

MOOD

ICONEN SET

LEERDOELEN: ONDERZOEKEN, PRESENTEREN, ONTWERPEN/COMMUNICEREN/INTERACTIE

Ieder jaar werkt Studio Lonne Wennekendonk aan een trendwatching boek. Dit boek heet Mood en is in opdracht van Trendslator. Het boek laat de trends zien van aankomend jaar. Dus dit was het trend boek van 2014.

Samen met een andere stagiair werd ik gebriefd over dit project. Allereerst moesten wij onderzoek doen naar de verschillende hoofdstukken. Het belangrijkste was om goede associaties te maken. In totaal zijn er acht hoofdstukken. Wat wij uit eindelijk moesten ontwerpen was een iconen set. Ieder hoofdstuk zou zijn eigen icoon krijgen. Aan de hand van de associaties kon ik gaan schetsen. Het was dus erg belangrijk dat deze lijst kloppend was en het juiste gevoel opriep. Er werd van mij verwacht een goed onderzoek te doen naar de hoofdstukken, op basis hiervan te starten met schetsen aan iconen en uiteindelijk een iconen set aan te leveren.

De namen van de hoofdstukken waren: Restart, Revalue, Rethink, Resize, Regroup, Research en Recreate.

Tijdens het onderzoeken heb ik veel overleg gehad met de andere stagiaire. We bespraken onze resultaten en gaven elkaar tips om zo elkaar aan te vullen.

Zodra de andere stagiair en ik vonden dat we een goede voortgang hadden gemaakt, dus dat we resultaten hadden waar wij tevreden over waren en schetsen hadden die wij allebei goed vonden, riepen wij Marjon erbij om allebei onze eigen schetsen te presenteren en te vertellen over onze bevindingen.

Dag 10 Moed 14

Restart

- Vakmanschap & behoefte aan ambacht
- herkomst - herontdekken - vernieuwen
- beleving in winkels.

(het welk opnieuw uitvinden.

Revalue nieuwe morele waard.

- nieuw Beld
- verantwoordiging ^{over dingen die niet kunnen} → Protesten
- hield in eigenhand ^{andere waarden aan dingen geven}

het opnieuw waarde bepalen van ... (vul in)

maxx, cc Brittoppand...

zelf opstaan (hield in eigen hand).

lokale merken die economie een opp...

Rethink

nieuwe generatie denken.

durf oude systemen los te laten

Bezit is minder belangrijk.

lever informatie dan reclame **Revalue**

Naderen en niet alles zomaar aannemen.
inzetten v eigenkracht → onafhankelijc

Resize

kleinschalig & persoonlijke.
lokaal & in buurten werken. ambitie groot.

alles op kleinschalig gebied.
verbonden met elkaar & het grote geheel.

Regroup

hergroeperen.

nieuwe categorieën toevoegen?

Coöperatie Collaboratie. Zelf doet.

Sterke of uitkomen.

kaartjes worden opnieuw geschud.
at jaars zo??

De mens is een groepsdier.

Wegens met groepen op basis van gedeelde intere
of behoeften.

gelygestemd.

zoeken via Gelly.

delen

Consumenten zien waarde in spullen die is al

Research

uitvinden

Mens en machine vormgeven.

nieuw typeperk → snelle ontwerping.

↓
technologie

het onmogelijc mogelijkc mannc.
"to Intinity & Beyond".

- ditjyl meer info te vinden dan je dervet.
- nieuwe ontdekkingstrijden
- lesure → vrije tijd.

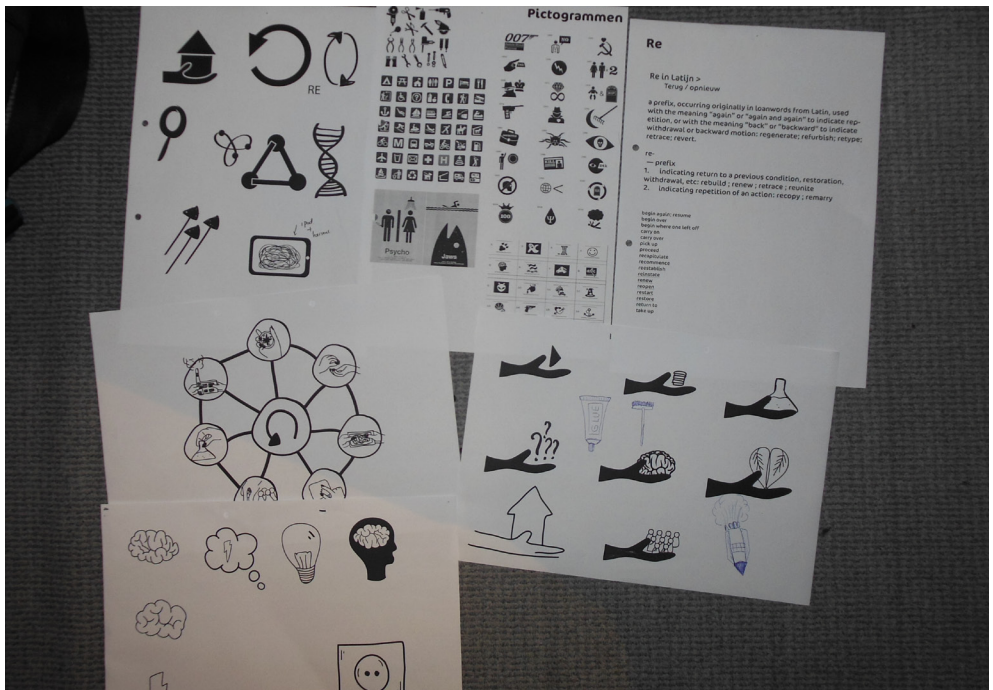
Recreate einde aan het consumptie typeperk.
maatschappelijc innovatie
hergebruik van vastgoed → tweede leven voor gebouwen.

Duurzaamheid, hergebruik, recyceln.

Dag 11

Bespreken gevonden afbeeldingen





Marjon kon uit mijn schetsen halen wat zij goed vond en vertelde dit aan mij. Zo vond ze de stijl die ik gebruikte voor de iconen, het handgetekende effect, erg mooi en passend bij het ontwerp van het magazine. Als tip gaf zij mee; "Het moet een helder beeld worden en makkelijk afleesbaar, het moet iets toevoegen aan de naam van het hoofdstuk en tegelijk iets duidelijk maken'. Hiermee ben ik verder aan de slag gegaan.

Op deze manier ben ik verder gaan werken en heb verschillende iconen ontworpen. Deze heb ik weer voorgelegd en uitgewerkt. Uiteindelijk zijn er 8 uitgekozen en deze heb ik gefinetuned en afgewerkt.

Het fine tunen houdt in dat ik kritisch naar de iconen heb gekeken en hier over heb overlegd. Ik heb verschillende testjes uitgevoerd om te kijken wat het beste werkte. In Photoshop bestanden heb ik de lijntjes die nog niet goed waren gecorrigeerd en verbeterd waar mogelijk en nodig was. Als experiment heb ik een icoon met de hand getekend, deze in gescand en in Photoshop en Illustrator verder bewerkt. Ook deze resultaten heb ik besproken.

Marjon en ik hebben gekozen om alle iconen met de hand uit te werken, in te scannen en met de computer te bewerken in Photoshop en te importeren naar Illustrator zodat deze als vector gebruikt kunnen worden.

Hiervoor is gekozen omdat dit het meest het ambachtelijke effect. Dit speelt een grote rol in dit boek.



Van digitaal naar hand getekend.

In het vervolg heb ik een beter idee hoe ik kan starten met het onderzoeken en uitpluizen van de content. Nu ging dit nog al rommelig omdat het veel hoofdstukken waren en het ging niet op volgorde. Ook heb ik aan het begin niet de mogelijkheid gehad om de tekst te lezen. In de toekomst is het van belang dit als eerste te doen om zo een beter beeld te krijgen van waar het precies over gaat. Dit zal niet altijd mogelijk zijn, omdat je daar zelf niet altijd invloed op hebt. De opdrachtgever heeft hier natuurlijk ook een grote rol in.



Hand getekende versies van het omslag beeld

Het geen ik heb geleerd, een iconen set ontwerpen, is zeer toepasbaar in andere situaties. Het gaat over content samenvatten in een icoon. Dit is iets wat voor applicaties en websites heel belangrijk is. Je moet in één keer kunnen zien waar het over gaat en het dient als navigatie. Het leren ontwerpen van zulke iconen is voor een CMDer naar mijn mening erg belangrijk. Het is dus in veel verschillende situaties toepasbaar omdat het binnen veel verschillende opdrachten terug komt.



Hand getekende iconen



restart



revalue



rethink



resize



regroup



research



recreate

De definitieve iconen



MOOD Concepts

MOOD Concepts is a publication on trends and design concepts concerning colour, material and shape. Providing content for various design disciplines and tools for concept development really sets this publication apart from others. [More information?](#)

De toekomstindustrie
15 januari 2014



Een bescheiden manifest en een pleidooi om nu eens en voor altijd de krachten in de toekomstindustrie te bundelen en samen

Trends voor 2014
3 december 2013



Zeven Trends + Translations voor 2014 en daarna uit het trendboek MOOD 14 van Trendslator: RESTART, REVALUE,

Nieuw: MOOD 14
3 december 2013



Het zijn grote woorden in het nieuwe trendboek MOOD 14 van Trendslator: radicale revolutie, verandering van

- Inloggen voor MOOD Members
- Aanmelden voor de nieuwsbrief
- Informatie en reacties
- Contact
- Bestel het nieuwe trendboek MOOD 14



Word nu MOOD Member

MOOD® is continu onderzoek naar de stemming in de markt, bij de consument en in de maatschappij. Als MOOD Member bent u direct aangesloten op het trendonderzoek van Trendslator. Meer weten over het MOOD Membership?

[MOOD 14](#)

MOOD TRENDBOEKEN

MOOD CONCEPTS

OVERIGE UITGAVEN

MOOD 14

De stemming van 2014



De toekomst opnieuw uitvinden

In het nieuwe trendboek MOOD 14 van Trendslator hoor je het niet van de daken schreeuwen. Want de revolutie waarin we ons bevinden is radicaal maar ook zwijgzaam en trekt zich niet van de ene op de andere dag. Allereerst nemen we afscheid van het oude industriële tijdperk om een nieuw tijdperk welkom te heten. Hoe dat er uit gaat zien? Dat weten we nog niet. De toekomst is onzeker omdat we in een overgangstijd leven. Er is tijd nodig om de toekomst opnieuw uit te vinden. Dat doen we door terug en vooruit te kijken over de grenzen van tijd en ruimte heen naar oude en nieuwe werelden.

- Inloggen voor MOOD Members
- Aanmelden voor de nieuwsbrief
- Informatie en reacties
- Contact
- Bestel het nieuwe trendboek MOOD 14



Word nu MOOD Member

MOOD® is continu onderzoek naar de stemming in de markt, bij de consument en in de maatschappij. Als MOOD Member bent u direct aangesloten op het trendonderzoek van

