CULTUUR BIJ ÉÉN

DESIGN RATIONALE

https://xd.adobe.com/view/2f444f88-c0db-49b9-8911-adc6818027d4-7a17/

Yunus Emre Alkan



LANDINGPAGE



CULTURELE WAARDE



MIDDELEN

THEMA: CULTUUR

Lang nadenken hoefde ik niet bij het maken van een keuze tussen de onderwerpen voor mijn website.

Als Turks/Nederlandse jongen hou ik mij elke dag bezig met cultuur. Ik heb niet alleen twee nationaliteiten, maar ben daarnaast ook gelovig, en hier hou ik mij erg veel mee bezig. Cultuur is voor mij erg belangrijk.

Persoonlijk vind ik cultuur uit de drie andere onderwerpen (lokale productie, inclusiviteit en duurzaamheid) interessanter en waardevoller.

Elk persoon groeit op met een bepaalde cultuur, en hier komt veel gevoel bij kijken. Ik vind daarom dat wanneer een product of dienst, culturele waarde met zich mee brengt dat dit waardevoller is dan wat dan ook. Je voelt gelijk een band en relatie als het om cultuur gaat.

MIJN VISIE ALS ONTWERPER

Ik zal in dit document per pagina mijn ontwerpkeuzes zorgvuldig toelichten en beargumenteren. Maar even in kort wat mijn ontwerpstijl is en waar ik naar streef in het algemeen als ontwerper.

Als ontwerper leun ik vaak naar de moderne kant, ik hou van strakke designs, ronde hoeken, zachte schaduwen en pastel kleuren. Ik denk graag over outof-the box ideeën en streef ernaar om unieke dingen te maken en uitdagingen op te zoeken.

Deze punten komen niet alleen terug in dit project, maar ik gebruik deze punten consistent in al mijn andere projecten, omdat dit mijn stijl van ontwerpen is.

ONDERZOEK

Nadat ik mijn thema had gekozen, ben ik meer onderzoek gaan doen naar het onderwerp. Niet alleen naar het onderwerp, maar ook naar hoe ik de website het best kon gaan inrichten, welke categorieën ik wou gaan uitwerken.

Zo ben ik inspiratie opgaan doen op het internet, ik heb verschillende moodboards gemaakt. Nadat ik dit ben gaan doen ben ik onderzoek gaan doen naar kleur en wat voor betekenis dit kan hebben voor mijn website.

Aan de hand van mijn onderzoek ben ik een sitemap gaan maken.

https://miro.com/app/board/uXjVOQvsyuc=/

Meer over mijn onderzoek kan je op mijn mirobord vinden.





HOME - LANDINGSPAGINA 1/3

De landingspagina is het eerste wat een gebruiker zit als de website is ingeladen. Het is daarom essentieel om op de landingspagina direct duidelijk te maken waar de website over gaat en wat er mogelijk te vinden is.

Als je op de landingspagina komt, heb ik ervoor gezorgd dat je ogen, oftewel je aandacht direct naar de grote, mooie, rode tempel gaat aan de rechterkant van de pagina. Als je kijkt naar dit gebouw denk je gelijk aan Azië, diversiteit en cultuur, want het is een typisch cultureel gebouw uit Azië. Hiermee geef ik al een hint dat het met cultuur te maken zou kunnen hebben.

"Door een rode visual te gebruiken met een geel achtergrond, creëert dit een mooi contrast waarbij de kleuren elkaar versterken. Dit creëert tegelijkertijd een rustige sfeer."

Het tweede waar de aandacht gelijk naar toe gaan is de grote titel aan de linkerkant van de pagina, namelijk "CULTUUR BIJ ÈÈN". In drie woorden heb ik al de hele website samengevat, en dat is precies wat ik wil meegeven op de eerste pagina.

Het volgende waar de aandacht naar getrokken wordt is de beschrijving onder de titel. Deze wordt wel is waar niet gelijk gelezen, maar meer gescand, omdat het wat tijd nodig heeft. Eerst wordt de hele pagina gescand, waarbij je aandacht gaat naar de categorieën aan de onderzijde, wat tevens de navigatie is.

Door het nummertje "4" achter het woord "Categorieën" te zetten en de laatste categorie gedeeltelijk uit het scherm te laten lopen, geef ik aan dat deze sectie horizontaal te scrollen is. Aan de linkerkant van de pagina, is een voortgangsbalk te zien. Ik wou een unieke manier voordragen om te navigeren binnen de pagina en vertonen hoe ver je op de pagina bent. Met de pijltjes onder in kun je navigeren binnen de pagina. Deze balk is sticky aan de linkerkant. Door op de wereldbol bovenin te klikken kom je weer op de landingspagina (het eerste scherm).

Het is dus mogelijk om zowel via de categorieën als via de pijltjes onder aan de voortgangsbalk te navigeren op de pagina.





THE REAL PROPERTY AND A DESCRIPTION OF A

HOME - LANDINGSPAGINA 2/3

Wanneer je navigeert via de categorieën op de landingspagina, scrolt de pagina met 100% naar beneden waardoor je de desbetreffende categorie op het volledige scherm ziet. Nu krijg je aan de bovenzijde een navigatie te zien, hiermee kun je op dezelfde pagina navigeren, wat tevens ook met de pijltjes kan in de linker onder hoek.

Elk categorie scherm bestaat uit een duidelijke categorie naam, een visual dat met het categorie te maken heeft, een titel van de visual, een beschrijving van de visual en een call-to-action. De call-to-action is de belangrijkste knop, daarom valt deze het meeste op. Er is maar één primaire knop per scherm, dat is deze knop. Deze knopt navigeert je naar de desbetreffende categorie pagina.

Woorden als "klik hier", "lees meer" of "meer bekijken" heb ik vermeden. In plaats daarvan zeg ik "Meer voedsel ontdekken". Het woord "Ontdekken" past beter bij het thema Cultuur, want je wilt nieuwe dingen leren en ontdekken over andere landen en culturen.

Elke categorie heeft zijn eigen kleur, een kleur dat echt past bij de categorie zelf. Op deze manier creëer ik een kleurrijke, maar ook een culturele sfeer. Deze sfeer wordt weer versterkt door de visuals.

VOEDSEL:

De kleur groen heb ik gekozen voor de categorie "Voedsel". Groen past hier erg bij, aangezien groen één van de meest voorkomende kleur in eten is, in welk land dan ook. Traditioneel gezien wordt groen beschouwt als ambitie, elk land is trots op zijn of haar eten en heeft ambitie voor het geen wat ze bereiden. De visual van de baklava past daar goed bij, aangezien de groene kleuren er in voorbij komen. Daarnaast is het mijn favoriete Turkse delicatessen.

BOUWWERKEN:

Voor de categorie "Bouwwerken" heb ik gekozen voor de kleur paars. Bouwwerken zijn elegante objecten. Het is prettig om naar te kijken en betekend veel voor het land, geloof en de mensheid, paars past hier goed bij. Voor sommige mensen heeft het ook spirituele waarde waarbij wederom paars goed bij past. Daarnaast zijn bouwwerken enorm groot, wat bij mij gelijk het woord "Robuust" naar bovenbrengt. Het zijn stevige objecten.

Б

Baklava - Turkse lekkernij

Heerlijke zoetigheid uit Turkije, gemaakt van filodeeg gevuld met stukjes noot.

Meer voedsel ontdekken

Voedsel

~

 \sim

 \mathbf{S}

02

Bouwwerken

Tradities

Middelen

BOUW WERKEN

Eiffeltoren - Frans bouwwerk

De Eiffeltoren is hét symbool van Parijs en wordt door velen gezien als een van de wereldwonderen.

Meer bouwwerken ontdekken

HOME - LANDINGSPAGINA 3/3

TRADITIES:

Roze is de kleur die ik heb gebruikt voor de categorie "Tradities". Roze staat voor vrolijk, sociaal en feest. Net als dat tradities dat zijn. Tradities worden uitbundig gevierd met vrienden, familie of anderen. Het is een sociaal evenement waar vaak gevoel bij komt kijken.

MIDDELEN:

Voor de categorie "Middelen" heb ik de kleur bruin gekozen. Middelen stammen vaak uit het verleden, dat maakt het ook zo traditioneel en zorgt voor de extra culturele waarde en trots. Bruin is de oerkleur en staat dan ook voor aards, oudheid, handarbeid en betrouwbaarheid.





 \mathbf{S}

03

 \sim V

Ó



Pasen - Christelijk feestdag

Pasen is het belangrijkste christelijke feest in het liturgische jaar, volgend op de Goede Week.

Meer tradities ontdekken

Voedsel

Bouwwerken

Tradities

Middelen 5

Molcajete - Mexicaanse Kookgerei 7

raditionele Mexicaanse versie van de vijzel en tamper om voedsel mee te malen.

Meer middelen ontdekken

9



CATEGORIE PAGINA'S 1/3 ALGEMEEN

De categorie pagina's zijn strak vormgegeven, ogen vrij rustig zonder te veel opvallende of drukke dingen. Ik wil dat de content, de resultaten vrij makkelijk en snel te scannen zijn. Ik heb hiervoor een grid van 12 kolommen gebruikt, om alles mooi en strak uit te lijnen aan elkaar en hiermee 1 groot geheel te vormen.

Je ziet dat categorie kleur terug komt op de categorie pagina zelf om het zo consistent mogelijk te houden. In die navigatie heb ik ook de pagina waar je op staat dikgedrukt gemaakt om te laten zien op welke pagina iemand zich bevindt. Dit is ook goed te zien in de breadcrumb.

Wat gelijk opvalt zijn de subcategorieën (de continenten). Elk continent heeft zijn eigen kleur die bij dat continent past.

Noord-Amerika	Paars	Comfort en luxe.
Zuid-Amerika	Oranje	Exotisch en warm.
Afrika	Geel	Warm, zand, savanne.
Azië	Rood	Veel rood in de vlaggen, Rode eten.
Europa	Blauw	Europese vlag, Zakelijk.

Onder elk continent zie je ook de aantal landen die in het continent bevinden, dit is feed forward (informatie vooraf).

Beide categorie pagina's hebben dezelfde lay-out. Dit is met opzet gedaan zodat de website consistent is en de informatie overzichtelijk blijft en makkelijk te vinden is op de gehele website. Zo zie je bijvoorbeeld op 4 kolommen breed alle resultaten en aan de rechterkant van het scherm zie je de filters.

Per resultaat (blok) zie je een visual van de voedsel, de naam, de afkomst in vorm van tekst en een visual van de landvlag en wat voor gerecht het is. Om de grid een beetje te breken en om het wat aantrekkelijker en minder saai te laten ogen, heb ik tussen de resultaten grotere blokken gezet. Deze grotere blokken hebben meer de aandacht en hebben een extra tekstje.

Je ziet op de categorie pagina's direct hoeveel resultaten er zijn, bij het filteren verandert dit aantal. Het filteren gaat geheel automatisch, er is daarom geen "bevestigen" of "toepassen" knop. De content (resultaten) veranderen direct op basis van de gekozen filters.



22 van 358 resultaten

Meer bouwwerken ontdekken



CATEGORIE PAGINA'S 2/3 VOEDSEL

De groene kleur die te vinden was op de landingspagina komt terug op de categorie pagina om het zo consistent mogelijk te houden.

Op de categorie pagina zie je alle soorten voedsel over de hele wereld, dit zijn enorm veel resultaten. Op de pagina heb ik daarom er voor gekozen om niet alle resultaten direct te laten zien. Als je naar beneden scrolt, zie je een knop waarmee je meer voedsel kan inladen. Ik heb ervoor gekozen om de resultaten in te laden op dezelfde pagina als de andere resultaten in plaats van op een tweede pagina bijvoorbeeld. Dit is omdat je nu sneller en gemakkelijker weer terug kunt naar de voorgaande resultaten. Je ziet ook door het gevulde balkje hoever je bent met het bekijken van de resultaten.

Om specifiek op zoek te gaan naar voedsel kan je de subcategorieën bovenin gebruiken, deze resultaten zijn dan te zien op een andere pagina. Maar je kunt ook filteren op de resultaten op de pagina zelf. Uitgebreide informatie over de filters vindt je in de hoofdstuk "Filters". Maar even in het kort over deze specifieke filters op de "Voedsel" categorie pagina.

GANG

Je kunt filteren op de **gang**, wat inhoud in welke situatie bepaald voedsel in het algemeen gegeten wordt. Je klinkt simpel op de checkbox om te filteren.

SMAAK

Je kunt filteren op **smaak**, ik vond dit wel een leuke en interessante optie. Elk voedsel heeft natuurlijk zijn eigen smaak.

3

TYPE VOEDSEL

En tot slot kun je filteren op **Type voedsel**. De hoofdkeuzes zijn bereiding, dranken en vruchten. Want alles staat nu natuurlijk door elkaar. Dus het is verstandig om hier ook op te kunnen filteren.

TYPE VOEDSEL "UITGEKLAPT"

Maar je kunt ze ook uitklappen, wat te zien is aan de pijltjes er naast. Nu kan je nog specifieker filteren, wat erg handig is.

4





EUROPA

51 Landen

Filteren op:			Reset filter
GA	NG		
	Ontbijt Drankjes Voorgerecht Hoofdgerech Nagerecht Hapjes & Sna	it icks	
SM	AAK		
	Zoet Zout Zuur Bitter Umami		
TYF	PE VOEDSEL	-	
	Bereiding Dranken	×	
	Vruchten	~	

CATEGORIE PAGINA'S 3/3 BOUWWERKEN

De paarse kleur die te vinden was op de landingspagina komt terug op de categorie pagina om het zo consistent mogelijk te houden.

Op de categorie pagina zie je alle soorten bouwwerken over de hele wereld, dit zijn enorm veel resultaten. Op de pagina heb ik daarom er voor gekozen om niet alle resultaten direct te laten zien. Als je naar beneden scrolt, zie je een knop waarmee je meer bouwwerken kan inladen. Ik heb ervoor gekozen om de resultaten in te laden op dezelfde pagina als de andere resultaten in plaats van op een tweede pagina bijvoorbeeld. Dit is omdat je nu sneller en gemakkelijker weer terug kunt naar de voorgaande resultaten. Je ziet ook door het gevulde balkje hoever je bent met het bekijken van de resultaten.

Om specifiek op zoek te gaan naar bouwwerken kan je de subcategorieën bovenin gebruiken, deze resultaten zijn dan te zien op een andere pagina. Maar je kunt ook filteren op de resultaten op de pagina zelf.

SOORT

Je kunt filteren op het soort bouwwerk, je hebt namelijk een gebouw, monument en standbeeld. Dat zijn drie hele aparte dingen.

RELIGIE

Je kunt filteren op religie, vele bouwwerken zijn gebaseerd op een bepaald geloof of gebeurtenis in het verleden. Deze filter kan je uitklappen, dat is te zien aan het pijltje.

LENGTE & OUDHEID

Verder kan je ook op lengte en oudheid filteren, dit gemakkelijk door met de slider heen en weer te bewegen. filtert dan tussen twee waardes. Ook is het mogelijk om op de waardes te klikken en zelf iets in te voeren.

RELIGIE "UITGEKLAPT"

Als je deze uitklapt zie je de vijf grootste religies, met daarbij een icoontjes wat het meer context geeft en mooier maakt.









51 Lander

Filteren op:	Reset filter

Gebouw
Monument
Standbeeld

RELIGIE

ENGTE

UDHEID

SUBCATEGORIE PAGINA'S

De subcategorieën die ik heb uitgewerkt zijn de continenten "Azië" en "Zuid-Amerika". De kleuren die zijn gebruikt op deze pagina's stammen af van de continent. De contineten had ik namelijk een eigen kleur gegeven, wat ook te zien is op de categorie pagina.

De subcategorieën hebben exact dezelfde lay-out als de categorie pagina's. Alleen nu met minder resultaten (wat je kunt zien aan de cijfer), aangezien je nu specifiek per continent de resultaten te zien krijgt.

Eén van de kleine verschillen op subcategorie pagina is de vervallen continenten opties, want je zit al op een specifiek continent. Dit stuk is vervangen door een sfeerfoto dat past bij het continent.

Een ander verschil zit in de filter. Er is namelijk een extra optie bij gekomen, dat is namelijk de mogelijkheid om op een specifiek land te filteren. Hoe deze filter werkt leg ik uit in de hoofdstuk "Filters".





FILTERS 1/3

De filters op de website zijn op twee pagina's te vinden, de categorie pagina en de subcategorie pagina. Omdat er twee verschillende (sub)categorieën zijn, heb ik twee verschillende filters. De opties in de filter voor de "voedsel" categorie pagina, zijn niet relevant voor de "bouwwerken" categorie pagina.

Ik heb ervoor gekozen om de filters aan de linkerkant te laten zien. Dit beperkt niet de zicht van de gebruiker. De gebruiker kan zowel de filters als de resultaten tegelijkertijd zien. Ook heb ik ervoor gekozen om geen "toepassen" of "filteren" knop neer te zetten, aangezien dit een onnodig extra stap is. Zodra je op een filter klikt, verschijnen de bijhorende resultaten direct. Ook heb je een knop boven aan de filter om de actieve filters in één keer weg te halen.

Ik heb ervoor gekozen om bij de meeste filters checkbox te gebruiken, omdat dit door ieder mens jong tot oud te makkelijk te begrijpen en gebruiken is. En als filter actief is, is dat makkelijk te zien met een checkbox.

Categoriepagina: Voedsel:

1

GANG

De opties zijn geordend op de volgorde zoals je in het dagelijkse leven en in een restaurant verwacht, je begint met het ontbijt en eindigt met wat hapjes en snacks.

2 SMAAK

Deze opties zijn weer anders geordend, namelijk op meest voorkomend, oftewel meest relevant. Beginnend met zoet, eindigend op umami. Ook hier wederom checkboxes, het is makkelijk in gebruik, en overzichtelijk wanneer deze filter actief is.

3

TYPE VOEDSEL

Ook deze opties zijn geordend op relevantie, en toevallig ook op alfabetische volgorde. Aan het pijltje kun je zien dat er nog onderliggende opties zijn. Wanneer je één van de hoofdopties aan vinkt, vink je ook de opties er onder. De reden dat ik progressive disclosure is, om de filter niet al te druk te maken, en misschien wilt de gebruiker daar niet eens op filteren. Ik laat de keuze over aan de gebruiker.



_			
	fil	ter	

FILTERS 2/3

Categoriepagina: Bouwwerken

SOORT

Deze opties zijn alfabetisch en op relevantie geordend. Gebouw is vaak groter en specialer, dus staat die gelijk als eerst. Ook hier is een checkbox gebruikt, voor dezelfde reden als bij de andere filters.



RELIGIE

Wederom is religie ook een dropdown, wat te zien is aan het pijltje. Wanneer je op klikt verschijnen de opties met het religie symbool erachter. Deze opties zijn geordend op basis van de meeste aanhangers. Ook hier is een checkbox gebruikt, voor dezelfde reden

LENGTE & OUDHEID

Filteren op lengte en oudheid kan gemakkelijk door met de slider heen en weer te bewegen. Er wordt dan gefilterd tussen twee waardes. Ook is het mogelijk om op de waardes te klikken en zelf iets in te voeren. De reden voor een slider is simpel, als gebruiker heb je dan de controle, en kan je erg nauwkeurig filteren.





|--|

Tot 420



FILTERS 3/3

Er is nog één filter, deze filter is alleen te vinden op een subcategorie pagina. De filter staat prominent aan de bovenkant van de filter, de grote gekleurde knop trekt gelijk de aandacht. Ik heb gekozen voor een unieke en leuke manier om te filteren op landen. Een dropdown met allemaal landen is erg saai en onoverzichtelijk, vooral als je er heel veel hebt.

Wanneer je klikt op de knop "Filteren op land" schuift er een continentkaart open. Dit is een vorm van progressive disclosure, ik laat objecten zien, alleen wanneer dit relevant is.



FILTER KNOP

Opent de continentkaart.

2

CONTINENTKAART

Je filtert door op een land te klikken op de continentkaart. Het land kleurt wanneer je er op klikt of over hovert.

3

SELECTIE

Wanneer je een selectie maakt, of je staat op een land, wordt deze hier weergegeven.

4

LAND ZOEKEN

Je kunt ook zoeken naar een land, ik bied verschillende opties.



IN -UIT ZOOMEN

Mogelijkheid om in en uit te zoomen op de continentkaart.

6

SLUITEN KNOP

Knop om de continentmap te sluiten en je selectie op te slaan.

7

ACTIEVE FILTER

Zodra je hebt gefilterd, kan je hier de actieve filter vinden.

8

FILTER RESULTATEN

Overzicht van alle resultaten gebaseerd op je filter.





Scherm wanneer je een selectie hebt gemaakt

Resultaten scherm a.d.h.v. je filter



	-	-	-		£	 ÷.	~	
ю	e		e	с.	Г	τ	e	r -
	_	-	_	_	-	_	_	-

N OP LAND

Filteren op: Reset filter
Türkiye C•
GANG
Ontbijt
Drankjes
Voorgerecht
Hoofdgerecht
Nagerecht
Hapjes & Snacks
SMAAK
Zoet
Zout
Zuur
Bitter
Umami
TYPE VOEDSEL
Bereiding ~

DETAILPAGINA'S

Beide detailpagina's zijn qua lay-out identiek aan elkaar en de continent kleur komt weer terug op de detailpagina, om de website consistent te houden. Ook bij deze pagina is goed gekeken naar de uitlijning, alles loopt strak in een grid.



Voedsel • Azië • Baklava

2

1



Baklava

Oorsprong

Baklava bestaat uit veel laagies filodeeg die zijn gevuld met stukies noot. Als oten worden voornamelijk pistachenoten en walnoten gebruikt, m et gebruik van amandel komt voor. Verder kan het op smaak worde obrecht mot conservatie bracht met rozenwater, oranjebloesem, kaneel, kardemom, kr nille, citroenrasp of sinaasappelrasp. Na het bakken wordt het geheel enkt met een zoete siroop gemaakt van suiker of honing. Door de gro neid suiker en vet, is het een machtig gerecht en wordt he . Het wordt vaak bij koffie gegeten of in toeri d met een bolletje ijs. Tijdens het Islamitische Suikerfe

5





Christ The Redeemer

Christ The REDEEMER oftewel "Christus de Verlosser" is een stan ristus in Rio de Janeiro , Brazilië , gemaakt door de Franse Jwer Paul Landowski en gebouwd door Braziliaanse ingenieu lva Costa , in samenwerking met de Franse ingenieur Albert Caquot l is gebouwd tussen 1922 en 1931, het beeld is 30 me f zijn 8 meter voetstuk. De armen strekken zich 28 mete

> vado -berg in het Tijuca National Park met uitzicht op de stad Rio eiro. Het standbeeld is een symbool van het christendom over de he is ook een cultureel icoon geworden van zowel Rio de Janeiro

Geschiedenis



Vergelijkbare standbeelden

Dit standbeeld heeft veel los gemaakt op de wereld, zo zijn e

CHRIST THE KING CRISTO REI OF DILI

Meer bouwwerken uit Brazilië



Katholiek monument en Stanbeeld in Portugal, beter Stanbeeld van Jezus op een Bekijk meer standbeelde heligdom in Angola bekend als "de Helig Hart" wereldbol, in Indonesische "Christ The Redoement"

7	Baklava soo Naast de traditionele baklava h baklava 's en lekkernijen. Het w van noten en bereiding.	rten eb je ook andere soorten erschil zit vaak in het gebruik		
	ESTIKLI BAKLAVA Baselse haklava met	CEVIZLI BAKLAVA Biddaa me	ESTICLI SARMA Cerebia postghedr mes Busche	EKERPARE Setterbeit van griermeet Architekter
	KUREFE Zastispiszieczy gevuld met kasa	ADAYIF Activity of the second	TULUMBA Childrenk in strong	25+ Detijk mer baktiva soorten







AANPASSINGEN A.D.H.V. FEEDBACK

Contrast verhoogd van titels, teksten en knoppen



Baklava soorten

Baklava soorten

Filtertitel en reset knop duidelijker gemaakt



Nieuw



Checkboxen toegevoegd onder "TYPE VOEDSEL"

SMAAK	
 ☐ Zoet ☐ Zout ☐ Dranken ○ Dranken ○ Vruchten ○	

AANPASSINGEN A.D.H.V. FEEDBACK







UI-PRINCIPES 1/2

ONE PRIMARY ACTION PER SCREEN

Dit principe is goed terug te zien op de homepagina en de (sub)categorie pagina. Op de homepage bijvoorbeeld heb ik maar één duidelijke knop gebruikt, dit is een belangrijke actie, ik heb hiermee ervoor gezorgd dat alle aandacht naar de knop gaat. Want waar ik de gebruikers heen wil navigeren is de categoriepagina waar alle resultaten te zien zijn.

Een ander voorbeeld waar je dit principe kan vinden is op de resultatenpagina's. Op deze pagina heb je twee knoppen, namelijk de "meer resultaten laden" knop en de "filter reset" knop. Maar er is maar één primaire actie op dit scherm en dat is meer resultaten inladen. De reset knop is secundair en niet super belangrijk, daarom heeft deze geen opvulling maar een rand. De primaire actie heeft wel een opvulling, dat geeft al aan dat deze belangrijker is dan de andere knop.

CONSISTENCY MATTERS

De gehele website is consistent ontworpen. Bijna alle onderdelen komen steeds weer terug. De categorie, subcategorie en detailpagina's zijn precies hetzelfde, alleen verschillen in content. Ook aspecten als kleur, lettergrootte, woordkeuze, visuals, positionering van elementen en knoppen komen allemaal op een consistentie manier terug door de hele website.

STRONG VISUAL HIERARCHIES WORK BEST

Door af te wisselen tussen kleuren, element -lettergroottes, letterdiktes, uitlijning en positionering zorg ik voor een sterke visuele hiërarchie. Ik maak duidelijk wat de waardes zijn van de elementen op het scherm, bepaalde elementen zijn belangrijker en moeten meer opvallen. Zo zie je bijvoorbeeld dat alle titels altijd in kapitalen zijn en dikgedrukt. Teksten zijn wat kleiner en zijn niet dikgedrukt.

Door deze sterke visuele hiërarchie maak ik ook de kijkvolgorde duidelijk.









Homepagina

Resultaten pagina

1 primaire knop

1 primaire knop



Alle pagina's hebben dezelfde lay-out

Variatie in tekst-grootte, tekst-dikte en tekst-vorm (kapitalen)



UI-PRINCIPES 2/2

PROGRESSIVE DISCLOSURE

Per scherm laat ik alleen het nodig zien, ik vermijd onnodige aspecten en teveel details. Daarom heb ik onder anderen bij mijn filter menu dropdown lijstjes, het is onnodig om alles te laten zien. Als de gebruiker meer details wilt kan deze opgeklapt worden.

Ook op de resultaten pagina laat ik niet alle 513 resultaten te gelijk zien, ik laat er 22 zien en de resterende resultaten kan je bekijken als je op de knop "meer voedsel ontdekken" klikt. Dit is ook progressive disclosure.

De categorie schermen op de homepagina zijn ook een vorm van progressive disclosure. Ik laat een klein beetje informatie zien, als de gebruikers meer willen weten klikken ze door.

A CRUCIAL MOMENT: THE ZERO STATE

De eerste ervaring met een interface is enorm belangrijk. Op de landingspagina probeer ik een aantrekkelijke en culturele sfeer te creëren. En de gebruikers te begeleiden en een richting te geven op en over de pagina.

Ik maak duidelijk waar de website over gaat, zowel met de titel en beschrijving als de visuals. De indruk van de gebruiker gaat al direct uit naar een culturele website en ik ondersteun ze middels de categorieën door de pagina en website.









STYLE GUIDE 1/2

TYPOGRAFIE

Homepagina

Detunpagnia

<u>Titels</u>			<u>Kop</u>	
EXTRA BOLD	150-250px	CAPITALEN	EXTRA BOLD	100-250px
<u>Tekst</u>			<u>Subkoppen</u>	
Regular	24рх	Klein	Semibold	50px
			<u>Teksten</u>	
Categorie pagina			Medium	20px
<u>Continenten</u>				
EXTRA BOLD	20px	CAPITALEN	Knoppen	
<u>Resultaten</u>			<u>Homepagina & Cate</u>	egoriepagina
EXTRA BOLD	20px	CAPITALEN	Bold	22px
Light	16рх	Klein	<u>Filter</u>	
			Bold	18px
			<u>Breadcrumb</u>	
Filter			SemiBold Italic	15px
<u>Koppen</u>				
SEMIBOLD	18px	CAPITALEN		
<u>Filters</u>				
Light	16рх	Klein		

CAPITALEN

Klein

Klein

Klein

Klein

Klein

KLEUREN

Homepagina

Achtergrond



Tekst



Continenten



Algemene teksten



STYLE GUIDE 2/2

KNOPPEN

Meer voedsel ontdekken

Meer voedsel ontdekken

FILTEREN OP LAND

Reset filter

RESULTATEN





Turkse zwarte thee. De thee wordt vaak geserveerd in traditionele tulpvormige glaasjes.

Türkiye | Drank



TEQUILA

Mexico | Drank

FILTERS

Filteren op:

CANG Ontbijt Drankjes Voorgerecht Hoofdgerecht Nagerecht Hapjes & Snacks SMAAK Zoet

Zout
Zuur
Bitter
Umami

Bereiding
 Dranken
 Vruchten

CONTINENTEN



NOORD-AMERIKA 3 Landen

BREADCRUMB

VOEDSEL • AZIË • BAKLAVA

Reset filter	Filteren op: Reset filter	SELECTEER EEN LAND Sta op een land, om de naam te bekijken.	SLUITEN	of zoek naar een land	٩
~	FILTEREN OP LAND SOORT Cebouw Monument Standbeeld RELIGIE Vanaf 120 Tot 420 OUDHEID Voor Christus Yanaf 433 Tot 101	<image/> <section-header><section-header><section-header><section-header><section-header><section-header><section-header></section-header></section-header></section-header></section-header></section-header></section-header></section-header>			ØQ



ZUID-AMERIKA 13 Landen



AFRIKA 54 Landen



AZIË 51 Landen



EUROPA

51 Landen



BRONNEN

VISUALS

https://www.pngplay.com/nl/image/129629 https://wall.alphacoders.com/big.php?i=879477&lang=Dutch https://www.pexels.com/photo/leaning-tower-of-pisa-italy-1144271/ https://unsplash.com/photos/ZsqtZUAe3u4 https://www.pexels.com/search/christ%20redeemer/ https://www.leukerecepten.nl/?s=&taxonomy%5Bcuisine%5D%5B%5D=turkse-recepten https://www.tripadvisor.nl/Attractions-g294280-Activities-c47-t26-Brazil.html https://www.pexels.com/search/baklava/ https://www.pngplay.com/nl/image/29095/png-download/29094

TEKSTEN

https://nl.wikipedia.org/wiki/Baklava

https://nl.wikipedia.org/wiki/Christus_de_Verlosser

https://www.travelvalley.nl/algemeen/de-32-beroemdste-bouwwerken-ter-wereld#:~:text=Een%20hoop %20van%20de%20beroemdste,Vrijheidsbeeld%20en%20de%20Burj%20Khalifa.

https://mens-en-samenleving.infonu.nl/religie/137893-religies-de-grote-vijf-geloven-en-hun-leefregels.html



