
Farver

"Jeg kan lide blå bedre end dig, fordi
mit værelse var blåt, og det havde
jeg gode oplevelser i"

Glæde

Melankoli

Ligegyldighed

Hvorfor skal du som
multimediedesigner
forholde dig til farver?

COLORS *by Culture*

ORANGE

BROWN

YELLOW

GREEN

BLUE

PURPLE

RED

BLACK



WESTERN Culture



Harvest
Warmth
Affordable



Practicality
Comfort
Stability



Happiness
Joy
Caution



Luck
Jealousy
Greed



Depression
Trust
Calm



Royalty
Spirituality
Wealth



Love
Danger
Action



Intimidation
Death
Mourning



FAR EASTERN Culture



Happiness
Spirituality
Adaptability



Earth
Industrious
Mourning



Masculinity
Sacred
Royalty



Fertility
Hope
Life



Feminine
Healing
Relaxation



Wealth
Privilege
Spirituality



Prosperity
Good Fortune
Vitality



Health
Prosperity
Stability



INDIAN Culture



Sacred
Courage
Love



Mourning



Sacred
Auspicious



Hope
Harvest
Virtue



Sports
Strength



Sorrow
Comfort
Nobility



Beauty
Wealth
Power



Evil
Darkness
Negativity



MIDDLE EASTERN Culture



Mourning
Loss



Harmony
Earth
Comfort



Happiness
Prosperity
Mourning



Strength
Fertility
Hope



Mourning
Heaven
Spirituality



Wealth
Virtue
Royalty



Danger
Caution
Evil



Mystery
Mourning
Rebirth



Opgave

Ud fra teksterne der er læst til i dag, diskuter parvist, hvordan farvepsykologi blev opfattet tidligere, og hvordan den opfattelse har forandret sig, til den måde man benytter farver i dag - koncentrer jer om branding, marketing og design.

Skriv jeres pointer op i Moodle forummet.

Vi samler op i plenum.

**“When I haven’t any
blue, I use red”**

Pablo Picasso

OPTIMISM CLARITY WARMTH

FRIENDLY CHEERFUL CONFIDENCE

EXCITEMENT YOUTHFUL BOLD

CREATIVE IMAGINATIVE WISE

TRUST DEPENDABLE STRENGTH

PEACEFUL GROWTH HEALTH

BALANCE NEUTRAL CALM



color psychology guide

Red
AMBITION energy
confidence
BOLD passionate
brands:
Coca-Cola *Pinterest*
Virgin

Pink
sensitive
intuitive **LOVE**
care respect
brands:
Barbie *T-Mobile* *VICTORIA'S SECRET*

Purple
fantasy creativity
DISTINGUISHED
modesty **deep**
brands:
Hallmark *Cadbury*
YAHOO!

Black
strength **POWER**
professional
accuracy
brands:
Nike *vimeo*
WWF

Orange
freedom social
WARMTH
motivation **IMPULSE**
brands:
HARLEY-DAVIDSON *NICKELOEEON*
SOUNDCLOUD

Blue
ambition
perspective **AWARE**
OPEN
brands:
DELL *linkedin* *Twitter*

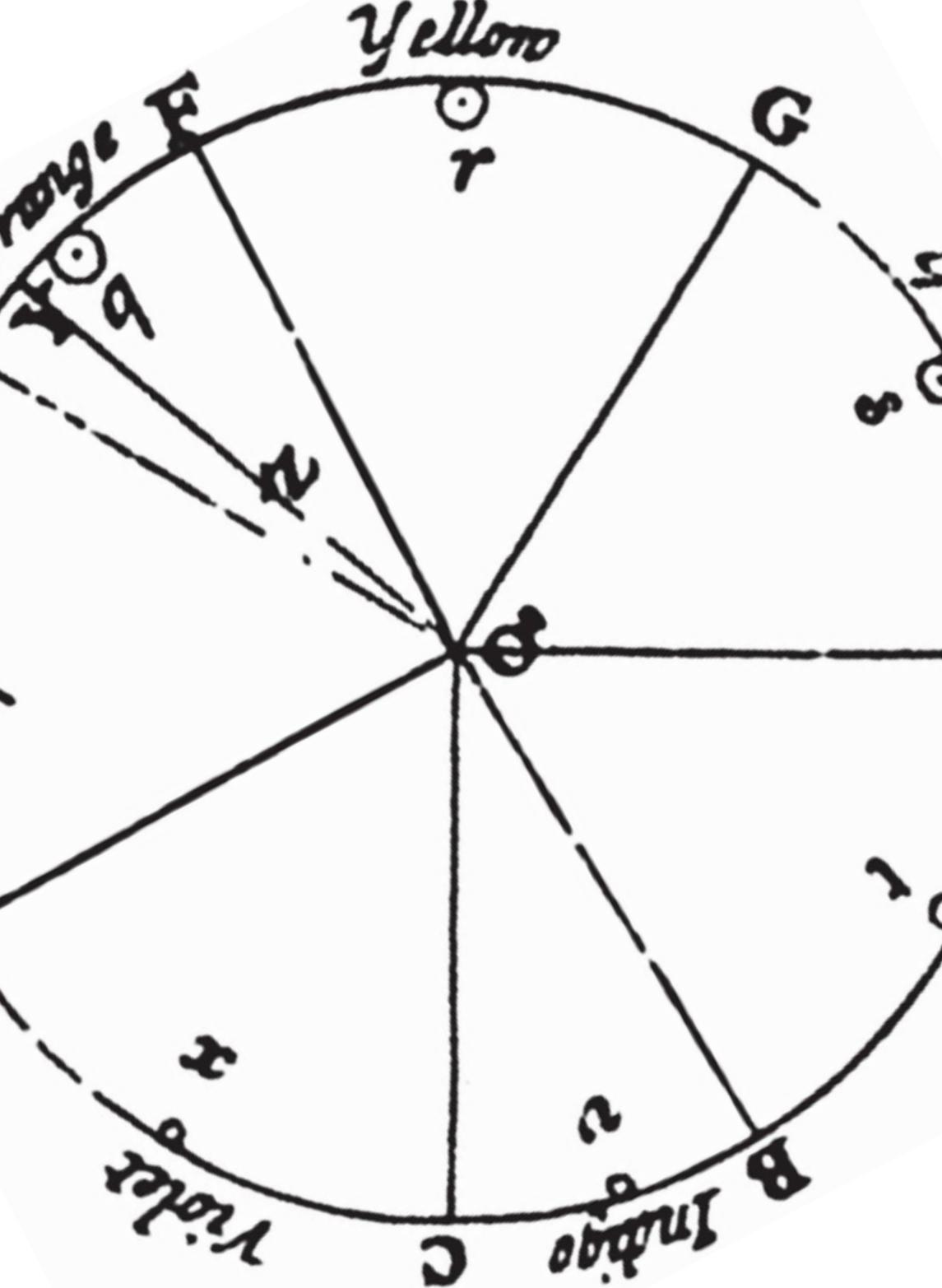
Yellow
optimism
energetic **FUN**
LOGICAL attentive
brands:
YELLOW PAGES *BEST BUY*
Nikon

Grey
BALANCE neutral
timeless
practical solid
brands:
Nintendo *Apple* *britax*

Green
GROWTH nature
equilibrium
positivity **STABLE**
brands:
JOHN DEERE *Starbucks* *ANIMAL PLANET*

Navy
responsible
integrity **trust**
PEACE order
brands:
facebook *Ford*
GAP

Farvehjulet



Farvehjulets oprindelse

Isaac Newton påviste i 1600-tallet lysets brydning gennem et prisme.

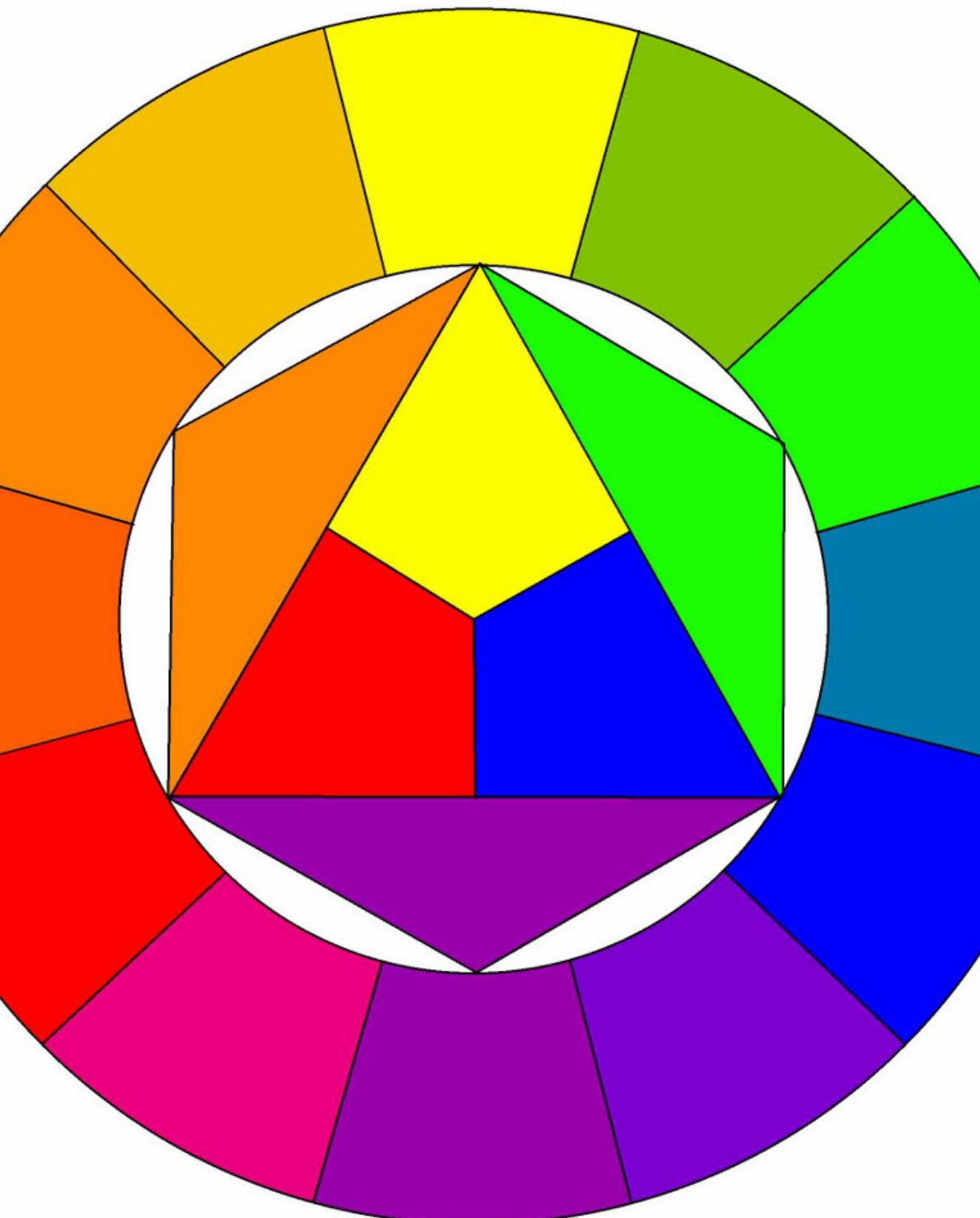
Hans eksperimenter fik ham til at konkludere, at blå, gul og rød var de primære farver, da disse farver ikke kunne blandes af andre farver.

Johannes Itten

De sekundære farver var blandet af to primære farver.

Yderst i farvecirklen placerede han de tertiære farver, som var farver blandet af en primær og en sekundær farve.

Farver som stod overfor hinanden, defineredes som komplementære, og skabte en optisk kontrast.



Farvehjulets opbygning

Primære

Rene farver

Sekundære

Blandet af to primære farver

Tertiære

Blandet af én primær og én sekundær farve

Det er vigtigt at pointere, at et farvesystem ikke er absolut, men bygger på forskellige teoretiske opfattelser og kan veksle med forskellige kulturers farvesyn.

<https://thecolourjournal.wordpress.com/2014/09/29/johannes-itten-1888-1967/>

Farveteori

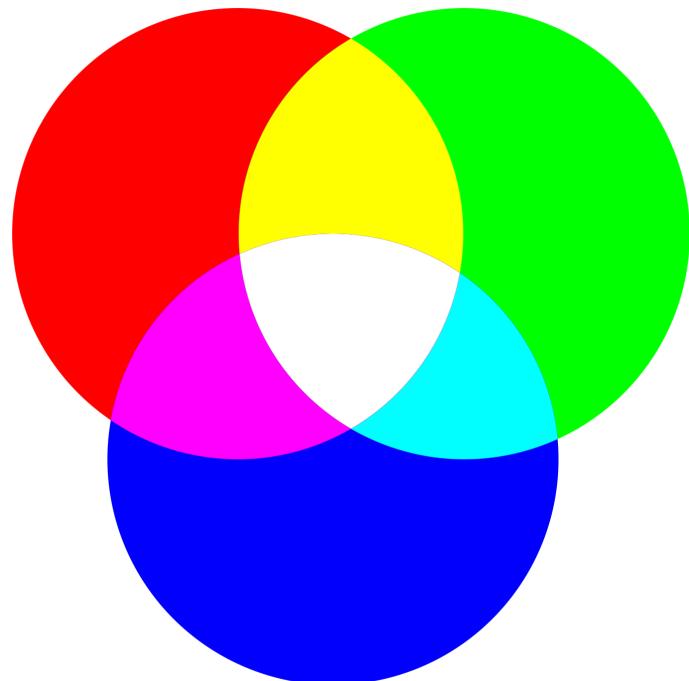
Farverum

RGB & CMYK

RGB / Red Green Blue

Additivt farvesystem. Lys tilføjes.

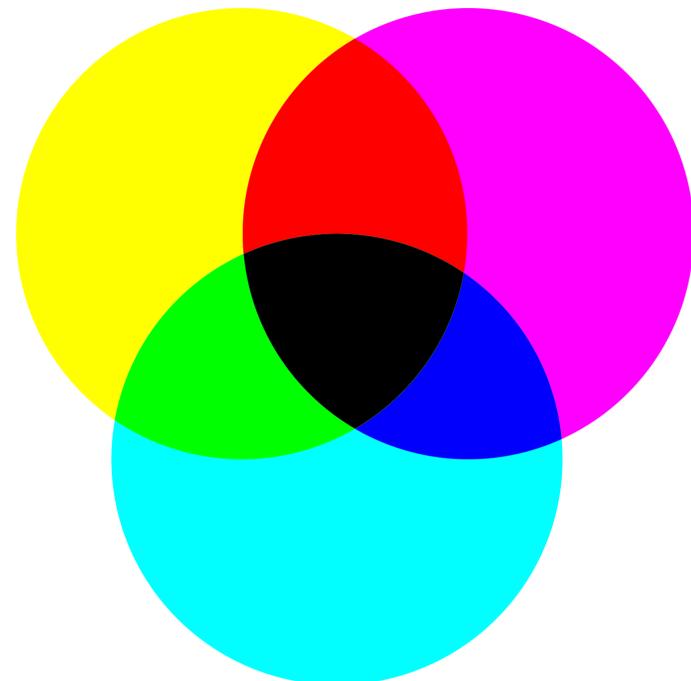
Benyttes på computer og tv-skærme.



CMYK / Cyan Magenta Yellow Key(Black)

Subtraktivt farvesystem. Lys trækkes ud.

Benyttes til tryksager.



[Video: RGB vs CMYK](#)

Kulør. Mætning. Lyshed. Hue. Saturation. Brightness.

KULØR/HUE

En graduering eller variation af en farve

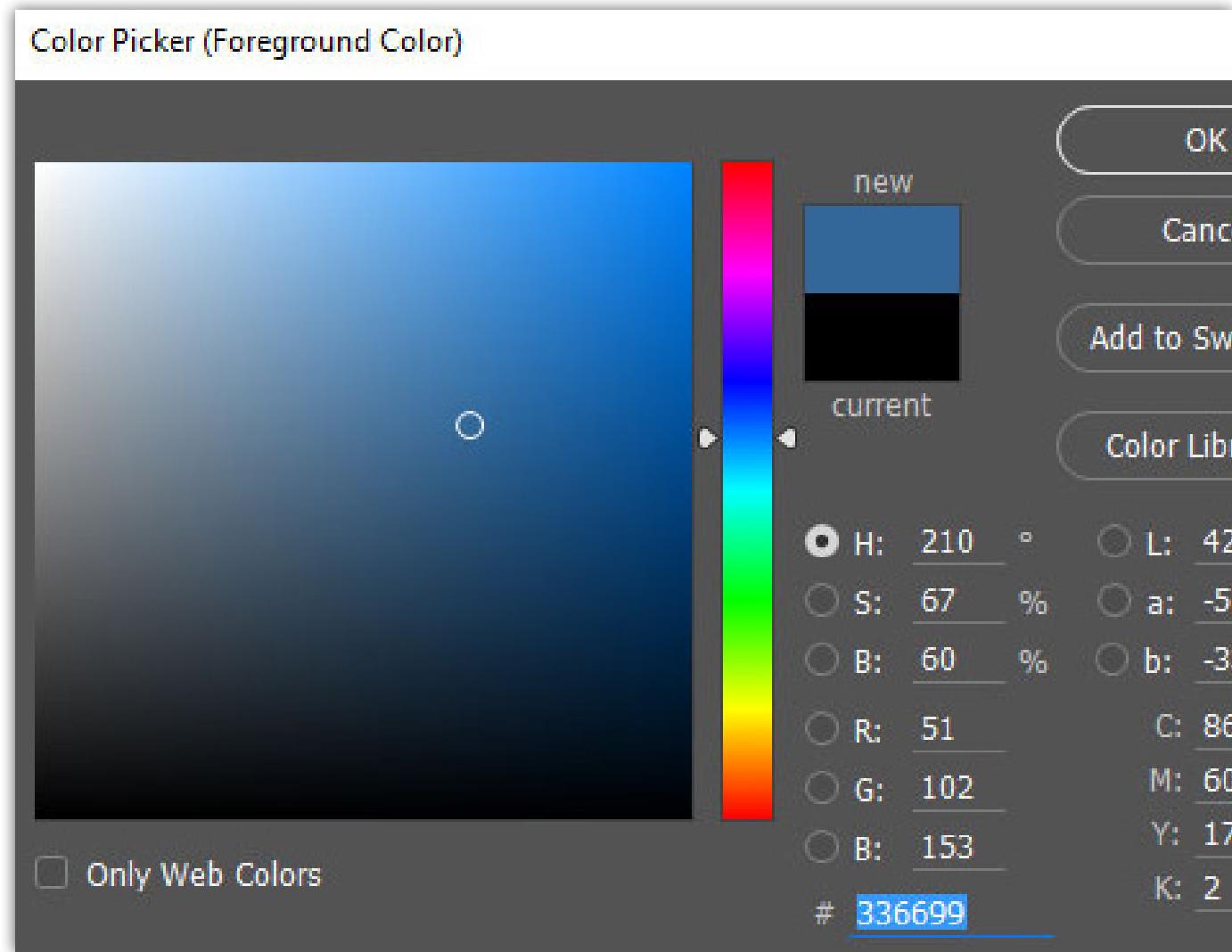
MÆTNING/SATURATION

En kulør blandes med forskellige mængder af gråtone

Det siges også, at farven får en 'valør'

LYSHED/BRIGHTNESS

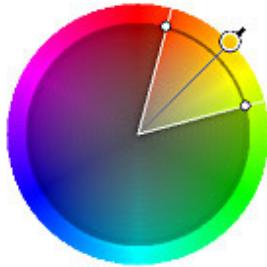
En kulør blandes med ren sort eller hvid



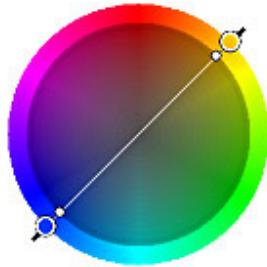
Farvesammensætning



MONOKROM
Én kulør, som
justeres ifht.
lyshed og mæt-
ning. Den går
altså nærmest
fra hvid til sort
i nuancer af
samme farve.



ANALOG
Én kulør indenfor
et bredere spek-
trum af lyshed
og mætning.



**KOMPLE-
MENTÆR**
Farver der ligger
direkte overfor
hinanden i farve-
cirklen.



**SPLIT KOM-
PLEMENTÆR**
Farver der ligger
direkte overfor
hinanden, med
et lidt bredere
farvespektrum.



TRIADER
Tre farver som
ligger lige langt
fra hinanden.



TETRIADER
(dobbeltkom-
plementære)
Fire farver som
er komple-
mentære.



Webdesignerens farvepalette

RGB farver

- brug Photoshop eller lignende til HEX koder

Brug farvehjulet

- også selvom det er udviklet til et subtraktivt farvesystem

Brug farverne med et formål

- til at understøtte budskab, anvendelighed, branding

Vælg en grundfarve

- synonym med brand og budskab.
Husk at farvepsykologi også spiller en rolle

Vælg en accentfarve

- kontrasten til grundfarven. Brug den på CTA eller andre steder du vil øge opmærksomheden

<http://www.airindia.com/>

Accessibility

W3C

CCC

Opgave 2

Farver på nettet

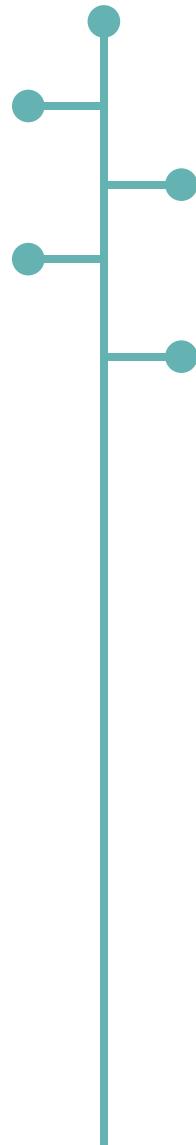
Opgave 3

Farver i omgivelserne

Ressourcer

Goethes farveteori
<http://www.webexhibits.org/colorart/ch.html>

Newton farveteori
<http://www.webexhibits.org/colorart/bh.html>
<http://munsell.com/color-blog/sir-isaac-newton-color-wheel/>



Colour Emotion Guide
<http://visual.ly/color-emotion-guide>

Adobe Color CC
<https://color.adobe.com/da/create/color-wheel/>