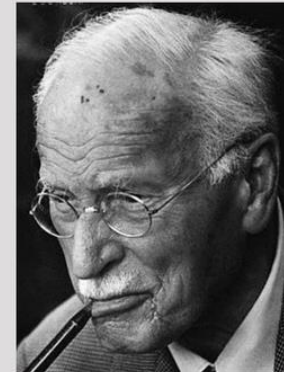
Een wit voetje
halen.....
wat betekent
dat volgens
jullie?

Colors are the mother tongue of the subconscious.

Carl Jung

Lived
1875 -1961
Kesswil,
Switzerland

Carl Gustav Jung was a Swiss psychiatrist and psychoanalyst who founded analytical psychology. Jung's work was influential in the fields of psychiatry, anthropology, archaeology, literature, philosophy...



Welke kleur ben jij volgens Jung?

De persoonlijkheidstest van de Zwitserse psychiater Carl Jung wordt vaak gebruikt in bedrijven.

Reageer jij snel, ben je aardig recht voor z'n raap in reacties? Dan ben jij een **rode, dominante persoonlijkheid.**

Organiseer je veel dingen, maar reageer je wat langzamer en voorzichtiger, dan ben je **blauw en analytisch.**

Groen staat voor een rustige reactie, gericht op de actualiteit en de neiging om conflicten uit de weg te gaan.

Hou je niet van routine, ben je op de toekomst gericht en impulsief? **Dan word jij getypeerd als geel.**

ROOD	GEEL	GROEN	BLAUW
DOMINANT	INSPIREREND	STABILITEIT	ANALYTISCH
Drijvend	Extravert	Geduldig	Onderzoekend
Ambitieux	Overtuigend	Betrouwbaar	Voorzichtig
Wilskrachtig	Verbaal	Attent	Systematisch
Doelbewust	Open	Beheerst	Precies
obleemoplossend	Positief	Aimabel	Grondig
Daadkrachtig	Empathisch	Volhardend	Logisch
Competitief	Optimistisch	Goede luisteraar	Conventioneel
Krachtig	Creatief	Vriendelijk	Afstandelijk
Nieuwsgierig	Spontaan	Voorzichtig	Objectief
Direct	Gevoelig	Ondersteunend	Perfectionist
Initiatiefrijk	Inspirerend	Uitvoerder	Methodisch
Vastberaden	Heeft aandacht nodig	Behulpzaam	Analyseert
Ongeduldig		Loyaal	Volgt regels
Eigenzinnig		Voorkomend	Gestructureerd

Welke kleur
ben jij
volgens
Jung?

Japan, treinstations en zelfmoord

TED^x Vienna
x = independently organized TED event

[Attend](#) [Read](#) [Watch](#)



ABOUT BLUE LIGHTS AND SUICIDE

February 22, 2018 · by Salome Lixl
in Culture & Society, Projects & Ideas, Science & Technology



Onderzoek toont aan dat mensen binnen 90 seconden na de eerste indruk een onbewust oordeel vellen over een ander of een product. Tussen 62% en 90% van die beoordeling is alleen op kleur gebaseerd.

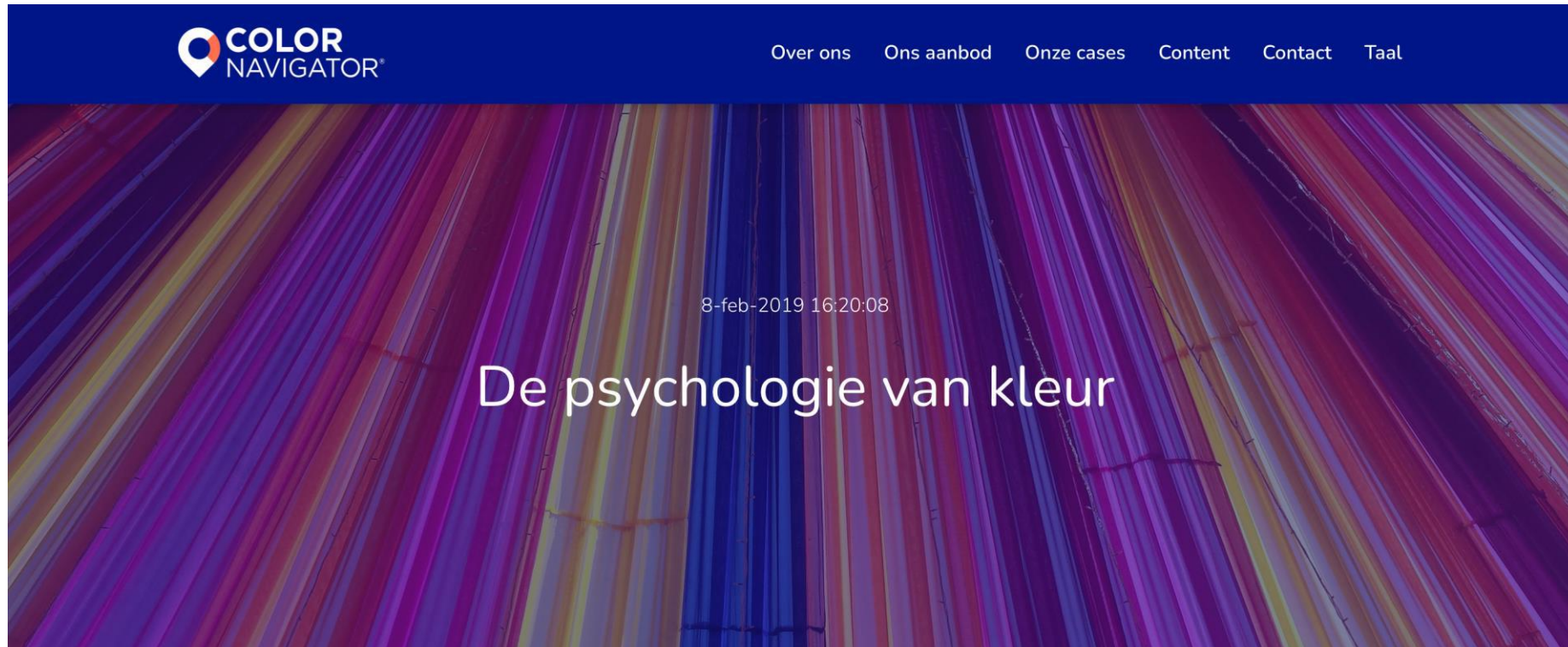
- Bron: CCI COLOR - Institute for Color Research

Kleur is overal

De verlichting in winkels bepaalt hoe we producten zien (functionele rol), maar ook hoe we ons voelen in de winkel (affectieve rol) en welke associaties worden opgewekt (cognitieve rol).

Kleuren zijn ook het eerste dat wij kunnen herinneren van een product/object, gevolgd door vormgeving, nummers en woorden. Ook verhoogt kleur de naamsbekendheid met 80 procent.

Tip: uitleg over kleurbetekenis



<https://blog.colornavigator.net/nl/de-psychologie-van-kleur>



Green

The only top global brand which uses green as its primary color

Mermaid

The further use of a mermaid logo also stimulates the customers' associations with nature

Relaxing

Using green promotes a sense of relaxation, inviting customers to take a coffee break and de-stress

Voorbeeld AH (bron: <https://www.marketingfacts.nl/berichten/hoe-verleid-je-consumenten-met-kleuren>)



AH maakt goed gebruik van de kleur lichtblauw, om de klanten op hun gemak te stellen, aangezien dit een 'aangename' kleur is.

Oranje voor urgentie



Op kopstellingen bij de aanbiedingen is nog meer oranje te vinden. Hier is bewust voor gekozen, aangezien de looproute hier vaak langs leidt.



Waarom ziet
de AH to go
er anders uit?

heerlijke **verse**
koffie to go

go
to go

					
filterkoffie	café crème	espresso	cappuccino	café macchiato	thee
1.00	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50



AH to go

In een AH to GO worden geen 'aangename' kleuren gebruikt, maar felle kleuren, zoals felgroen en felroze. Klanten in een AH to GO lopen niet met een boodschappenkarretje rond.

De doorloopsnelheid is een stuk hoger en er is meer sprake van impulsaankopen. Dit laatste komt voort uit het inzicht dat er meer verkopen worden gerealiseerd als men haast heeft. Uit onderzoek is gebleken dat dit fenomeen nog sterker is bij vrouwen (Prof P. S. H. Leeflang).

Call to action buttons



<https://www.youtube.com/watch?v=7zkKFdVwvK4>

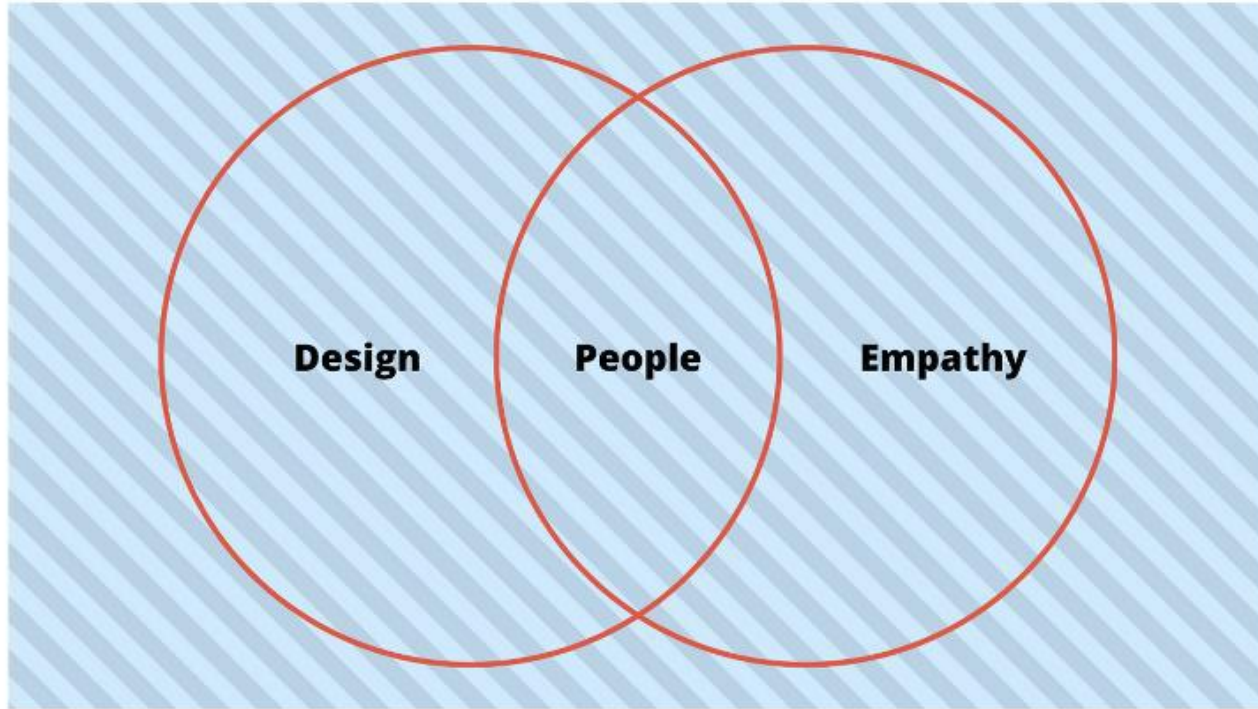
Kleuren-
psychologie
en culturele
verschillen



Uitleg kleurnamen in verschillende landen



<https://www.youtube.com/watch?v=gMqZR3pqMjg&t=10s>



Concept of human-centered design

Human Centered Design

Bron: <https://uxdesign.cc/human-centered-design-explained-with-examples-707133acf8b4>



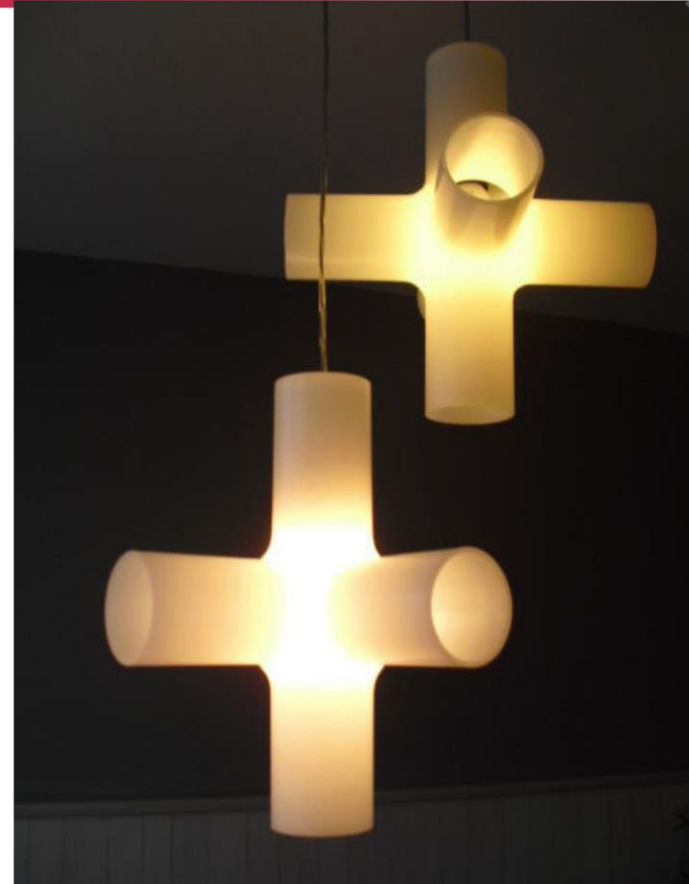
Tooth brush for adults



Tooth brush designed for kids using human centered design

White in China

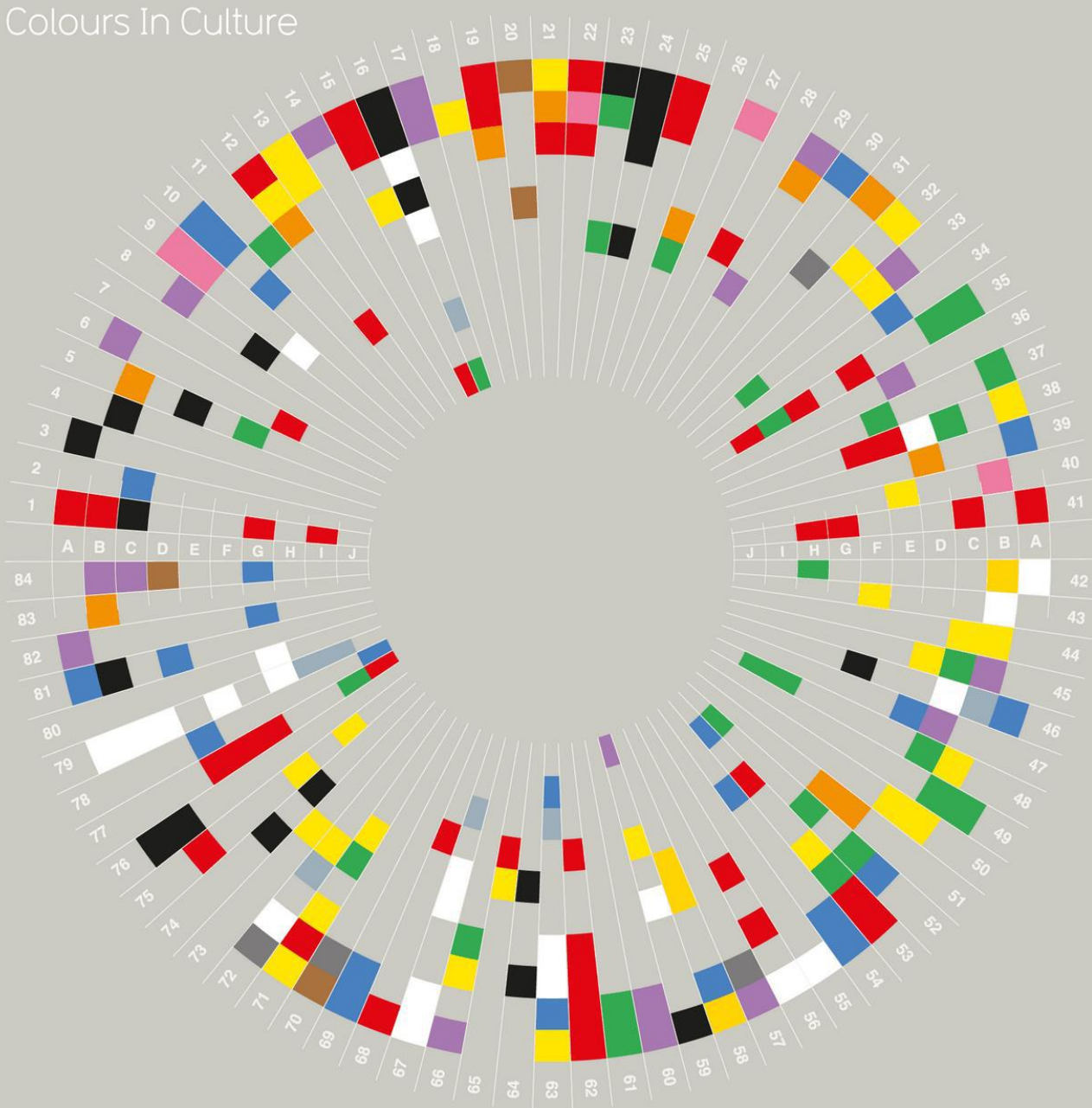
During my first visit in 2010 to China I bought as a gift a Red Dot awarded lamp from a colleague (cross light): Ben Oosterum



Marketingblunder Puma



Colours In Culture



- A Western / American
 - B Japanese
 - C Hindu
 - D Native American
 - E Chinese
 - F Asian
 - G Eastern European
 - H Arab
 - I African
 - J South American
- 1 Anger
 - 2 Art / Creativity
 - 3 Authority
 - 4 Bad Luck
 - 5 Balance
 - 6 Beauty
 - 7 Calm
 - 8 Celebration
 - 9 Children
 - 10 Cold
 - 11 Compassion
 - 12 Courage
 - 13 Cowardice
 - 14 Cruelty
 - 15 Danger
 - 16 Death
 - 17 Decadence
 - 18 Deceit
- 19 Desire
 - 20 Earthy
 - 21 Energy
 - 22 Erotic
 - 23 Eternity
 - 24 Evil
 - 25 Excitement
 - 26 Family
 - 27 Femininity
 - 28 Fertility
 - 29 Flamboyance
 - 30 Freedom
 - 31 Friendly
 - 32 Fun
 - 33 God
 - 34 Gods
 - 35 Good Luck
 - 36 Gratitude

- 37 Growth
 - 38 Happiness
 - 39 Healing
 - 40 Healthy
 - 41 Heat
 - 42 Heaven
 - 43 Holiness
 - 44 Illness
 - 45 insight
 - 46 intelligence
 - 47 Intuition
 - 48 Religion
 - 49 Jealousy
 - 50 Joy
 - 51 Learning
 - 52 Life
 - 53 Love
 - 54 Loyalty
- 55 Luxury
 - 56 Marriage
 - 57 Modesty
 - 58 Money
 - 59 Mourning
 - 60 Mystery
 - 61 Nature
 - 62 Passion
 - 63 Peace
 - 64 Penance
 - 65 Power
 - 66 Personal power
 - 67 Purity
 - 68 Radicalism
 - 69 Rational
 - 70 Reliable
 - 71 Repels Evil
 - 72 Respect
- 73 Royalty
 - 74 Self-cultivation
 - 75 Strength
 - 76 Style
 - 77 Success
 - 78 Trouble
 - 79 Truce
 - 80 Trust
 - 81 Unhappiness
 - 82 Virtue
 - 83 Warmth
 - 84 Wisdom

- Yellow
- Gold
- Grey
- Silver

<https://informationisbeautiful.net/visualizations/colours-in-cultures/>

INTERNATIONAL COLOR SYMBOLISM

BLACK	WHITE	YELLOW	GREEN	BLUE	PURPLE	PINK	RED	ORANGE	BROWN
<p>WESTERN death, evil, sin, funerals, mourning, rebellion, elegance, sophistication, formality, power, control</p> <p>EASTERN wealth, prosperity, health, masculinity, knowledge, mystery, evil, mourning</p> <p>EUROPE mourning, death, evil, formality, elegance, sophistication</p> <p>MIDDLE EAST rebirth, evil, mystery</p> <p>AFRICA age, wisdom, maturity, masculinity</p> <p>BRAZIL sophistication, authority, mourning, religion, formality</p> <p>CHEROKEES problems, death, represents the West</p> <p>CHINA trust, high quality, color for young boys</p> <p>INDIA laziness, anger, intolerance, apathy, evil, darkness, negativity, lack of desirability</p> <p>ITALY death, mourning, humility</p> <p>JAPAN night, unknown, nonbeing, mystery, anger</p> <p>S. KOREA darkness, mystery, mourning</p> <p>THAILAND unhappiness, bad luck, evil</p> <p>AUSTRALIAN ABORIGINES ceremonial color</p>	<p>WESTERN purity, peace, elegance, wedding color, brides, angels, doctors, antiseptic</p> <p>EASTERN death, mourning, funerals, sadness, purity, age, unhappiness, misfortune</p> <p>EUROPE purity, cleanliness, emptiness, neutrality, antiseptic, surrender</p> <p>MIDDLE EAST purity, mourning</p> <p>AFRICA victory, purity</p> <p>CHEROKEES peace, happiness, represents the South</p> <p>CHINA death, mourning, virginity, purity, humility, age, misfortune</p> <p>INDIA creation, rebirth, light, serenity, reincarnation, peace, purity, unhappiness, widow, death, funerals</p> <p>IRELAND leisure, sports, peace</p> <p>ITALY virtue, purity</p> <p>JAPAN death, mourning</p> <p>S. KOREA purity, innocence, morality, birth & death, patriotism</p> <p>THAILAND purity, auspiciousness</p>	<p>WESTERN happiness, joy, hope, optimism, creativity, energy, awareness, hazards, warning, weakness, femininity</p> <p>EASTERN sacredness, sovereignty, earth, power, royalty, sun, happiness, masculinity</p> <p>EUROPE happiness, joy, quality, weakness, hazard, warning</p> <p>MIDDLE EAST happiness, prosperity</p> <p>AFRICA wealth, high rank, religion, ceremony, visibility</p> <p>AUSTRALIA resurrection, rebirth</p> <p>CHINA sacredness, sovereignty, nourishment, royalty, honor, masculinity</p> <p>EGYPT soul, sun, happiness, prosperity, mourning</p> <p>FRANCE summer, joy, jealousy</p> <p>GREECE sadness</p> <p>INDIA merchants, sacredness, auspiciousness, peace, happiness, meditation, mental development</p> <p>JAPAN courage, nobility, beauty, refinement, aristocracy, cheerfulness</p> <p>MEXICO mourning</p> <p>NETHERLANDS food</p> <p>SAUDI ARABIA strength, reliability</p> <p>THAILAND Buddhism, royalty, auspiciousness, color for Monday</p>	<p>WESTERN nature, spring, new birth, regeneration, luck, go, environmental awareness, money, jealousy, greed, Saint Patrick's Day</p> <p>EASTERN eternity, new life, regeneration, family, health, prosperity, peace</p> <p>EUROPE nature, fertility, confidence, jealousy, inexperience</p> <p>MIDDLE EAST Islam, strength, fertility, luck, wealth, prestige</p> <p>CHINA spring, youth, birth, infidelity, exorcism, desirability, disgrace</p> <p>EGYPT hope, spring, fertility</p> <p>INDIA Islam, hope, new beginnings, nature, harvest, virtue, happiness</p> <p>INDONESIA a forbidden color</p> <p>IRELAND Ireland – the Emerald Isle, patriotism, nationalism</p> <p>ISLAM perfect faith</p> <p>ISRAEL bad news</p> <p>JAPAN eternal life, youth</p> <p>S. KOREA youth, energy</p> <p>NORTH AFRICA corruption</p> <p>SAUDI ARABIA wealth, prestige</p> <p>SOUTH AFRICA death</p> <p>THAILAND color for Wednesday</p>	<p>WESTERN trust, loyalty, authority, conservatism, business, peace, calm, depression, sadness, masculinity</p> <p>EASTERN immortality, wealth, self-cultivation</p> <p>EUROPE truth, responsibility, fidelity, serenity</p> <p>MIDDLE EAST safety, protection</p> <p>BELGIUM Islam, traditionally used for baby girls</p> <p>CHEROKEES defeat, trouble</p> <p>CHINA immortality, femininity</p> <p>EGYPT truth, justice, virtue, faith, protection, reproduction</p> <p>FRANCE water, reliability, trust</p> <p>INDIA heavens, love, truth, mercy, strength, bravery, manliness, determination</p> <p>INDONESIA sadness</p> <p>IRAN heaven, spirituality, mourning, immortality</p> <p>ISRAEL coat of arms</p> <p>ITALY mourning, heaven, purity</p> <p>S. KOREA integrity, mourning</p> <p>MEXICO trust, serenity, mourning</p> <p>THAILAND color for Friday</p> <p>TURKEY healing, wealth, repels evil</p>	<p>WESTERN royalty, spirituality, faith, wealth, fame, high-ranking positions of authority, luxury, calm, magic</p> <p>EASTERN wealth, nobility, privilege, sorrow, mourning</p> <p>EUROPE royalty, nobility, luxury, power, vanity</p> <p>MIDDLE EAST wealth</p> <p>BRAZIL death, mourning</p> <p>EGYPT virtue, faith</p> <p>FRANCE freedom, peace</p> <p>INDIA sorrow, unhappiness</p> <p>ITALY death, mourning, endurance of suffering, nobility</p> <p>JAPAN wealth, privilege, power, royalty</p> <p>THAILAND death, mourning, widows, color for Saturday</p>	<p>WESTERN love, romance, femininity, childhood, babies, nurturing, sweetness, Valentine's Day</p> <p>EASTERN marriage, femininity</p> <p>EUROPE baby girls, delicate, flirtation, sensitivity, serenity, femininity</p> <p>BELGIUM traditionally used for baby boys</p> <p>JAPAN spring, femininity, youth, good health, well-liked by both males & females</p> <p>S. KOREA trust</p> <p>THAILAND color for Tuesday</p>	<p>WESTERN stop, danger, anger, blood, energy, excitement, action, adventure, love, passion, Valentine's Day</p> <p>EASTERN prosperity, good fortune, happiness, worn by brides, celebration, communism</p> <p>EUROPE visibility, cheapness, loudness</p> <p>MIDDLE EAST danger, caution, evil</p> <p>AFRICA death, mourning</p> <p>CHINA good fortune, happiness, celebration, summoning, vitality, prosperity, long life, wedding color</p> <p>ENGLAND power, authority, government</p> <p>FRANCE passionate love, lust, virility</p> <p>INDIA purity, love, sensuality, fertility, beauty, wealth, power, wedding color, married woman, fear, fire</p> <p>ITALY light, fidelity</p> <p>JAPAN life, fertility, passion, strength, anger, danger, self-sacrifice</p> <p>S. KOREA good fortune, passion</p> <p>NETHERLANDS nature, government, royalty</p> <p>RUSSIA communism, revolution, wedding color</p> <p>THAILAND Buddhism, color for Sunday</p> <p>TURKEY death</p>	<p>WESTERN energy, vitality, excitement, adventure, creativity, caution, construction, harvest, autumn, affordability, Halloween (with black)</p> <p>EASTERN love, happiness, spirituality, humility, good health, immortality</p> <p>EUROPE purity, cleanliness, good</p> <p>MIDDLE EAST mourning, loss</p> <p>AUSTRALIA animals</p> <p>BRAZIL environment</p> <p>FRANCE earth</p> <p>INDIA the most sacred color, purity, courage, sacrifice, religious abstinence, death, rebellion</p> <p>IRELAND religious color for Protestants, appears on the Irish flag along with white for peace & green for Catholics</p> <p>JAPAN love, happiness, courage</p> <p>NETHERLANDS royalty, color of the Dutch royal family</p> <p>THAILAND color for Thursday</p>	<p>WESTERN comfort, stability, practicality, wholesomeness, dullness, fertility, organic, earthiness, poverty</p> <p>EASTERN earth, mourning</p> <p>EUROPE masculinity, earth</p> <p>MIDDLE EAST earth, comfort</p> <p>AFRICA earth</p> <p>AUSTRALIA color of the land</p> <p>BRAZIL nature</p> <p>CHINA earth</p> <p>INDIA color of mourning</p> <p>INDONESIA earth</p> <p>JAPAN earth, strength, durability</p> <p>NICARAGUA disapproval</p>

Opdracht:
Mini Design
Challenge

Opdracht: Mini Design Challenge

- Kies één van de twee minibriefings
- Style guide maken met drie passende kleuren (template)
- Kijk vooral naar de betekenis van de kleuren
- Vergeet ook niet de 60-30-10 regel
- Passend kleurenschema als extraatje

Briefing A: Kleuren voor een Souvenirshop in China

Een souvenirshop in China heeft een nieuwe website en identiteit nodig. De souvenirshop verkoopt vooral traditioneel Chinese geluksbrengers die staan voor geluk, puurheid en liefde. De eigenaar wil dat dit ook terug komt op zijn website en jij moet hier de juiste kleuren voor vinden die dit goed reflecteren!



Briefing B: Kleuren voor een cultureel festival in Zuid- Afrika

Een nieuw cultureel festival in Zuid-Afrika heeft een nieuwe website en identiteit nodig. Het festival staat vooral voor positiviteit, vrolijkheid en wil graag het leven vieren op een traditioneel Zuid-Afrikaanse manier. De organisatoren willen dat de Afrikaanse cultuur en het thema hier dus sterk terug komen in de kleuren. Aan jou dus de taak om kleuren te vinden die het vrolijke karakter van het festival reflecteren!



Mini Design Challenge: Styleguide

Styleguide Template

Naam:

Gekozen briefing:

Hoofdkleur



Betekenis

Wat betekent deze kleur?
[licht hier kort toe]

Steunkleur



Betekenis

Wat betekent deze kleur?
[licht hier kort toe]

Accentkleur



Betekenis

Wat betekent deze kleur?
[licht hier kort toe]

Opdracht: Mini Design Challenge

- 25 tot 30 min
- Alleen (of groepjes tot max 3 personen)
- Kijk dus vooral naar betekenis binnen cultuur! (niet Westerse cultuur)
- Google is je beste vriend!

Miro: [https://miro.com/app/board/o9J_INXI-Kk=/
/](https://miro.com/app/board/o9J_INXI-Kk=/)