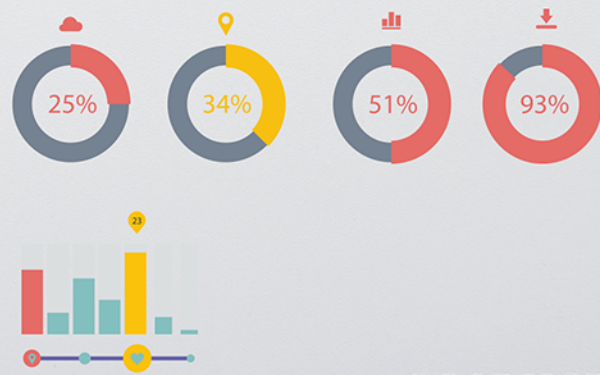
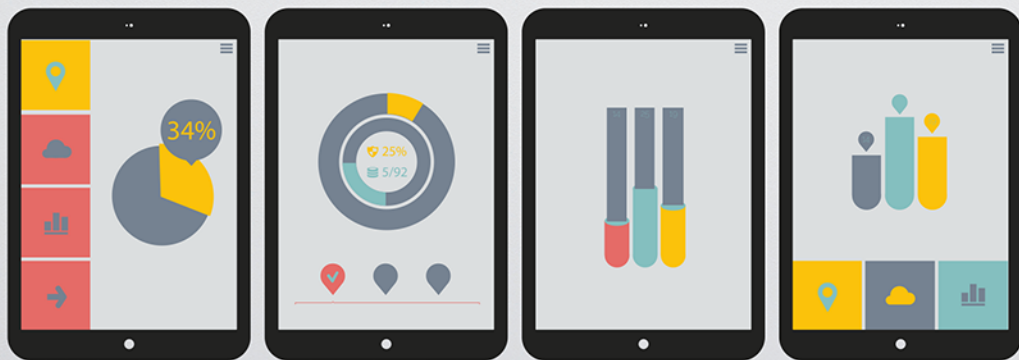




# INFOGRAFIKA

Sztuka atrakcyjnego prezentowania treści / Małgorzata Zimniak-Rucińska



Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Magdalena Dragon-Philipczyk  
Projekt okładki: Jan Paluch

Materiały graficzne w książce pochodzą od Autorki.

Wydawnictwo HELION  
ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE  
tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63  
e-mail: [onepress@onepress.pl](mailto:onepress@onepress.pl)  
WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie/infgra>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-283-4282-8

Copyright © Helion 2019

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

# SPIIS TREŚCI

<b>CZĘŚĆ 1. WSTĘP</b>	<b>007</b>	<b>CZĘŚĆ 2. INFOGRAFIKI W BIZNESIE</b>	<b>029</b>
Wstęp .....	008	<b>Rozdział 4. Infografika i biznes – połączenie idealne</b> .....	030
O tym, jak zostałam popularyzatorką		Dwa rodzaje infografik biznesowych .....	030
czytania książek... i projektantką infografik .....	008	Infografiki jako narzędzie content marketingu .....	031
		Powody stosowania infografik w biznesie .....	034
<b>Rozdział 1. Czym jest infografika?</b> .....	010	<b>Rozdział 5. Rodzaje infografik,</b>	
Definicja infografiki .....	010	<b>które sprawdzą się w biznesie</b> .....	040
Czym nie jest infografika? .....	011	Oś czasu .....	040
		Lista .....	040
<b>Rozdział 2. Historia infografiki</b> .....	012	Porównanie .....	043
Wczesne początki, czyli malarstwo jaskiniowe .....	013	Artykuł wizualizowany .....	043
Pismo obrazkowe .....	013	Proces .....	044
Obraz wspierający naukę .....	014	Mapa .....	045
Obraz wspierający przemiany społeczne .....	016	Graficzne CV .....	045
Mapy jako przykład wizualizacji danych .....	018	Infografika liczbowa .....	046
Infografika w prasie .....	020	Anatomia .....	047
Współcześni twórcy infografiki .....	021	Pomysły na kreatywne infografiki .....	048
Podsumowanie .....	022	Infografiki animowane i interaktywne .....	049
		<b>Rozdział 6. Jak można wykorzystywać infografiki</b>	
<b>Rozdział 3. Naukowe dowody skuteczności infografik</b> .....	024	<b>w biznesie</b> .....	051
Nasz mózg jest stworzony do przetwarzania obrazu ...	024	Infografiki na stronę internetową .....	051
Widzenie poprzedza słowa .....	024	Artykuł wizualizowany na blog .....	051
Nasz mózg nie lubi nudy .....	024	Oferta .....	051
Nasz mózg lubi emocje .....	025	Prezentacja .....	051
Człowiek w centrum uwagi .....	025		
Lepiej zapamiętujemy obrazy .....	026		

Wizualizacja wyników ankiet i statystyk . . . . .	051
Promowanie jakiejś idei . . . . .	051
Dokumenty do pobrania . . . . .	052
Promocja eventu . . . . .	052
Infografiki do książki lub e-booka . . . . .	052
Infografiki do kursu online . . . . .	052
Informacje prasowe . . . . .	052
Reklama w prasie . . . . .	053
Drukowane materiały marketingowe . . . . .	053
Plakat . . . . .	054

<b>Rozdział 7. Dobra infografika, czyli jaka?</b> . . . . .	<b>055</b>
Przydatna dla odbiorcy . . . . .	055
Skuteczna . . . . .	056
Opowiadająca historię w sposób wizualny . . . . .	056
Atrakcyjna wizualnie . . . . .	056
Uwzględniająca zasadę KISS . . . . .	056
Unikalna . . . . .	057
Promowana . . . . .	057

## **CZĘŚĆ 3. WSZYSTKO, CO MUSISZ WIEDZIEĆ PRZED ZAPROJEKTOWANIEM INFOGRAFIKI** **059**

<b>Rozdział 8. Skąd wziąć pomysł i temat na infografikę?</b> . . . . .	<b>060</b>
Kolejne dwa rodzaje infografik . . . . .	060
Gdzie szukać pomysłów na infografikę? . . . . .	060
Jak sprawdzić, czy pomysł na infografikę jest dobry? . . . . .	064
Dokumentowanie pomysłów . . . . .	064
<b>Rozdział 9. Planowanie infografiki</b> . . . . .	<b>066</b>
Jakie są cele infografiki? . . . . .	066

Kim są odbiorcy infografiki? . . . . .	066
W jaki sposób infografika będzie wykorzystana? . . . . .	067
Zdecyduj, kto będzie tworzył infografikę . . . . .	067

<b>Rozdział 10. Jak przygotować treści na infografikę?</b> . . . . .	<b>070</b>
Tekst w infografikach – gdzie się pojawia i jakie pełni funkcje? . . . . .	070
Jak przygotować treści na infografikę? . . . . .	070
Zasady webwritingu, które przydadzą się przy tworzeniu treści do infografiki . . . . .	071
Chwytny, dobry tytuł . . . . .	071

<b>Rozdział 11. Jaki styl infografiki wybrać?</b> . . . . .	<b>073</b>
Style wizualne infografik . . . . .	073
Technika wykonywania infografik . . . . .	077

<b>Rozdział 12. Co jest potrzebne, żeby zaprojektować infografikę?</b> . . . . .	<b>080</b>
Zdolności artystyczne (?) . . . . .	080
Umiejętności projektowe . . . . .	081
Program graficzny . . . . .	081
Gotowe rozwiązania . . . . .	083

<b>Rozdział 13. Jak wygląda współpraca z projektantem?</b> . . . . .	<b>084</b>
Kto zajmuje się projektowaniem infografik? . . . . .	084
Co wziąć pod uwagę, wybierając projektanta? . . . . .	084
Kulisy współpracy z grafikiem . . . . .	087
Kilka zasad dobrej współpracy z projektantem . . . . .	087

## **CZĘŚĆ 4. PROJEKTOWANIE INFOGRAFIKI KROK PO KROKU** **091**

<b>Rozdział 14. Zaczynj od szkicu</b> . . . . .	<b>092</b>
Zalety szkicowania . . . . .	092
Jak szkicować? . . . . .	092

<b>Rozdział 15. Jak wizualizować treści?</b> . . . . .	<b>094</b>
Ilustruj . . . . .	094
Osadź w kontekście . . . . .	094
Stosuj schematy blokowe . . . . .	096
Stwórz wizualną metaforę . . . . .	096
Myśl wizualnie . . . . .	098
<b>Rozdział 16. Struktura i wymiary infografiki</b> . . . . .	<b>100</b>
Struktura infografiki . . . . .	100
Wymiary infografiki . . . . .	102
<b>Rozdział 17. Podstawy projektowania graficznego</b> . . . . .	<b>104</b>
Projektowanie i psychologia . . . . .	104
Kompozycja i layout . . . . .	105
Pojęcia związane z projektowaniem graficznym . . . . .	107
Praca z księgą identyfikacji wizualnej marki . . . . .	110
<b>Rozdział 18. Elementy graficzne wykorzystywane w infografikach</b> . . . . .	<b>112</b>
Tło . . . . .	112
Ilustracje i/lub zdjęcia . . . . .	113
Ikony graficzne . . . . .	114
Wykresy . . . . .	118
<b>Rozdział 19. Kolorystyka infografiki</b> . . . . .	<b>124</b>
Dlaczego zagadnienie kolorystyki może przysparzać trudności? . . . . .	124
Funkcje kolorów w infografice . . . . .	124
Wszystko, co musisz wiedzieć o kolorach, żeby zaprojektować infografikę . . . . .	126
Jak stworzyć paletę kolorystyczną dla infografiki? . . . . .	129
<b>Rozdział 20. Typografia w infografice</b> . . . . .	<b>134</b>
Problemy z nazewnictwem . . . . .	134
Czym jest czytelność? . . . . .	135
Podstawy typografii (potrzebne do stworzenia infografiki) . . . . .	136

Funkcje typografii w infografice . . . . .	139
Jak zestawiać ze sobą różne kroje pisma? . . . . .	140
Komponowanie tekstu w infografice . . . . .	141
Formatowanie treści . . . . .	141
„Słów cięcie-gięcie” . . . . .	143
Relacje między tekstem a tłem . . . . .	144
Praca z narzędziami . . . . .	145
Typografia – czego nie robić? . . . . .	146

## CZĘŚĆ 5. PUBLIKACJA

### I PROMOCJA INFOGRAFIK **151**

<b>Rozdział 21. Publikacja infografik</b> . . . . .	<b>152</b>
Gdzie publikować infografikę? . . . . .	152
Zasady publikowania infografiki na stronie/blogu . . . . .	156
Jak tworzyć angażujące treści blogowe za pomocą infografik? . . . . .	158
<b>Rozdział 22. Promocja infografik</b> . . . . .	<b>159</b>
Dobre praktyki w promocji infografiki . . . . .	159
Promocja w social mediach . . . . .	160
Triki związane z promocją infografiki . . . . .	164
Wskaźniki efektywności: skąd mam wiedzieć, że moja infografika odniosła sukces? . . . . .	166
Przepis na viralową infografikę . . . . .	168
<b>Zakończenie</b> . . . . .	<b>170</b>
Gdzie mnie znajdziesz? . . . . .	170
<b>Bibliografia</b> . . . . .	<b>171</b>

# INFOGRAFIKA

Część 1 | 5

## WSTĘP

Rozdział 1.

010

Czym jest infografika?

Rozdział 2.

012

Historia infografiki

Rozdział 3.

024

Naukowe dowody skuteczności infografik



# WSTĘP

## O TYM, JAK ZOSTAŁAM POPULARYZATORKĄ CZYTANIA KSIĄŻEK... I PROJEKTANTKĄ INFOGRAFIK

Moją pierwszą infografikę zaprojektowałam pod koniec 2013 roku. Przedstawiłam na niej zalety czytania książek, a stworzyłam ją z myślą o moim blogu. Chciałam po prostu urozmaicić zamieszczane tam treści, zrobić coś nowego, innego. Jako miłośniczka czytania książek uznałam, że temat ten jest bardzo ciekawy i ważny, chciałam przynajmniej zainspirować kogoś do sięgnięcia po książkę. Infografika ta została świetnie przyjęta i wciąż jest często udostępniana w internecie. Co więcej, co jakiś czas od bibliotek i nauczycieli dostaję e-maile z pytaniem, czy mogą ją wydrukować i stosować jako materiał edukacyjny dla uczniów. Wow! Nie sądziłam, że będę miała aż taki udział w krzewieniu kultury czytania!

Historia ta pokazuje, jak wielka może być siła oddziaływania infografik. Obraz połączony z ciekawą treścią oraz inspirującym, wartościowym przekazem może sprawić, że chcemy się dzielić taką infografiką. Chcemy patrzeć na infografikę nie tylko w internecie, nie tylko w mediach społecznościowych, ale również wydrukowaną i wiszącą w miejscu pracy.

Nie sądziłam, że publikując infografikę *Zalety czytania książek*, zaczynam moją wielką przygodę z projektowaniem infografik. Od tego czasu bowiem:

- Stworzyłam setki infografik już nie tylko na potrzeby własne, ale i dla klientów, wśród których znalazły się takie firmy, jak: Onet, wydawnictwo OnePress, Time for Wax, e-point SA, Kontrakt OSH, Kontekst HR.
- Uświadomiłam wielu osobom, że w ogóle istnieje coś takiego, jak infografika. Jeśli należysz do garstki osób, którym to pojęcie nie jest znane – spokojnie, w pierwszym rozdziale wszystko wytłumaczę.
- Nieustannie upraszczam. Przede wszystkim każdą zawiałą treść i informacje, aby przedstawić je za pomocą infografik. Uprościłam też moją działalność zawodową, skupiając się wyłącznie na niszy, jaką jest projektowanie infografik.
- Urodziłam dziecko (może to nie jest aż tak istotne w tej książce... chociaż nie... moje dziecko przecież też ma swoją infografikę!).

Książka, którą trzymasz w rękach, jest zapisem moich doświadczeń w projektowaniu infografik. Z książki dowiesz się, jak opracowywać treści do infografik, jak przekładać je na język obrazów, a gotowy

projekt odpowiednio publikować i promować. Przedstawiam pewne podejście do projektowania, oraz zasady, które pozwolą Ci skutecznie wykorzystywać komunikację wizualną w swoich działaniach biznesowych. Wiedzę tę możesz wykorzystać, projektując infografikę zarówno w profesjonalnym programie typu Adobe Illustrator, jak i w darmowej Canvie.

Jest to poradnik dla osób, które chcą wykorzystywać infografiki w komunikacji swojej marki i które chcą tworzyć atrakcyjne treści (wzbogacać o warstwę wizualną wszelkie raporty, prezentacje, komunikację w social mediach). Wiedza ta przyda się przedsiębiorcom, marketerom czy twórcom internetowym. Książka jest przeznaczona dla osób, które chciałyby samodzielnie zacząć tworzyć infografiki oraz atrakcyjne treści wizualne lub usprawnić współpracę z projektantem i po odebraniu od niego infografiki – właściwie ją wykorzystać. Ponieważ infografiki to tworzy interdyscyplinarne, książka zawiera wiedzę z zakresu komunikacji wizualnej, projektowania graficznego, copywritingu oraz content marketingu.

Przede wszystkim zaś książka ta powstała z wielkiej pasji do infografik.

Moją przygodę z infografikami zaczynałam, wychwalając zalety czytania książek. A Ty jaką ideę chcesz wypromować?



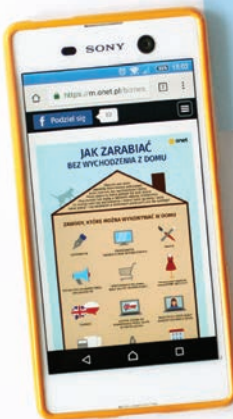
Jedna z najbardziej popularnych infografik mojego autorstwa



Infografika na 2 urodziny mojego synka



Tworzę infografiki dla Onetu!



Infografika o zaletach czytania wisi w szkołach nawet za granicą



Pierwsza książka z moimi infografikami

# ROZDZIAŁ 1. CZYM JEST INFOGRAFIKA?

## DEFINICJA INFOGRAFIKI

Przygotowując się do napisania tego rozdziału, zrobiłam mały research w poszukiwaniu definicji pojęcia infografika. Chciałam przywołać kilka z nich, powołać się w tej kwestii na jakieś mądre słowniki. Stwierdziłam niestety, że tak naprawdę ciężko o dobrą definicję infografiki. Dobrą, czyli nieskomplikowaną i zrozumiałą, oddającą sedno tego, czym ona jest. Dlatego postanowiłam zdefiniować ją własnymi słowami.

Infografika (czasami nazywana „grafiką informacyjną”, „grafiką objaśniającą”) to **forma przedstawiania informacji w wizualny sposób**. W infografice tekst i obraz współistnieją ze sobą – przenikają się i uzupełniają.

Należy podkreślić, że obraz w infografice spełnia nie tylko funkcje dekoracyjne lub przyciągające oko. Tekst i obraz w równym stopniu biorą udział w wyjaśnianiu treści i ułatwianiu zrozumienia. Celem przedstawiania treści za pomocą infografik jest zapewnienie jak największej przejrzystości i czytelności informacji.

Infografika wykorzystuje różne graficzne środki przekazu: wykresy, diagramy, tabele, mapy, ikonki, ilustracje, zdjęcia. Duże znaczenie w kwestiach wizualnych ma także kolorystyka lub charakter zastosowanej typografii. W infografice unika się zbyt obszernych bloków tekstu. Słowo pisane na infografice to raczej krótkie akapity, hasła lub wypunktowania.

Infografika stosowana współcześnie łączy w sobie kilka dziedzin. Są to: komunikacja

wizualna, projektowanie graficzne, copywriting, dziennikarstwo i marketing. Dlaczego? Infografika to nie tylko ładnie zaprojektowany obrazek z tekstem.

Projektowanie infografik i wykorzystywanie ich w komunikacji marki to proces obejmujący konkretne działania (rysunek 1.1).

Najpierw jest sam pomysł i przygotowanie założeń infografiki. O czym będzie infografika? Jaki ma być jej cel? Kto będzie jej odbiorcą? Zrozumienie tego pomoże w obraniu kierunku działań projektowych oraz ma wpływ na charakter infografiki.

Następnie trzeba zebrać informacje i odpowiednio je wyselekcjonować (muszą być wartościowe dla potencjalnego odbiorcy). Przygotowana pod infografikę treść



Rysunek 1.1  
Infografika biznesowa w 5 krokach.

najpierw powinna być dobrze zredagowana (przede wszystkim maksymalnie skrócona).

Następnie przechodzimy do projektowania, czyli stworzenia layoutu oraz ciekawych i spójnych wizualizacji. Konieczne jest też nadanie infografice wizualnych znamion danej marki oraz zamieszczenie informacji firmowych. Stopka z logo i danymi kontaktowymi to podstawa!

Gotową infografikę należy włączyć do strategii marketingowej marki lub firmy, a następnie promować.

O wszystkich tych aspektach będę pisać w tej książce.

Infografika często publikowana jest przy artykułach. Na blogach czy w magazynach zawiera podsumowanie przedstawianej treści. Jednak dobra infografika powinna móc funkcjonować samodzielnie. Sama w sobie powinna stanowić zrozumiałą całość. Dlatego tak ważne są jej poszczególne elementy: tytuł, krótkie wyjaśniające wprowadzenie, rozwinięcie i zakończenie – najczęściej z wezwaniem do działania i z informacjami na temat marki, która stworzyła i opublikowała infografikę.

Z infografiką pewnie najczęściej masz do czynienia w internecie. Prawdopodobnie widziałeś jakąś infografikę na portalu

internetowym, blogu czy na Facebooku. Nie da się ukryć, że obecnie głównym obszarem ekspansji infografiki jest internet. Trzeba jednak zaznaczyć, że infografika sprawdza się także w druku (gazety, magazyny, foldery), a jej historia (o której zaraz opowiem) sięga czasów przed komputerami. A nawet przed wynalezieniem papieru!

Przybliżając pojęcie infografiki, nie sposób nie wspomnieć chociażby pokrótce o jej zastosowaniach i funkcjach (później będę jeszcze te kwestie opisywać szczegółowo). Infografiki mają naprawdę wiele różnorodnych zastosowań.

**Za pomocą infografik można przedstawić:**

- wiedzę i informacje,
- wyniki ankiety,
- statystyki,
- instrukcję, proces,
- życiorys,
- historię (na osi czasu),
- ideę/wizję czegoś,
- abstrakcyjne pojęcia (często kojarzymy infografiki z twardymi danymi, liczbami, statystykami, a obrazy świetnie nadają się do pokazywania abstrakcyjnych, często nieuchwytnych pojęć, idei).

## CZYM NIE JEST INFOGRAFIKA?

Warto też wspomnieć o tym, **czym infografika nie jest**, ponieważ czasami spotykam się z błędnymi określeniami lub widzę, że infografiką nazywane jest coś, co infografiką zdecydowanie nie jest.

**Infografika nie jest obrazem doklejonym do tekstu (ani tekstem doklejonym do obrazu).** Jak już wspomniałam wcześniej, w infografice obraz i tekst powinny współgrać ze sobą, razem brać udział w wyjaśnianiu przekazu. Niestety, bardzo często natrafiam na infografiki, w których obraz w ogóle nie nawiązuje do tekstu.

**Infografika nie jest tekstem przedstawionym w formacie .jpg.** Tekst plus kolorowe tło zapisane w formacie .jpg to nie jest infografika.

Sporą rolę w infografice odgrywają obrazy czy ikonki. Komunikacja wizualna ma dużą moc oddziaływania na odbiorcę, pozwala również pokonywać bariery związane z językiem czy wykształceniem. Jest nawet takie powiedzenie, że obraz wart jest tysiąca słów. Należy jednak pamiętać, że **infografika nie może być rebusem**, dlatego poleganie na samej komunikacji wizualnej może się nie sprawdzić. Przekaz infografiki powinien być zrozumiały, dlatego obrazowi – tam gdzie jest to konieczne – powinien towarzyszyć tekst.

# ROZDZIAŁ 18. ELEMENTY GRAFICZNE WYKORZYSTYWANE W INFOGRAFIKACH

Diagramy, wykresy, mapy, ikonki, ilustracje, zdjęcia – to elementy, dzięki którym można opowiadać historie w sposób wizualny. Warto podkreślić, że w infografikach nie są one wyłącznie dodatkiem, dekoracją, ale powinny nieść znaczenie i pomagać w wyjaśnianiu treści.

W tym rozdziale omówię poszczególne elementy graficzne, które wykorzystywane są w infografikach.

## TŁO

Tło jest powierzchnią, na której umieszcza się elementy infografiki – zarówno teksty, jak i grafiki. Czasami tło jest traktowane po macoszemu i nie przykłada się do niego wagi (w końcu to „tylko” tło). Otóż tło odgrywa ważną rolę – musi być dobrą oprawą tego, co chcemy pokazać.

Tło potrafi być problematyczne. Z jednej strony powinno być ciekawe i nadawać kontekst, z drugiej jednak strony nie może konkurować z informacjami i pozostałymi elementami graficznymi.

Tło infografiki może być jednolite lub z teksturą. Wszystko zależy od Twoich potrzeb, od Twojej marki i od charakteru infografiki.

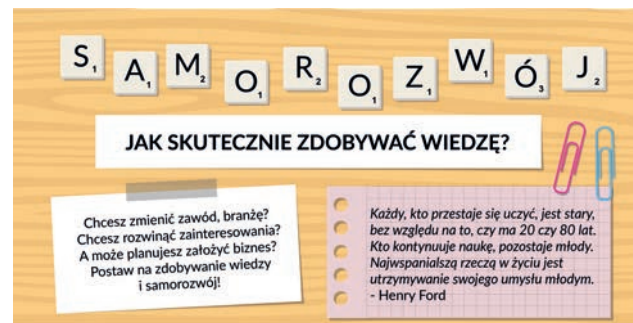
Tło jednolite to najczęściej po prostu jakiś kolor. Rzadko w swoich infografikach stosuję białe tło (chyba że jest taki wymóg lub zależy mi na bardzo minimalistycznym, spokojnym efekcie). Wiele stron internetowych ma białe tło i czasami nie chcę, aby infografika się z nią stapiała – chcę, aby miała wyraźnie zaznaczone granice. I tak naprawdę nie ma jakichś konkretnych ograniczeń co do kolorystyki tła. Nie ma przykazania, że musi to być jakiś spokojny, najlepiej pastelowy kolor. Bardzo często kolor tła wynika z całej palety kolorystycznej zastosowanej w infografice.

Czasami do tła możemy wykorzystać jakąś teksturę (wzór wielokrotnie powtórzony na powierzchni), niezbyt krzykliwą i niezbyt kontrastową. Ciekawym pomysłem jest stworzenie tła z fakturą. Takie tło nadaje trójwymiarowości oraz buduje kontekst, np. coś leży na stole (rysunek 18.1), coś wisi na tablicy korkowej (rysunek 18.2).

Warto unikać zbędnego przyozdabiania tła i zapychania go przypadkowymi elementami. Przede wszystkim dlatego, że tło nie może rozpraszać. Niech będzie możliwie czyste i nieskomplikowane. I co najważniejsze, powinien być zachowany odpowiedni kontrast kolorystyczny między tłem a elementami graficznymi znajdującymi się na infografice.



Rysunek 18.1. Fragment infografiki z fakturą w tle – tablica korkowa



Rysunek 18.2. Fragment infografiki z fakturą w tle – drewno/stół

## ILUSTRACJE I/LUB ZDJĘCIA

Jak widzisz, wrzuciłam ilustracje oraz zdjęcia do jednego worka. Z tego powodu, że właściwie ich funkcja na infografice jest bardzo podobna.

Jak już pisałam w rozdziale o stylach wizualnych (rozdział 11.), ilustracje mogą być tworzone komputerowo lub ręcznie (ja często wykonuję rysunki, które następnie obrabiam w programie graficznym). Ilustracje mogą być zarówno realistyczne, jak i przerysowane (w stylu komiksowym).



Rysunek 18.3.  
Ilustracja przedstawiająca to, czego nie widać

Zaletą ilustracji i ich przewagą nad zdjęciami jest to, że za pomocą ilustracji możemy przedstawić to, czego nie widać (rysunek 18.3). Na zdjęciach ciężko to przedstawić (chyba że postawimy na fotograficzny kolaż).

Zdjęcia natomiast mają przewagę nad ilustracjami z tego powodu, że są bardzo realistyczne, co może się liczyć, gdy wymogiem infografiki jest realizm, np. pokazujemy zdjęcia konkretnych produktów czy osób.

## Co jest ważne przy korzystaniu z ilustracji i zdjęć podczas projektowania infografiki?

### *Dobra jakość*

Materiały graficzne dobrej jakości będą świadczyły o profesjonalizmie całego projektu. Chodzi mi tutaj zarówno o dobrą jakość pod kątem wykonania (estetyka, przyjemne dla oka grafiki), jak i o jakość techniczną – dobra rozdzielczość i odpowiedni wymiar zdjęć czy ilustracji.

### *Oryginalność*

Co mam na myśli, pisząc oryginalne? Jest mnóstwo stron, gdzie wykupisz gotowe wysokiej jakości grafiki i zdjęcia. Jasne, możesz z nich skorzystać, musisz tylko zdawać sobie sprawę, że wtedy trudniej o oryginalność. Takie same grafiki mogą się powtarzać na innych projektach innych marek. Wszystko zależy od tego, jakie są Twoje priorytety.

Oryginalność zapewnią ilustracje stworzone samodzielnie lub zleczone rysownikowi czy ilustratorowi.

### *Charakter*

Ważne jest, aby dopasować charakter grafik do charakteru całej infografiki oraz do osób, do których kierujemy nasz



projekt. Należy się zastanowić, czy musimy zachować powagę, czy możemy pozwolić sobie na bardziej humorystyczne ilustracje i swobodny styl.

### Spójność

Również poszczególne grafiki wykorzystane w jednym projekcie powinny mieć taki sam charakter. Zachowujemy wtedy spójność (mam wrażenie, że się powtarzam z tą spójnością, ale jest ona bardzo ważna). Spójność najłatwiej uzyskać, określając jeden standard grafik wykorzystywanych w projektowaniu danej infografiki.

### Prawa autorskie

Jeśli korzystasz z płatnych lub darmowych baz zdjęć/grafik, upewnij się, że możesz je wykorzystać w zamierzony sposób. Na przykład niektóre licencje umożliwiają wykorzystanie grafik w druku, ale w ograniczonej ilości. Inne licencje zabraniają przekształcania swoich obrazów lub manipulowania nimi (nie można stworzyć fotograficznego kolażu). Nie będę podawała tutaj wszystkich licencji — zresztą bardzo często są one określone w miejscach, skąd pobieramy grafiki. Koniecznie sprawdź!

## IKONY GRAFICZNE

Ikonki (nie mylić z ikonami, czyli obrazami sakralnymi) to proste znaki graficzne niosące ze sobą konkretny przekaz, znaczenie.

Ikonki otaczają nas na co dzień, zarówno w sferze internetowej, komputerowej, jak i offline (rysunek 18.4). Są tak powszechne w naszym otoczeniu, że często nawet nie zdajemy sobie sprawy, jak bardzo nam ułatwiają życie.

Ikonkami można nazwać znaki drogowe. Ikonki zobaczysz, biorąc do ręki telefon. Klikasz odpowiednią ikonkę: kopertę, jeśli chcesz wysłać e-maila, aparat, jeśli chcesz zrobić zdjęcie, koło zębate, gdy chcesz zmienić ustawienia. Ikonki znajdziemy na stronach internetowych, w ofertach, czasami nawet w CV.

Doskonale zaprojektowane ikonki przekraczają bariery językowe i kulturowe. Gdy przebywamy za granicą, często pomagają nam w znalezieniu odpowiednich miejsc (takich jak: toaleta damska/męska, apteka, szpital itp.).

Ikonki pozwalają na szybką komunikację. Z reguły do dobrze zaprojektowanych ikonek nie potrzeba słownych wyjaśnień. Są też sytuacje, gdzie bez problemu można używać ikonki zamiast słów. Zazwyczaj



Rysunek 18.4.

Ikonki w codziennym życiu. Źródło: Shutterstock

### CIEKAWOSTKA!

Projektowanie i wykorzystywanie ikonki w projektach wywodzi się z dziedziny zwanej semiologią (nazwa ta funkcjonuje w Europie, natomiast w Stanach Zjednoczonych nosi nazwę semiotyka). Semiologia ma swoją etymologię w greckich słowach: *sémeion* — znak oraz *lógos* — rozum, traktat, nauka. Czym zajmuje się semiologia? Badaniem tego, w jaki sposób ikonka, symbol, piktogram nabierają znaczenia w konkretnym otoczeniu i dla danej społeczności. Semiologia bada też to, w jaki sposób przypisujemy znaczenie i nadajemy sens temu, co postrzegamy. Podwaliny pod tę dyscyplinę położyli językoznawca — Ferdinand de Saussure oraz filozof — Charles Sanders Peirce\*.

\* Elena González-Miranda, Tania Quindós, *Projektowanie ikon i piktogramów*, d2d, Kraków 2016.

jednak ikonki po prostu wspierają przekaz słowny.

Ikonki wykorzystywane są również w infografikach. Niektóre komunikaty słowne warto zastąpić lub wzmocnić ikonką. Ikonki mają też aspekt estetyczny. Przyciągają uwagę oraz pomagają w zbudowaniu pożądanego wizerunku.

### Rodzaje ikon graficznych

Pewnie Cię nie zaskoczę, mówiąc, że jest wiele różnych rodzajów ikonek... Mogą różnić się one stylem wizualnym, szczegółowością czy kształtem. Mam dla Ciebie mały przewodnik po ikonkach (rysunek 18.5).

**Podział ikonek ze względu na zastosowanie koloru:**

- jedna barwa – ikonka wykonana za pomocą wyłącznie jednego koloru,
- dwie barwy – ikonka wykonana za pomocą dwóch kolorów,
- kilka barw – ikonka wykonana z użyciem wielu kolorów, takie ikonki posiadają bardzo często cieniowanie i gradienty.



Rysunek 18.5.  
Rodzaje ikon graficznych

**Podział ikonek ze względu na ich szczegółowość:**

- realistyczne,
- uproszczone,
- symboliczne.

**Podział ikonek ze względu na sposób wykonania:**

- *flat* – ikonka jest wykonana minimalistycznie, bez cieniowania, tekstur, gradientów;
- *doodle, handdrawn* – ikonki wykonane tak, aby wyglądały na rysowane odręcznie;
- fotorealistyczne – ikonka jest wykonana realistycznie, posiada mnóstwo detali i cieniowanie;
- *outline* – ikonka utworzona z konturów;
- *filledoutline* – wypełniony kontur, ale bez użycia cieni i gradientów.

**Podział ikonek ze względu na ich kształt:**

- koło,
- kwadrat,
- kwadrat z zaokrąglonymi narożnikami.





# PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —

1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

**Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!**

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA  
**Helion**

# INFO

Sztuka atrakcyjnego przeze



## INFOGRAFIKA

to wizualna forma przedstawiania informacji. W infografice tekst i obraz przenikają się i uzupełniają.

### Cele tworzenia infografik:

- większa czytelność prezentowanych treści
- łatwiejsza przyswajalność informacji
- większa zapamiętywalność prezentowanych danych
- walor estetyczny!

### Małgorzata Zimniak-Rucińska

— projektantka infografik i ilustratorka. Z artystycznym zacięciem tworzy pomysły infografiki, które następnie są licznie udostępniane w internecie. Od 2011 r. pracuje jako freelancerka. Tworzyła infografiki m.in. dla Onetu, Onepressu, e-point SA, Kontrakt OSH, Time for Wax.

### Ważne podczas projektowania infografiki:

- \* odpowiednia selekcja informacji
- \* zredagowanie tekstu (skrócenie!)
- \* określenie, jak przekaz ma zadziałać na odbiorcę
- \* przyjęcie jednolitego stylu graficznego
- \* zachowanie spójności z wizualnymi cechami marki lub firmy

### Infografika jest użyteczna między innymi:

- \* w internecie (media społecznościowe, strony WWW)
- \* w raportach i prezentacjach
- \* w komunikacji marki
- \* w publikacjach popularnonaukowych

Jak zaprojektować i przygotować skuteczną infografikę?

Tego dowiesz się z książki!

onepress

Księgarnia internetowa:  
<http://onepress.pl>

HELION SA  
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice  
tel.: 32 230 98 63  
onepress@onepress.pl

Sprawdź nasze szkolenia!



[www.szkolenia.helion.pl](http://www.szkolenia.helion.pl)

ebook dostępny wyłącznie na:  
ebookpoint<sup>PL</sup>



ISBN 978-83-283-4282-8



9 788328 342828

książkiklasybusiness

Cena: 39,90 zł