

Meer dan een mooi plaatje

Interview Paul van Elk over het maken van infographics

Het belang van beeldtaal groeit. Steeds meer organisaties omarmen dan ook de infographic als communicatiemiddel. Maar wat maakt een goede infographic? Hoe zorg je als communicatieprofessional voor een solide briefing? En waar liggen de valkuilen? Infographicmaker Paul van Elk deelt zijn inzichten.

Eén beeld zegt meer dan duizend woorden, zo luidt het gezegde. Volgens ontwerper Paul van Elk geeft die uitdrukking precies weer waar de uitdaging ligt bij het maken van een infographic. Want een infographic mag dan wel veelzeggend zijn, maar niet multi-interpretabel. "Een infographic mag maar op één manier worden uitgelegd", geeft Van Elk aan. "Je hebt hele mooie infographics die er weliswaar prachtig uitzien, maar waarbij de informatie uiteindelijk toch niet overkomt. Dat wordt in het vakgebied ook wel een 'inforgasme' genoemd, en is de reden waarom ik heel erg in minimalistische vormgeving geloof. Je bent als ontwerper van infographics niet per se bezig om iets moois te maken, maar om informatie over te brengen. Daar moet het om gaan. De kern weergeven, en vooral niet in details verzanden."

Dat kan voor opdrachtgevers wel eens lastig zijn, weet Van Elk uit ervaring. Hij werkte lange tijd als adviseur bij de gemeente Amsterdam. En dus werd er, zoals het gaat, veel geschreven aan rapporten en notities. "Vervolgens gingen de discussies vaak over de punten en komma's, en niet over de essentie. Mede uit frustratie ben ik toen op zoek gegaan naar andere manieren om te communiceren." Hij volgde een extra opleiding en specialiseerde zich in het maken van infographics. Inmiddels ontwerpt Van Elk deze fulltime als freelancer, voor opdrachtgevers die variëren van de Nederlandse Bank en diverse ministeries tot onderwijsinstellingen en een advocatenkantoor.

Hoe complexer de materie waarmee opdrachtgevers te maken hebben, hoe groter de uitdaging voor de ontwerper. Die is dan niet alleen uitvoerder, maar vooral ook adviseur. "Bij veel beleidsadviseurs- en strategen draait hun werk juist om het complexe, om de duivel in de details", weet Van Elk. "Maar je moet toch echt keuzes maken om tot een behapbare infographic te komen. Ik zie dat soort klussen vooral als co-creatie. Waarbij mijn rol die van de intelligente leek is die domme vragen mag stellen en de opdrachtgever zo helpt om tot de kern te komen."

Tegelijkertijd helpt het niet als opdrachtgevers de verleiding om op de stoel van de ontwerper te gaan zitten, niet weten te weerstaan. "Dat is wel eens lastig", geeft Van Elk toe. "Soms komen opdrachtgevers naar me toe die al heel duidelijk een metafoor in hun hoofd hebben. 'Dit project kan je mooi als een raket of een ruimteschip verbeelden', hoor je dan. De praktijk leert echter dat zo'n metafoor als startpunt meestal niet werkt. Je kan er best veel in kwijt, maar vaak wordt het op enig moment te geforceerd. Door zo'n vastomlijnd beeld als startpunt te nemen, pak je het proces eigenlijk precies verkeerd om aan."

'No info, no graphic'

Wat is dan wel de juiste volgorde? Alles staat of valt bij de informatie, hoe logisch dat ook mag klinken. 'No info, no graphic', zo maant de spreuk die Van Elk eens op een krantenredactie zag hangen. Een infographic is volgens hem meer dan een mooi plaatje, en lang niet altijd het juiste communicatiemiddel. "Soms is een notitie of een rapport gewoon afdoende. Is de informatie wel geschikt én compleet? Dan is het zaak om te bepalen welk verhaal er in die informatie besloten zit. Vervolgens beslis je samen op wat voor manier je met de infographic de doelgroep wil activeren. Pas dán begint het ontwerpen eigenlijk. En komen afwegingen als de juiste verhouding tussen tekst en beeld (20-80, volgens Van Elk) om de hoek kijken."

Communicatieprofessionals die zich verder in infographics willen verdiepen, kunnen op veel manieren inspiratie opdoen. "Blijf vooral goed om je heen kijken", adviseert Van Elk. "Of het nu gaat om de plattegrond van de metro of een handleiding bij een IKEA-pakket: design dat erop gericht is om informatie over te brengen zie je overal." Daarnaast bestaan er diverse korte en langere opleidingen en worden ook in Nederland met enige regelmaat congressen en festivals georganiseerd die interessant kunnen zijn. Zoals het tweejaarlijkse festival Graphic Matters dat vanaf eind september zo'n maand lang in Breda neerstrijkt.

Bovenal ziet Van Elk dat geïnteresseerde communicatieprofessionals zich ook binnen hun huidige functie al kunnen trainen. "Ik geef zelf een tweedaagse cursus voor infographicmakers en andere professioneel geïnteresseerden. Hierbij komen zowel inhoud als vorm aan bod. En gaat het uiteindelijk om twee vragen. Eén: hoe weet je vanuit de inhoud de essentie te pakken? En twee: hoe beeld je die vervolgens uit?", zegt Van Elk. Een communicatieadviseur die wel eens een briefing voor een ontwerpers maakt, kan op dat eerste gebied soms nog wel wat stappen zetten. "Probeer zo dicht mogelijk bij de inhoud te blijven en van daaruit een scherpe briefing voor de designer of infographicmaker op te stellen. Dan heb je het belangrijkste gedeelte al te pakken."

Een dergelijke manier van denken en doen gaat in de toekomst steeds vaker van pas komen, zo vermoedt Van Elk. Hij ziet visuele communicatie de komende jaren namelijk nóg belangrijker worden. "Ik vind het heel gaaf om te zien dat visualisatie een alsmaar grotere rol gaat spelen, zoals je onder meer merkt door de ontwikkeling van iets als zakelijk tekenen. Het wordt een steeds groter onderdeel van het standaard kantoorwerk en is daarmee een verrijking voor de communicatieprofessional."

Inspiratietips voor infographics

Pinterest, Instagram of gespecialiseerde sites als www.visualoop.com

Nederlandse en buitenlandse (o.a. Amerikaanse) media

Wissen in Bildern (Serie van het Duitse dagblad Die Zeit)

Javier Errea – Visual Journalism (2017)

Manuel Lima – The Book of Trees (2014)

David McCandless – Information is Beautiful (2009)

David McCandless – Knowledge is Beautiful (2014)

Sandra Rendgren – Information Graphics (2012)

Sandra Rendgren – Understanding the World: The Atlas of Infographics (2014)

Meer informatie

www.paulvanelk.amsterdam

m. 06 19 35 22 67