



Infografikens riktlinjer

Att identifiera problem i befintlig
infografik och förbättra den

Maria Bussman

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Mediekultur – Online Media
Identifikationsnummer:	7040
Författare:	Maria Bussman
Arbetets namn:	Infografikens riktlinjer – Att identifiera problem i befintlig infografik och förbättra den
Handledare (Arcada):	Jutta Törnqvist
Uppdragsgivare:	Arcada
<p>Sammandrag:</p> <p>Examensarbetet är en produktutveckling av en infograf som baserar sig på ett beställningsarbete jag gjort åt Arcada. Arbetet presenterar och analyserar utvecklingen av sidan som handlar om året 2017 i ett nötskal på Arcada. Syftet med examensarbetet är att hitta och identifiera problematik i den befintliga infografiken och utifrån dem utveckla riktlinjer som används som verktyg i utformningen av den nya infografiken. Arbetet kommer endast handla om infografik, vilket betyder att läsaren bör ha förkunskap inom grafisk design. Arbetet kommer att besvara två huvudsakliga frågor som leder till analysen och som besvaras med hjälp av analysen. Materialet baserar sig på grunderna för hur man skapar en lyckad infograf och hur man skapar en visuell presentation av komplex information. Med hjälp av materialet kommer det vara möjligt att skapa en ny version av infografiken som lever upp till de krav som finns. Metoderna som används i undersökningen är practice-based research (praktikbaserad forskning) och bildanalys, som ansågs vara det lämpligaste tillvägagångssättet med tanke på målsättningen och syftet för arbetet. Krum's bok är den mest omfattande källan som används i arbetet, den behandlar hur man bäst fokuserar på att förbättra innehållet och strukturen i en infograf. Resultatet av produktutvecklingen blev en fungerande infograf som åtgärdade de största problemen och bristerna. Arbetet i sig presenterade metoder för identifiering av möjliga fel i en befintlig infograf och riktlinjer för att tillrättalägga problemen.</p>	
Nyckelord:	Arcada, infografik, riktlinjer, utformning, bildanalys, årsberättelse
Sidantal:	54
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	29.5.2019

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Media Culture – Online Media
Identification number:	7040
Author:	Maria Bussman
Title:	Infographics guidelines – To identify problems in an existing infographic and redesign it
Supervisor (Arcada):	Jutta Törnqvist
Commissioned by:	Arcada
<p>Abstract:</p> <p>This degree thesis is a product development of an infograph that is based on a commission work I made to Arcada. The work presents and analyzes the development of the page that is about the year of 2017 in a nutshell at Arcada. The purpose of the thesis is to find and identify problems in the existing infograph and, based on them, develop guidelines that are used as tools when designing the new infographic. The work will only be about infographics, which means that the reader should have prior knowledge of graphic design. The work will answer two main questions that lead to the analysis and which will be answered with the help of the analysis. The material is based on the basics of how to create a successful infographic and how to create a visual presentation of complex information. With the help of the material, it will be possible to create a new version of the infographic that lives up to the requirements that exists. The methods used in the study are practice-based research and image analysis, which were considered to be the most appropriate approach in view of the goal and purpose of the work. Krum's book is the most comprehensive source used in the work, it deals with how best to focus on improving the content and structure of an infographic. The result of the product development became a functional infographic that addressed the biggest problems and flaws. The work itself presented methods for identifying possible errors in an existing infographic and guidelines to correct the problems.</p>	
Keywords:	Arcada, infographics, guidelines, configuration, image analysis, annual report
Number of pages:	54
Language:	Swedish
Date of acceptance:	29.5.2019

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma:	Mediakulttuuri – Verkkomedia
Tunnistenumero:	7040
Tekijä:	Maria Bussman
Työn nimi:	Infografiikan suuntaviivat – Tunnistaa olemassa olevat ongelmat infografiikassa ja parantaa sitä
Työn ohjaaja (Arcada):	Jutta Törnqvist
Toimeksiantaja:	Arcada
<p>Tiivistelmä:</p> <p>Opinnäytetyö on tuotekehitys infografiikasta, joka perustuu Arcadalle tehtyyn tilaustyöhön. Työ esittelee ja analysoi sivun kehitystä joka kertoo vuodesta 2017 pähkinäkuoressa Arcadassa. Opinnäytetyön tarkoituksena on löytää ja tunnistaa olemassa olevat ongelmat nykyisessä infografiikassa ja niistä kehittää suuntaviivat jotka voi käyttää työkaluna uuden infografiikan suunnittelussa. Työ tulee ainoastaan käsitellä infografiikkaa, mikä tarkoittaa, että lukijalla on oltava tietoa graafisesta suunnittelusta. Työ tulee vastaamaan kahteen pääkysymykseen, jotka johtavat analyysiin ja joihin vastataan analyysin avulla. Materiaali perustuu onnistuneen infografiikan luomiseen ja siihen, miten luoda visuaalinen esitys monimutkaisista tiedoista. Materiaalin avulla on mahdollista luoda uusi infografiikka-versio, joka täyttää olemassa olevat vaatimukset. Tutkimuksessa käytetyt menetelmät ovat practice-based research (käytännönläheinen tutkimus) ja kuva-analyysi, joita pidettiin sopivimpana lähestymistapana työn tavoitteen ja tarkoituksen kannalta. Krumin kirja on työn kattavin lähde ja siinä käsitellään, miten parhaiten voi keskittyä sisällön parantamiseen ja sen rakenteeseen. Tulos tuotekehityksestä tuli toimiva infografiikka joka korjasi isoimmat ongelmat ja puutteet. Työssä esitettiin menetelmiä mahdollisten virheiden tunnistamiseksi nykyisessä infografiikassa ja ohjeita ongelmien korjaamiseksi.</p>	
Avainsanat:	Arcada, infografiikka, suuntaviivat, suunnittelu, kuvien analysointi, vuosikertomus
Sivumäärä:	54
Kieli:	Ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	29.5.2019

INNEHÅLL

1	Introduktion	8
1.1	Bakgrund	9
1.2	Syfte, mål och frågeställning	9
1.2.1	<i>Forskningsfrågor</i>	10
1.3	Avgränsning.....	10
1.4	Teoretisk referensram	11
1.5	Metod.....	11
1.6	Definitioner	12
1.7	Struktur	13
1.8	Etik.....	13
2	Informationsgrafik.....	14
2.1	Formgivning av infografik	15
2.1.1	<i>Noggrannhet</i>	15
2.1.2	<i>Välj ett bra ämne</i>	15
2.1.3	<i>Sök efter kända tekniker</i>	16
2.1.4	<i>Fokusera på huvudbudskapet</i>	16
2.1.5	<i>Visualisera när möjligt</i>	16
2.1.6	<i>Minimera text</i>	17
2.1.7	<i>Eliminera diagramlegenden</i>	18
2.1.8	<i>Var datatransparant</i>	19
2.1.9	<i>Det finstilla</i>	19
2.2	Grundelement i infografik	20
2.2.1	<i>Färger</i>	20
2.2.2	<i>Typsnitt</i>	21
2.2.3	<i>Ikoner</i>	22
2.2.4	<i>Bilder</i>	23
2.3	Olika typer av infografiklayouts.....	24
2.3.1	<i>Informativ infografik</i>	25
2.3.2	<i>Tidslinje infografik</i>	26
2.3.3	<i>Statistik infografik</i>	27
2.3.4	<i>Geografisk infografik</i>	28
2.3.5	<i>'How to' infografik</i>	29
2.3.6	<i>Process infografik</i>	30
2.3.7	<i>Jämförelse infografik</i>	31

2.3.8	CV infografik	31
2.4	Verktyg för skapande.....	33
3	Metod.....	33
3.1	Forskningsstrategi	33
3.2	Analysmetod.....	34
4	Genomförande.....	35
4.1	Utvärdering av den befintliga informationsgrafiken	35
5	Resultatredovisning och analys	40
5.1	Ett misslyckande.....	40
5.2	Utformning av den nya infografen	41
5.3	Utveckling av de olika delarna i infografen	43
6	Diskussion och slutsatser.....	50
Källor	53

Figurer

Figur 1. Datavisualisering gjort rätt vs. fel med enbart text.	17
Figur 2. Exempel på diagramlegenden och där den är eliminerad.	18
Figur 3. En bild på hur färger ska användas i en infograf.	21
Figur 4. Alla fonter ska vara läsbara och lämpliga för det som kommuniceras.	22
Figur 5. Ikoner ska vara enkla, lätta att förstå och universella.	23
Figur 6. Bilden visar hur man ska använda bilder på rätt sätt i en infograf.	24
Figur 7. Ett exempel på en informativ infograf. (McGuire 2018).....	25
Figur 8. Exempel på tidslinje infograf. (McGuire 2018).....	26
Figur 9. Exempel på en statistik infograf.	27
Figur 10. En geografisk infograf med sex stater och vad de är mest kända för.	28
Figur 11. 'How To' infografik om att skriva ett övertygande e-postmeddelande.	29
Figur 12. Exempel på en process infograf där stegen i en produktdesign förklaras.....	30
Figur 13. Jämförelse infograf uppdelad i fyra delar som jämför kundresor.....	31
Figur 14. Exempel på CV infograf.	32
Figur 15. Arcadas färger i deras grafiska manual.....	35
Figur 16. Första utkastet av infografen.....	36
Figur 17. Andra versionen av infografen efter feedback.....	36
Figur 18. Den misslyckade infografen enligt de framtagna riktlinjerna.....	41
Figur 19. De tidigare versionerna av antal utexaminerade.....	43
Figur 20. Slutgiltiga versionen av antal utexaminerade.	44
Figur 21. De tidigare versionerna av gemensamma ansökan.	44
Figur 22. Slutgiltiga versionen av gemensamma ansökan.	44
Figur 23. De tidigare versionerna av studiepoäng.	45
Figur 24. Slutgiltiga versionen av studiepoäng.	45
Figur 25. De tidigare versionerna av examensstudenter.....	46
Figur 26. Slutgiltiga versionen av examensstudenter.....	46
Figur 27. De tidigare versionerna av medarbetare.	47
Figur 28. Slutgiltiga versionen av medarbetare.....	47
Figur 29. De tidigare versionerna av omsättningen.....	48
Figur 30. Slutgiltiga versionen av omsättningen.....	48
Figur 31. Den slutliga versionen av infografen.	49

1 INTRODUKTION

Examensarbetet baserar sig på ett beställningsarbete jag blivit tilldelad av Yrkeshögskolan Arcada. Min uppgift har varit att grafiskt utforma en årsberättelse åt dem i både print- och webbversion. I examensarbetet presenteras och analyseras en sida av arbetet som innehåller infografiska element. Utifrån nya riktlinjer designas sidan om för att förbättra läsbarheten och uppfylla kraven det finns gällande informationsgrafik. Arbetet är främst riktat till sådana som redan är insatta i grafisk design och kan grunderna i infografik.

Grafisk design är något jag undermedvetet varit intresserad av sedan liten. Jag ville gärna göra något i mitt examensarbete jag kände mig familjär med och kan utnyttja, men samtidigt kunna utmana mig själv på något plan jag inte känner till så väl. Ett område jag inte visste så väl till inom grafisk design är informationsgrafik eller infografik som man även kan kalla det och har därför medvetet valt att endast fokusera mig på det i arbetet, det jag önskar säga med detta är att forskningen kräver en del förkunskap för att förstå alla aspekter.

Informationsgrafik finns runt omkring oss vart vi än går, men ändå tänker vi aldrig på att det finns. Det fungerar som en sorts karta som vägleder läsarens tankegång till en viss destination. Viktigt att tänka på är att infografiken aldrig finns där för att se fin ut, utan för att göra svårförklarade saker lättare att förstå. (Heittola 2017, Medarbetarwebben 2018). Infografik för mig handlar om att använda sig av ett visuellt berättande för att förenkla och förtydliga information. Bilder upplevs mera universella och kan förklara saker på ett sätt som text inte klarar av. Det finns flera exempel på infografik i vardagen, ett exempel är linjenätet för kollektivtrafiken vilket är en grov förenkling av en geografisk karta, men användbar för målgruppen, ett annat exempel är då vi passerar en vägskylt på landsvägen där det står 80km/h, vet vi exakt vad det betyder och hur vi ska ändra på hastigheten (Österhof 2016).

1.1 Bakgrund

Yrkeshögskolan Arcada Ab inrättades 1996 och blev beviljad yrkeshögskolestatus 1998 av undervisnings- och kulturministeriet. Idag är Arcada en modern skola med cirka 2700 studeranden och 200 anställda. Det finns totalt 17 bachelor-utbildningar på både svenska och engelska samt 10 masterutbildningar på fem olika institutioner. (Arcada 2018)

Genom processen har jag hållit tät kontakt med Gunilla Sjöberg, dåvarande kommunikationschef samt Mikael Wacklin, marknadsföringschef för att få riktlinjer och godkännande av grafiken. Arcadas grafiska manual ligger som grund för projektets design och därifrån har några primärfärger, såsom turkos, lila och blå valts för årsberättelsen. Arbetet har publicerats på Arcadas årsberättelse sida där även printversionen finns tillgänglig.

1.2 Syfte, mål och frågeställning

Syftet med examensarbetet är att hitta och identifiera problematik i den befintliga infografiken som gjorts åt Arcada. Efter att ha identifierat problematiken och hittat riktlinjer kommer informationsgrafiken designas om, för att leva upp till de krav som finns.

Målet med undersökningen är att skapa en ny version av infografiken som är gjord enligt riktlinjerna i kapitel 2. Undersökningen kommer i första hand att handla om informationsgrafik, varför just infografik heter infografik och inte något annat, olika typer av infografik, det visuella av infografik och vad som är viktigt att tänka på och vilka riktlinjer som ska följas då infografik skapas.

För att kunna designa om den befintliga infografiken är jag först tvungen att ta reda på vad som anses problematiskt och bristfälligt i den nuvarande infografiken. Sedan måste jag kartlägga riktlinjerna, identifiera dem och hur de ska tas i beaktande då grafiken designas om.

Undersökningen görs så här i efterhand då tiden kom emot under själva projektets gång. Jag anser ändå att det är relevant att göra om designen för att få infografiken gjord på rätt sätt, vilket är viktigt för mig med tanke på utvecklandet av mig själv. Infografik har även blivit mer populärt under de senaste åren, främst för att stora ensembler kan vara svåra att förstå, men genom ett enkelt och intressant sätt kan presenteras som infografik och lämna djupa spår i minnet (Heittola 2017).

Det konkreta resultatet som förväntas av arbetet är bland annat en fungerande infograf och ökad kännedom om infografik. Dessutom förväntar jag lära mig varför människor föredrar att läsa informationsgrafik istället för långa textparagrafer.

1.2.1 Forskningsfrågor

Undersökningen kommer att besvara två huvudsakliga forskningsfrågor, den förstnämnda frågan kommer att leda till analysen medan den andra frågan kommer att besvaras med hjälp av analysen.

Med vilka metoder kan jag identifiera informationsgrafikens största problem och brister?

Vilka riktlinjer bör följas för utformandet av den nya informationsgrafiken för att tillräta lägga de upptäckta bristerna i syfte att förbättra läsbarheten?

1.3 Avgränsning

Jag har avgränsat undersökningen genom att endast analysera den sidan ur arbetet som innehåller informationsgrafik. Det finns inte ett behov av att analysera andra sidor av arbetet eftersom de sidorna är enbart uppbyggda av text och bild. Jag ämnar inte undersöka alla metoder för utvärderingen av hur man skapar informationsgrafik utan kommer istället att fokusera på de riktlinjer som finns angående formgivningen av den.

Infografiken kommer inte heller att testas på personer, dels för att den har gjorts i några versioner och jag anser att teorin kommer att inneha tillräckligt med information av personer som är experter inom området. Informationen kommer att ge mig tillräckligt med hjälp av deras metoder som fungerar som ett analysverktyg för den befintliga infografen.

1.4 Teoretisk referensram

De första infografer som gjordes var grottmålningar för 32 000 år sedan, efterföljt av hieroglyfer. Den modernare historien om infografik börjar från William Playfair, som är en av de första som uppfann och publicerade i början av 1750 en serie av linjediagram, stapeldiagram och cirkeldiagram. Man kan nästan säga att detta är grunden till all infografik som skapas idag, alla hans prototypiska former av infografik är universella och ger oss en möjlighet att visuellt visa komplex information vid ett ögonkast. (Campbell-Dollaghan 2013, Visually 2018)

Den röda tråden genomgående i litteraturen om informationsgrafik är text och bild som är djupt integrerade i varandra som skapar en visuell kommunikation. En slags journalistisk kombination av text och bild, i syfte att förmedla information och skapa förståelse för komplicerade begrepp och händelser. (Bergström 2001)

Genom att använda mig av grunderna i hur man skapar infografik och fläta ihop texten med bilderna och skapa en visuell presentation av komplex information kommer jag lyckas med att skapa infografik rätt och på så sätt kunna knyta ihop det visuella med det som skrivits tidigare om dess uppbyggnad både visuellt och tekniskt.

1.5 Metod

Metoderna som valts för undersökningen är practice-based research (hädanefter praktikbaserad forskning) och bildanalys. Då jag valde metoderna ansåg jag att de var det lämpligaste tillvägagångssättet med tanke på undersökningens målsättning och syfte.

Candy (2006) beskriver praktikbaserad forskning som en undersökning som åtas för att få ny kunskap delvis med hjälp av det praktiska arbetet och resultatet av det praktiska arbetet, vilket är precis det jag ämnar i min undersökning där den huvudsakliga vikten ligger, på det praktiska arbetet.

Bildanalysen är bilder och visuella uttryck vi möter dagligen i bland annat tidningar. Visuella element bygger sig på sådant vi lärt oss tolka som något specifikt. För att vi ska kunna göra en tolkning då vi läser bilder finns det sociala och kulturella konventioner och symboler i kulturen vi använder oss av (Ekström & Larsson 2010). Denna metod anses lämplig eftersom den befintliga infografiken måste analyseras för att kunna designa om det och analysera slutprodukten. Genom att granska liknande material är förhoppningen att finna styrkor och slutsatser som kan tillämpas vid bildskapandet av den egna produktionen. En djupare genomgång av metoderna finns i kapitel 3.

1.6 Definitioner

Förutom begreppet informationsgrafik som har den centrala rollen i detta arbete, som närmare beskrivs i teorikapitlet kommer det även att användas en del andra begrepp.

Designa om

Att designa om är en plan för att göra ändringar i strukturen för att bättre tjäna syftet än den ursprungliga designen. Ordet kommer att beskriva utformning av en ny informationsgrafik.

Läsbarhet

Med läsbarhet syftas hur en optimal mängd information presenteras på sidan och på vilket sätt.

Riktlinjer

Med riktlinjer syftas det på vägledning, direktiv och regler om hur något ska göras på rätt sätt enligt de teorier som finns om ämnet.

1.7 Struktur

Efter den här introduktionen kommer strukturen för arbetet se ut enligt följande. I andra kapitlet förklarar jag ingående formgivningen av infografik, grundelement i infografik, olika sorts typer av infografik och slutligen berättar jag kort om verktyg man kan använda sig av för att utforma infografik.

I tredje kapitlet förklaras ingående metoderna som använts i arbetet.

I fjärde kapitlet utvärderas den befintliga infografiken och problemen i den.

I femte kapitlet tas det fram riktlinjer som följs för utformningen av den nya infografiken. Efter det går det igenom hur grafiken ändrats genom processen och slutligen presenteras resultatet av den nya infografiken. Här framkommer även en analys om hur bra eller dålig slutprodukten blev och ifall den följde alla riktlinjer.

I sjätte kapitlet sammanfattar jag arbetet och analyserar hur forskningsfrågorna besvarats. Arbetsprocessen reflekteras över och vi ser över hur forskningen i sin helhet lyckats eller misslyckats. Examensarbetet avrundas slutligen med slutsatser och diskuterar arbetets och forskningens styrkor och svagheter. Här besvaras även forskningsfrågan.

1.8 Etik

För att försäkra mig om att undersökningen kommer att vara etisk kommer jag att se till att de infografiska bilderna inte kommer att kännas stötande för tittaren. Genom att applicera journalistens etiska etikett börjar en infograf med bra data. Även om skaparen inte är journalist måste informationen presenteras etiskt för att bevara trovärdigheten hos publiken. Med andra ord att handlar det om att inte använda Wikipedia och bloggar som källa och inte förvränga data med bilder. Eftersom infografik varken är illustrationer eller ”konst”, utan visuell journalistik, måste det regleras av samma etiska normer som gäller för andra områden inom yrket. (Shur 2011, So 2012)

2 INFORMATIONSGRAFIK

En viktig del att förstå är informationsgrafikens betydelse för hur man förmedlar ett specifikt meddelande i integration av text, bilder och grafisk design till en fungerande helhet med tanke på examensarbetets syfte. Termen informationsgrafik, infografik och infograf är ord som kommer att användas genomgående i hela forskningen och alla tre betyder i stort sett samma sak, alla tre används för att få en mer varierad text.

I tusentals år har människor ritat bilder för att kommunicera med andra, från piktogram på grottväggar till egyptiska hieroglyfer. Människor älskar att använda bilder som en kommunikationsmetod för att berätta historier, eftersom det är hårdkodat i människohjärnan. Ursprungligen har frasen informationsgrafik, infografik varit en term som använts i produktionen av grafik för tidningar och tidskrifter. Idag har ordet utvecklats för att inkludera en ny definition som betyder större grafiska element i kombination med visualiseringar, illustrationer, text och bilder som berättar en hel historia. Ändamålet kan kategoriseras i tre och samma mål som att tala inför publik: att informera, underhålla eller övertyga publiken. (Krum 2014)

Det finns inte en berättelse som inte kan berättas med en bra infograf. Enligt IBM läses en infograf med 30 gånger större sannolikhet än text (Krystian 2017). Informationsgrafik hjälper läsaren att uppfatta i ett ögonblick, det som är omöjligt att förklara med ord (Heittola 2017). Det är ett effektivt, mångsidigt sätt att uttrycka komplex information genom att ge kontext och mening (Boynton 2015).

Bra informationsdesign går delvis ut på att skapa information rent visuellt och att uttrycka innehållet så enkelt som möjligt. Informationsdesign går ut på att utforma information så att den blir snabbt begriplig för läsaren utan att hen känner sig ansträngd eller tveksam. De mest väsentliga delarna ska vara lätta att uppfatta och de mindre viktiga delarna mindre framträdande. Genom att prioritera, gruppera, etikettera och rubricera informationen gör man den lättförstådd för läsaren. (Söderström 2018)

2.1 Formgivning av infografik

Infografik är svårare att designa än vad man tror, det finns tusentals dåliga infografer på nätet eftersom designern har ignorerat en eller flera av reglerna. Följande del av kapitlet är tips och taktik för designers som vill skapa infografik som är bättre och som främst fokuserar sig på att förbättra innehållet och strukturen av en infograf. (Krum 2014)

Det är viktigt att tänka på publiken som ska läsa infografen. Ett diagram utformat för en PowerPoint-presentation ska vara simpel, att tillägga massvis med detaljer leder till att endast de personer som sitter på första raden kan läsa det. Om designen av infografen istället är en plansch kan man givetvis inkludera mer detaljer. (Yau 2011)

2.1.1 Noggrannhet

Noggrannhet är den viktigaste aspekten av infografik, allt annat är sekundärt. Datavisualiseringen måste matcha siffrorna. Makten med infografik fungerar båda vägarna och kan göra skaparen illa om informationen är fel. Förmågan att kommunicera med information till publiken med en klar visualisering kan demonstrera expertisen i ämnet, öka kredibilitet och hjälpa publiken att komma ihåg meddelandet. Att få datavisualiseringen fel kan döda kredibiliteten fort och demonstrera bristen på expertis inom ämnet. Läsaren antar detta eftersom datavisualiseringen var fel och resten av budskapet också är ifrågasättande. Cirkeldiagram använder sig av vinklar för att indikera ett värde, summan av värdet i ett cirkeldiagram är alltid 100 procent. Detta är en ganska så självklar sak, men det gäller att vara noga då det är lätt att stöka till det. Att inte vara tillräckligt uppmärksam är misstaget lätt skett och när det händer är människor snabba med att påpeka det. (Krum 2014, Yau 2011)

2.1.2 Välj ett bra ämne

Det kanske är självklart men många har problem att hitta ett bra ämne. Bra infografik måste vara intressant eftersom läsare inte vill öda tid på irrelevanta ämnen. Idealt ska ett bra ämne för en infograf fokusera sig på något nytt som sen tidigare är okänd

information relaterat till ett ämne läsaren är intresserad av. Om informationen är något överraskande och oväntad för läsaren gör det saken ännu bättre. (Krum 2014)

2.1.3 Sök efter kända tekniker

Eftersom mer och mer infografer blir publicerade på nätet är det rätt så troligt att designen relaterad till ämnet som valts existerar. Huvudsyftet att söka efter kända tekniker är att se till att inte själv göra exakt samma slags infografik som redan blivit gjord. Infografiken ska helst vara unik och det lönar sig även att inte använda sig av liknande illustrationer eller färger som använts i dessa infografer. (Krum 2014)

2.1.4 Fokusera på huvudbudskapet

Huvudbudskapet är den primära informationen läsaren ska förstå och komma ihåg efter att ha läst infografen. Utmaningen är att göra infografiken lätt att förstå och inkludera data och information som behövs och stödjer huvudbudskapet men eliminera allt annat. Om designen innehåller för mycket information eller inte har ett klart budskap blir det stökigt för läsaren. När detta händer ger oftast läsaren upp och sätter inte ner mera tid och fundera ut budskapet. Tumregeln är att designen ska klart kommunicera huvudbudskapet till läsaren på mindre än fem sekunder, detta är fem sekunders regeln. Ett annat sätt att närma sig denna idé är att fokusera all information i infografiken och hellre berätta en historia jättebra och inte försöka berätta en massa små historier. (Krum 2014)

2.1.5 Visualisera när möjligt

Att visualisera data med diagram, grafer, ikoner och illustrationer hjälper till att göra komplex information lättare att förstå, vilket också är själva poängen med att designa infografik. Genom att visualisera data hjälper det att fånga läsarens uppmärksamhet och minska tiden det tar för läsaren att förstå data. På fem till tio sekunder ska läsaren ha en uppfattning om vad nyckelbudskapet i infografen handlar om. Om det känns som att det

kommer ta länge att läsa infografiken, låter de flesta bli att göra det också. Därför är det viktigt att visualisera data hellre än att använda sig av text.

Att använda sig av en stor font är inte datavisualisering, det gör det inte heller lättare för publiken att förstå vad det är frågan om. Det vanliga sättet att visa datavärde är en stor **fet** font associerad med en beskrivning i en mindre font. Den stora fonten är avsedd att få siffran att stå ut från sidan och visuellt antyda att värdet är viktigt, men för läsaren ger texten inga ledtrådar om värdet ska tolkas som något stort eller litet. Datavisualisering är ett språk av kontext, det bästa sättet att klart och tydligt kommunicera något med publiken är att visa det på något sätt i jämförelse med någon slags information de redan förstår. Om den nya informationen visas endast som text finns det inte kontext till det som gör att läsaren förstår sig på värdet. Istället för att använda sig av enbart text för att visa värdet i saker är det bra att använda sig av något visuellt (se figur 1). Om data är tillräckligt viktigt för att inkluderas i infografiken, är det antagligen viktigt nog för att visualiseras. (Krum 2014, Yau 2011)



Figur 1. Datavisualisering gjort rätt vs. fel med enbart text.

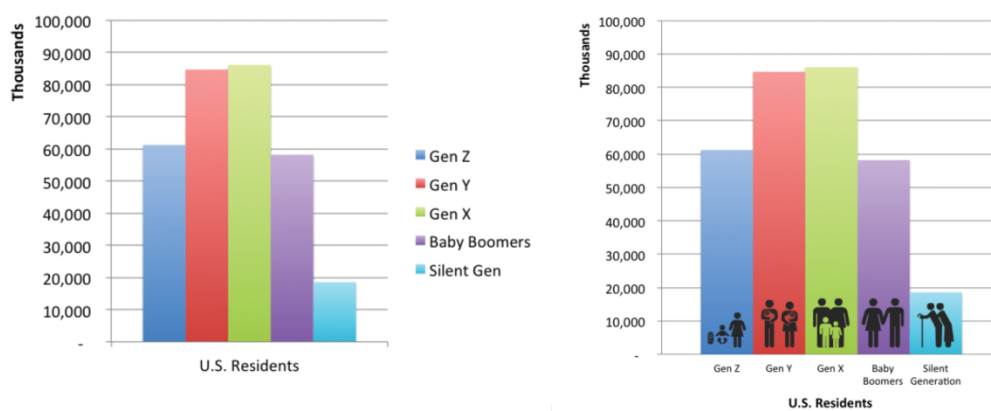
2.1.6 Minimera text

Ingen vill läsa en textartikel som är konverterad till en .jpg bildfil och kallas för infograf. Läsare tittar på fin infografik med den förväntan att genom användningen av visuell design kommer informationen vara lättare att förstå och gå snabbare att läsa än en traditionell artikel eller ett blogginlägg. Vad som menas med att minimera texten är att

inte ta bort all text från designen, men att minimera den så mycket det går. Infografiken ska fokusera sig på kommunikationen av huvudbudskapet och inte försöka vara en guide till allting om företaget eller produkterna. I allmänhet vill människor lära sig något nytt om ett intressant ämne och inte lära sig allt om företaget som publicerat infografiken. För mycket text medför att designen inte gör ett tillräckligt bra jobb att göra ämnet lagom simpelt och lätt att förstå. (Krum 2014)

2.1.7 Eliminera diagramlegenden

Diagramlegender är ondskefulla. Diagram och grafer är avgörande datavisualiserings element som används i de flesta infografer och designers behöver inte göra om dem från början. Generellt gör diagramlegenden det dubbelt så svårt för läsaren att förstå ett specifikt diagram eftersom läsaren måste gå fram och tillbaka flera gånger mellan grafen och färgkoden för att förstå de olika uppsättningarna av data som representeras i diagrammet. PowerPoint skapar automatiskt som standard en diagramlegend, men genom att sätta ikoner in i diagrammet för varje kolumn och text under kolumnen eliminerar detta diagramlegenden. Genom att göra om diagrammet på detta sätt kräver det extra ansträngning av designern, men läsaren förstår budskapet mycket snabbare med minimal ögonrörelse. Att ta bort diagramlegenden när det är möjligt leder till att det finns mera utrymme på sidan och diagrammet kan bli större och ge utrymme till mera information. Ikonerna är även snabbare att förstå än textetiketterna, eftersom de tar längre tid att läsa. (Krum 2014)



Figur 2. Exempel på diagramlegenden och där den är eliminerad.

2.1.8 Var datatransparant

Många missar att inkludera sina källor i infografer. Om du tittar på infografik som finns i en tidning, finns alltid källorna någonstans, oftast med liten stil nere på sidan. Att vara datatransparant betyder att infografiken måste innehålla källor där data är inkluderat på ett öppet och ärligt sätt. Det finns inget sätt för läsaren att veta ifall informationen de läser inte är påhittat. När läsare läser infografik försöker de ofta hitta svar på en handfull med frågor som varifrån kommer informationen, hur gammal är informationen, varför ska jag tro på den och är infografen trovärdig. Trovärdighet spelar stor roll i en framgångsrik infografik, både online och för internt bruk i företag. Största delen av infografer som finns har inte nämnt varifrån informationen kommer, vilket gör läsare skeptiska på infografen. Nästan lika dåligt som att inte alls lista källor är att lista vaga källor av data där det nästan är omöjligt att hitta de citerade numrorna. De flesta läsare kommer inte åta sig tiden att gå igenom källorna som listas i infografen, dock finns det vissa källor som automatiskt triggas läsarens skepticism, för många klassas Wikipedia som en av källorna som faller inom denna kategori, trots att Wikipedia har förbättrats drastiskt under de senaste åren. Bra infografik ska innehålla den originella källan av data. Lista av referenserna kan göras i linje med informationen eller i sidfoten av infografiken, året på när data var publicerad ska inkluderas för att etablera relevansen. (Krum 2014, Yau 2011)

2.1.9 Det finstiltta

Det finns en handfull av saker att komma ihåg att inkludera i slutet av varje infograf. Att ha i baktanke är att så fort den blir publicerad på internet börjar den leva ett eget liv. Företagets logo längst ner på designen fungerar som en indikation på varifrån den kommer. Genom att skriva copyright på infografen, kan människor som är i behov av att få ytterligare lov kunna lätt avgöra vem som äger copyrighten. När människor repostar infografik lägger de oftast inte den ursprungliga länken in i posten, men genom att alltid inkludera webbadressen i infografiken finns den där ifall den delas på andra sidor. Alltid när det är möjligt ska man skriva ut vem som designat infografiken eftersom läsarna ofta uppskattar infografik gjort av en person. De är mer troligt att de kommenterar, ger

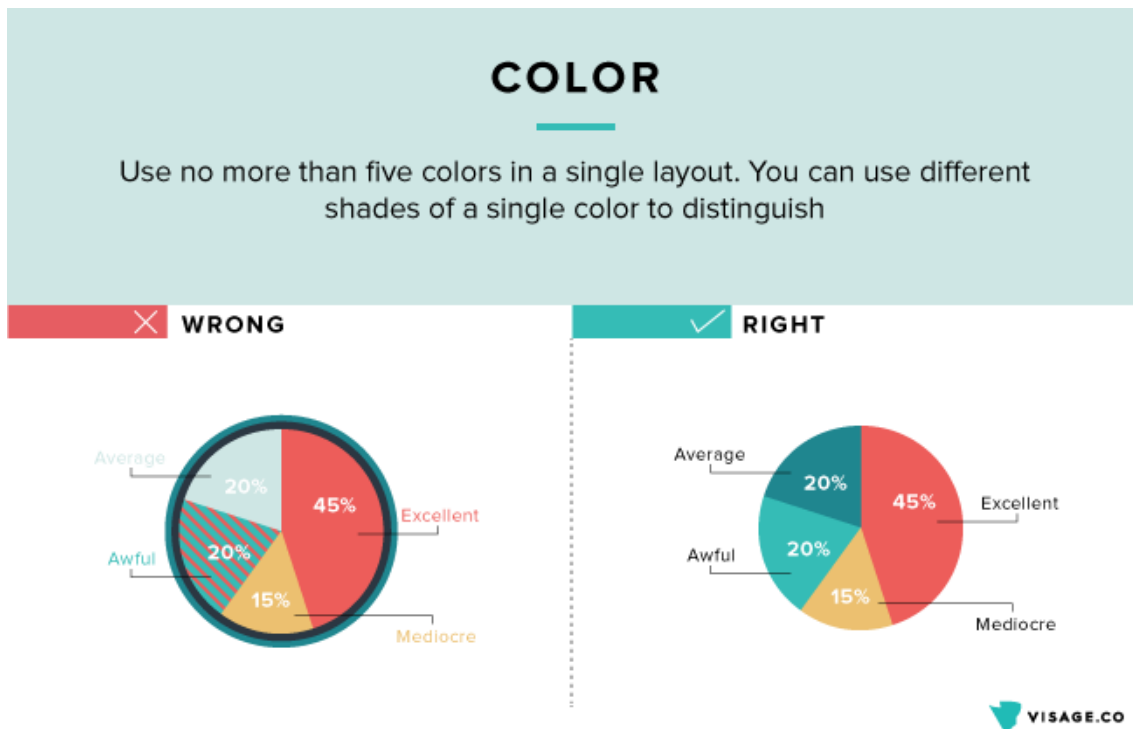
feedback eller delar infografen om de tror att de stöder eller kritiserar en enskild person. (Krum 2014)

2.2 Grundelement i infografik

Det finns vissa element som gör att nyckeln till en visuell representation av information kvalificeras som en infograf. De fem viktigaste elementen som ska ingå i en infograf är historien, data, texten och designen. Själva ordet infografik är ett samlingsnamn för illustrationer och animationer som används för att på ett enkelt sätt förmedla och visualisera ett budskap. (Bhuller 2014, Icons8 2017, Medarbetarwebben 2018)

2.2.1 Färger

Färgen är det mest iögonfallande i en infograf och en av de viktigaste sakerna att fokusera på, den kan endera göra infografen jättebra eller riktigt usel. Färgen styr även ögat i det som är viktigt i infografen. Om infografen handlar om Amerikas stora politiska formationer, är det bra att använda färger som redan är igenkännbara av läsaren och gör i sin tur det lätt att förstå, som till exempel i detta fall använda sig av en röd färg för republikanerna och blå för demokraterna. En viktig aspekt är att vid val av färger välja sådana som differentierar sig från varandra, så att det finns en kontrast mellan dem då de jämförs med varann. I fall infografen handlar om ett företag är det kanske en självklar sak att använda sig av de färgerna för att hålla saker konsekvent. Det gäller inte bara att hålla färgerna konsekventa utan även andra element, eftersom det gör att läsaren har lättare att följa med i historien. (Icons8 2017, Yau 2011)



Figur 3. En bild på hur färger ska användas i en infograf.

2.2.2 Typsnitt

Som med färger fungerar inte heller alla slags fonter med infografik. Som regel ska fonterna passa in med det allmänna temat som finns i infografen. Comic Sans är inte ideal att använda i de flesta infografer som handlar om företag. Typsnitten som väljs ger läsarna ett första intryck av innehållet och ger tips om hur resten av infografen kommer att vara. De fonter som väljs till infografen återspeglar även ett budskap som kanske säger ”tropisk semester” där den egentligen borde säga ”nedre Manhattan kontor”.

Typsnittet ska väljas efter att syftet med grafiken fastställs. En sak som är bra att dubbelkolla är att fonten fungerar både i stor och liten storlek. Inte mer än två fonter borde väljas för infografen. Ifall företaget har en egen brandfont, ska den givetvis användas. Efter att typsnittet blivit valt ska man välja ifall fonten ska vara **fet**, *kursiv* eller understreckad. Feta fonter är bra för rubriker och sektioner man vill dra mera uppmärksamhet till. Rubriker och underrubriker ska ha en större font än resten av grafiken. Att fonten är läsbar är en av de viktigaste sakerna att tänka på. Det lönar sig att kolla hur texten ser ut

i olika inställningar och hur den syns på en laptop och smarttelefon. I slutändan är målet att ha en font som hjälper till att förklara innehållet i infografen. (Bhuller 2014, Icons8 2017)



Figur 4. Alla fonter ska vara läsbara och lämpliga för det som kommuniceras.

2.2.3 Ikoner

En enda ikon kan ersätta en hel paragraf med förklaringar och kan göra infografen mera engagerande och effektiv. Den kan komma till nytta när det behövs fylla mycket information på ett mindre utrymme. När ikonerna väljs till infografen, lönar det sig att kolla på objekt som kan ersättas med en ikon. Ifall infografen handlar om olika frukter, ersätt varje frukts namn med respektive ikon. Handlar infografen om en jämförelse av olika social media-plattformar, använd istället en ikon för varje nätverk. Om ikonerna används på rätt sätt lyckas man med nästan inga ord förklara vad objektet representerar. (Icons8 2017)

ICONOGRAPHY

Icons should be simple, easy to understand and universal.
They're meant to enhance comprehension, never distract.



WRONG



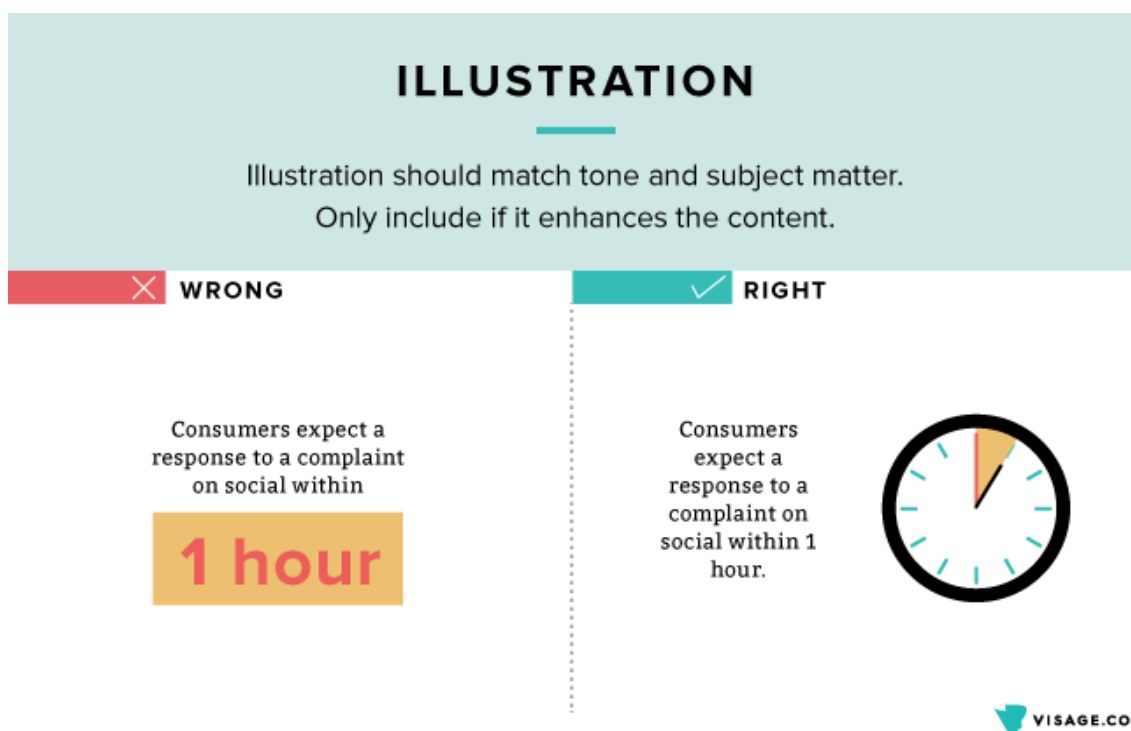
RIGHT



Figur 5. Ikoner ska vara enkla, lätta att förstå och universella.

2.2.4 Bilder

Att använda sig av bilder i en infograf kan på samma sätt som ikoner lyfta upp den. Det är bra att använda en bild istället för långa förklaringar. Ifall du gör en infograf om ett recept, kan du istället använda dig av en bild för varje ingrediens. Ifall det finns en relevant bild inkluderad i infografen finns det en 65% större chans att läsaren kommer ihåg den efter tre dagar. Förstås är det viktigt att tänka på att bilden ska vara där för att förstärka budskapet av bilden. Bilden som väljs till infografen ska förstås matcha färgvärlden och det andra som finns i infografen för att passa in. (Icons8 2017, Krum 2014)



Figur 6. Bilden visar hur man ska använda bilder på rätt sätt i en infograf.

2.3 Olika typer av infografiklayouts

Det finns flera olika slags infografiklayouts som är kategoriserade enligt deras användningsområde, olika slags objekt som används i dem och flödet av informationen i infografen. Layouten som väljs för infografen beror på vilket slags målsättning det finns för den, likaså vilken typ av data som visualiseras. Oftast är infografiken inte i en specifik kategori, utan de flesta har element av olika typer av infografiklayouts. Viktigt att ha i baktanke är hur informationen ska presenteras för läsaren, för att få en så bra insikt i saken som möjligt. Är läsaren redan insatt i kontexten, eller är det något helt nytt som presenteras åt dem? Informationen som slutligen presenteras ska vara så lättförståeligt som möjligt för läsaren. (Icons8 2017, McGuire 2018)

I följande underrubriker kommer det kort förklaras några av de vanligaste infografiklayouts som finns.

2.3.1 Informativ infografik

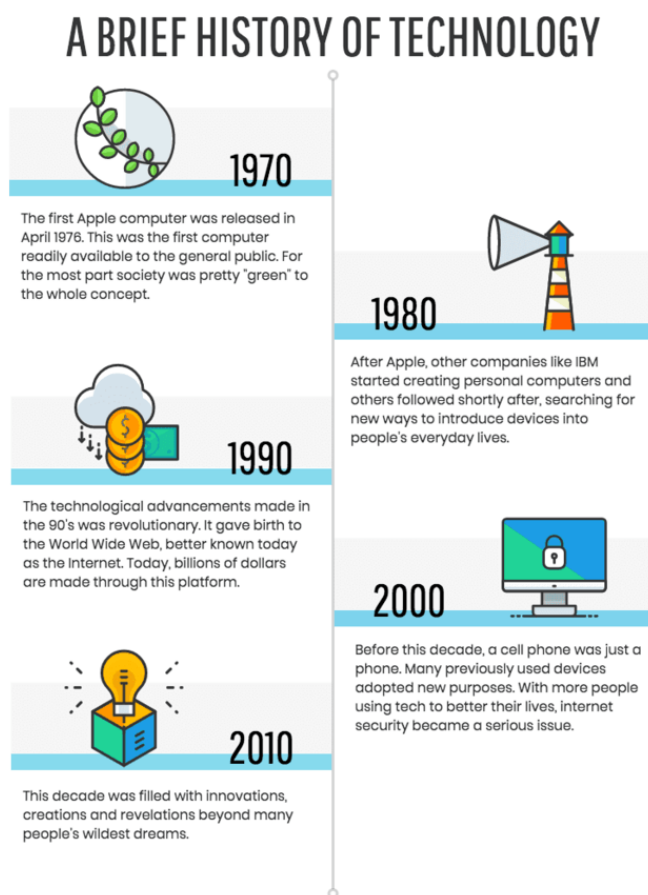
Den informativa infografiklayouten är den mest dominanta typen som hittas online. Informationen som presenteras i denna är allmänt känd, tillgänglig offentligt för alla som vill sammanställa den, men designern har tagit sig tiden och samlat in data och presenterat det på ett visuellt sätt. Infografiken är ideal att använda om det klart och tydligt presenteras ett nytt eller speciellt koncept, eller ger en överblick av ett ämne. Den är ofta uppdelad i sektioner med förklarande rubriker och genom att rubrikerna är numrerade hjälper det läsbarheten av flödet. Typen innehåller i snitt mer text än de andra typerna, men med hjälp av färger, ikoner, former och andra visuella element förbättras grafiken. (Icons8 2017, McGuire 2018, Krum 2014)



Figur 7. Ett exempel på en informativ infograf. (McGuire 2018)

2.3.2 Tidslinje infografik

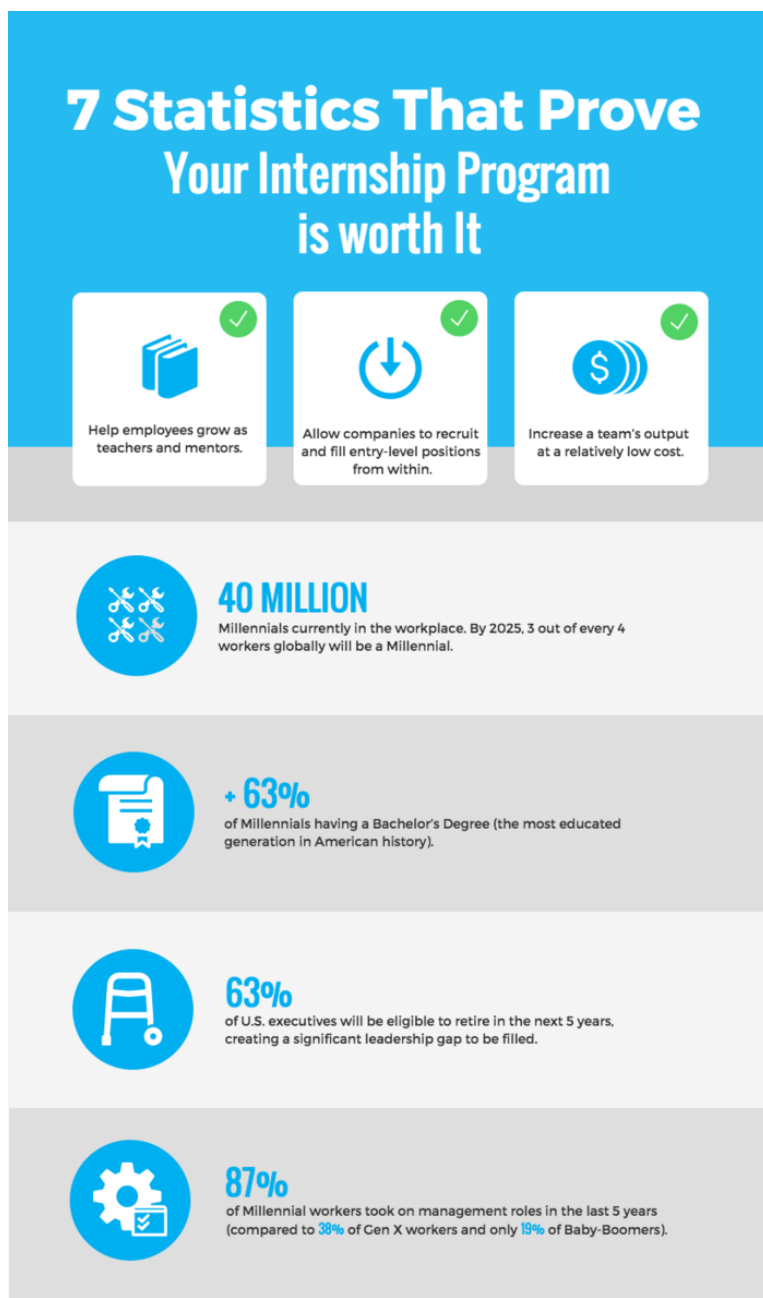
En visuell tidslinje är ett bra sätt att visa upp den typ av information som annars försvinner i enbart text. Denna infografiktyp är ett effektivt sätt att visualisera historia av något, markera viktiga datum eller ge en överblick av händelser. Med hjälp av att ha en större font på året eller rubriken gör det att läsaren har lättare att följa med. Infografen är alltid i kronologisk ordning. Tidslinjens format kan variera mellan horisontell och vertikal uppställning, den horisontella tidslinjen fungerar bäst i affischer och presentationer där utrymmet inte är oändligt. Människor tycker överlag att tid och rum känns vettigt och denna infografityp hjälper till med det genom att ge en tydligare bild med hjälp av en tidslinje. Visuella hjälpmedel som linjer, ikoner, foton och etiketter hjälper till att förklara informationen. (Icons8 2017, McGuire 2018, Krum 2014)



Figur 8. Exempel på tidslinje infograf. (McGuire 2018)

2.3.3 Statistik infografik

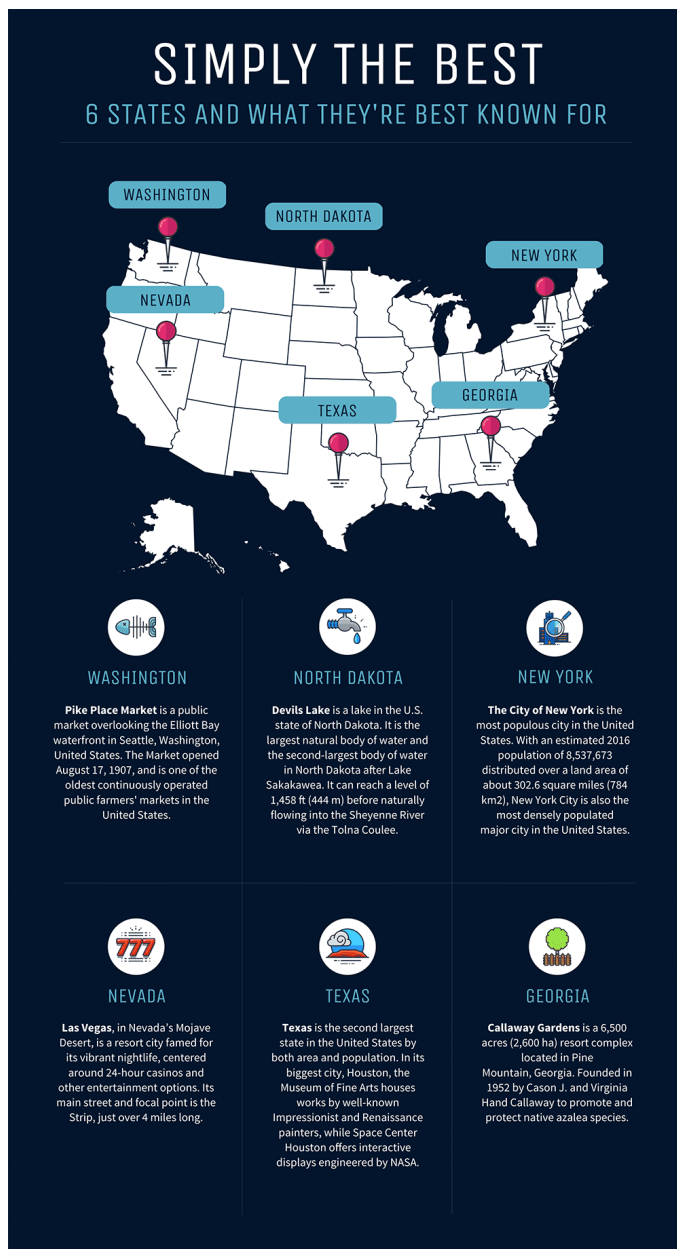
Statistik infografik är den enklaste och mest använda formen av informationsgrafik. Den fungerar bra att visa resultat av en undersökning eller presentera data från olika källor. Fokuset ligger på data och layouten hjälper till att berätta historien bakom den. Genom att använda sig av ikoner understryker det statistiken på ett visuellt sätt. (McGuire 2018, Krum 2014)



Figur 9. Exempel på en statistik infograf.

2.3.4 Geografisk infografik

Denna typen av infograf visar datatrender baserat på platsen. Ifall man vill visualisera platsbestämd information är denna typ av infograf ett bra alternativ. Oftast lönar det sig att ha en karta som det visuella fokuset, eftersom det hjälper läsaren att förstå bättre och är ett jättebra sätt att berätta fängslande historier med. (Krystian 2017, McGuire 2018)



Figur 10. En geografisk infograf med sex stater och vad de är mest kända för.

2.3.5 'How to' infografik

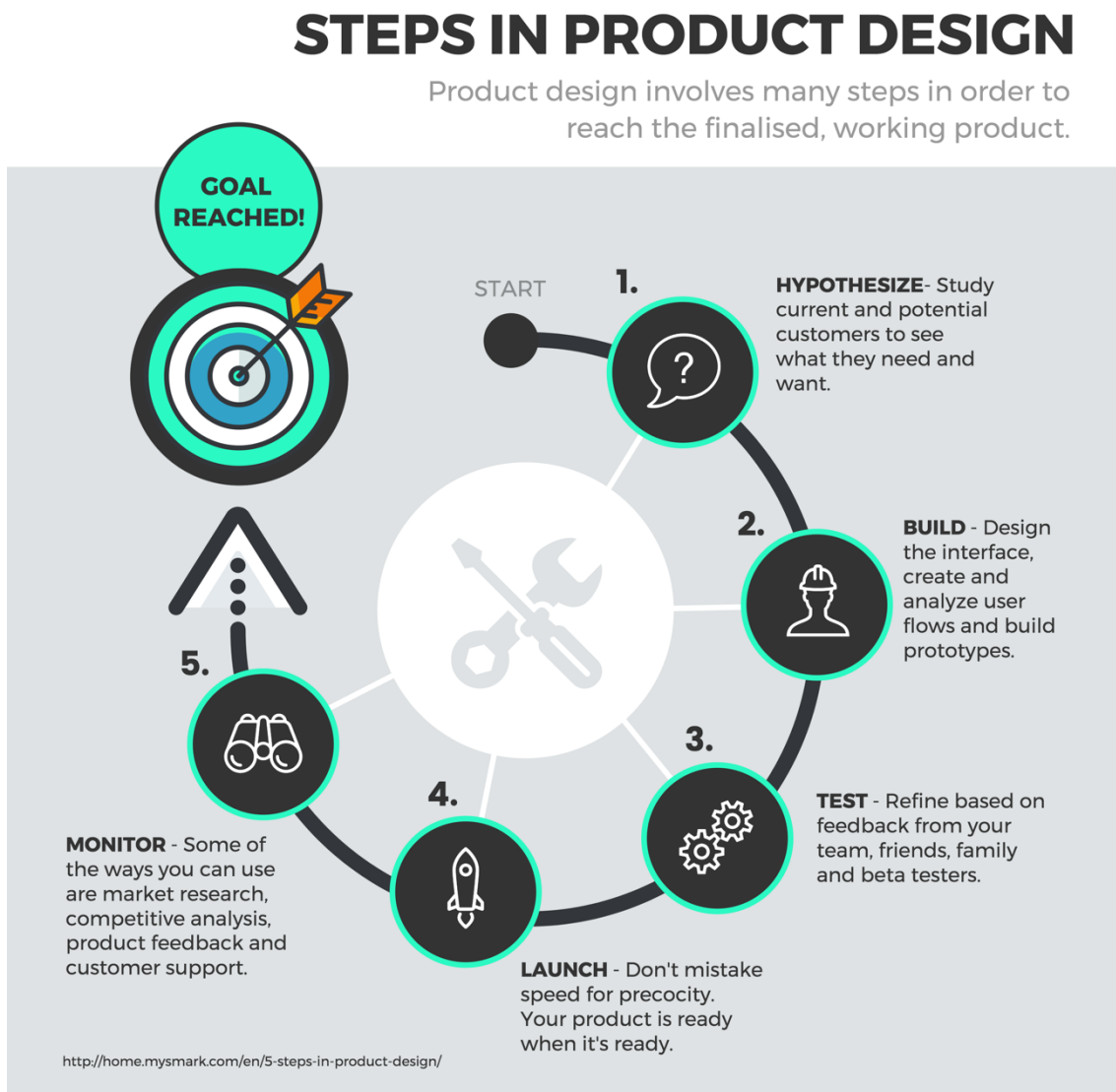
En 'How to' infografik besvarar frågor och förklarar hur något ska göras på ett visuellt sätt. Denna typen är bra att använda när läsaren ska lära sig ett nytt ämne. Den är även väldigt användbar på sociala medier, då den har en tendens att ofta bli delad. (Krystian 2017)



Figur 11. 'How To' infografik om att skriva ett övertygande e-postmeddelande.

2.3.6 Process infografik

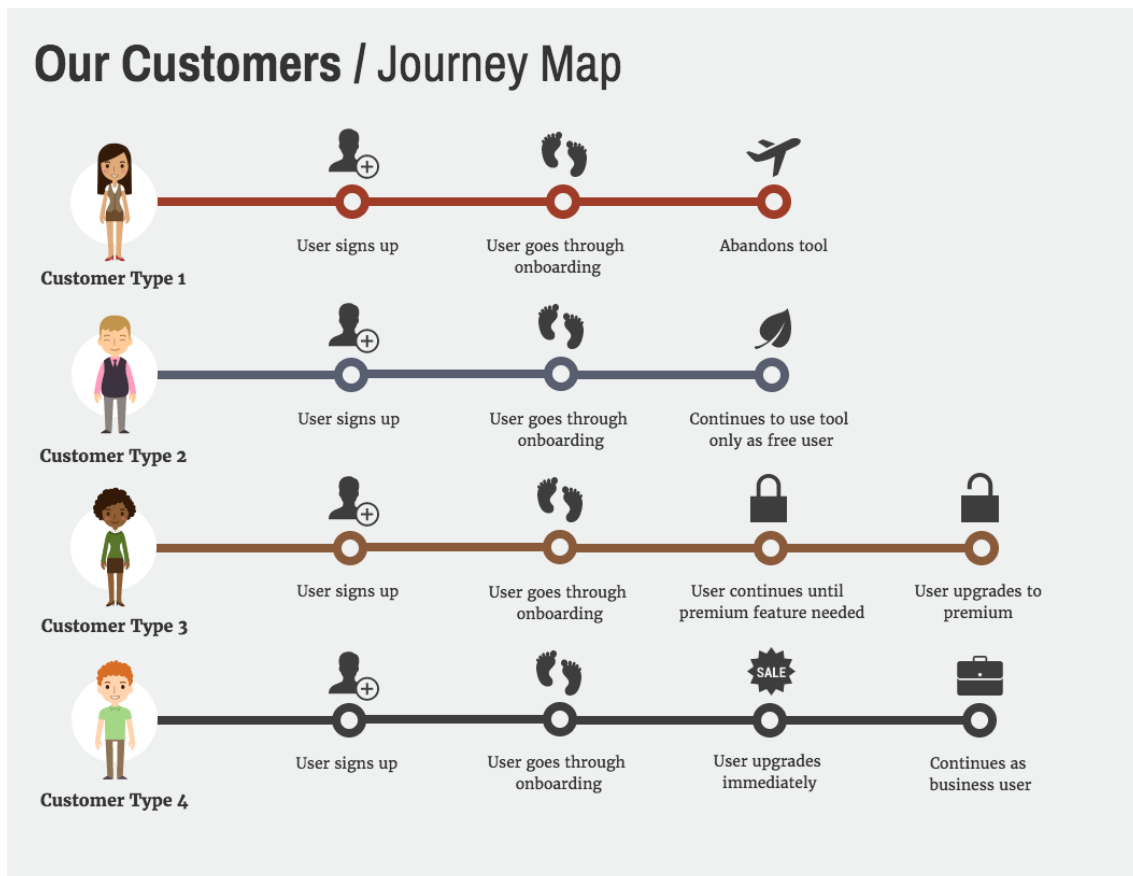
I jämförelse med tidlinjeinfografen som understryker årtal i tiden är denna typen av infograf ideal att använda då man vill visa en sammanfattning eller överblick av en process. Infografen hjälper att simplificera och klargöra varje steg och genom att använda siffror underlättar det läsaren att läsa infografen. De flesta infografer av denna typ brukar oftast läsas uppifrån ner, eller från vänster till höger. (McGuire 2018)



Figur 12. Exempel på en process infograf där stegen i en produktdesign förklaras.

2.3.7 Jämförelse infografik

Att välja mellan ett flertal alternativ är svårt för många. I denna typ av infograf undersöker man likheterna och olikheterna mellan två eller flera produkter, platser, evenemang, idéer eller individer. Jämförelse infografen hjälper till att identifiera de bra och dåliga sakerna av en produkt eller kontexten av ett alternativ. Grafen är ofta delad i två eller flera delar beroende på hur många delar som ska analyseras. (Icons8 2017)

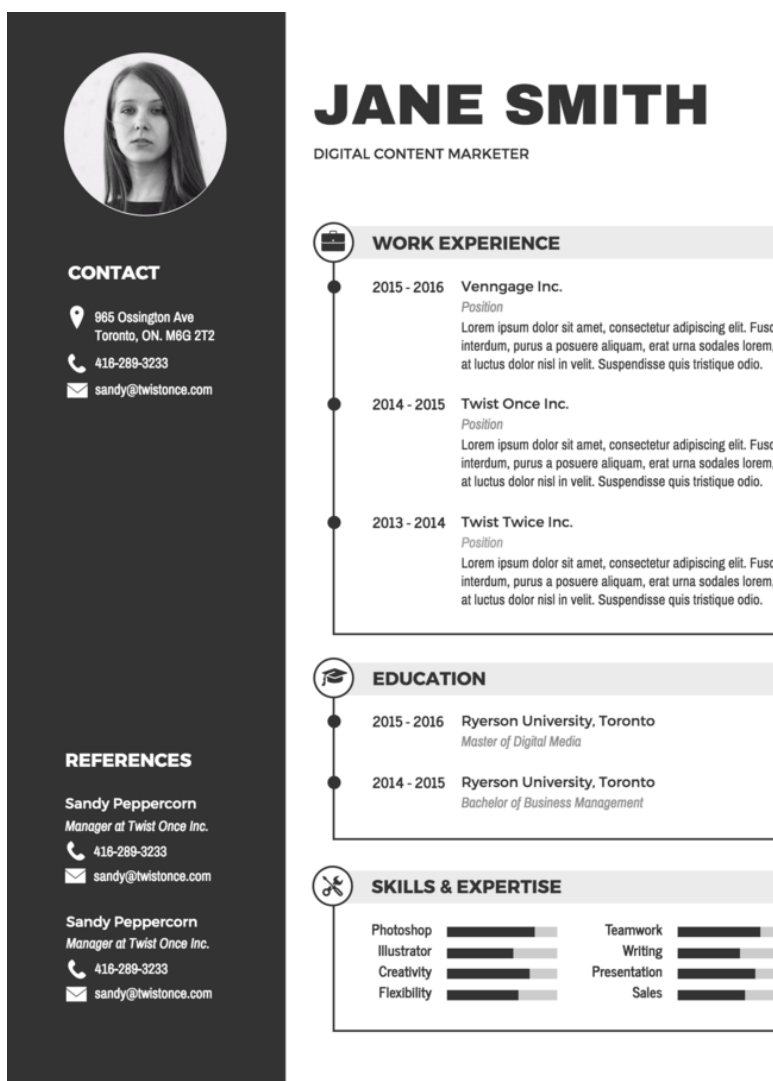


Figur 13. Jämförelse infograf uppdelad i fyra delar som jämför kundresor.

2.3.8 CV infografik

Jobbkandidater söker efter nya sätt att få deras cv att sticka ut ur mängden, snabbt kommunicera deras toppattribut och vara mer minnesvärd för den potentiella arbetsgivaren som kan granska hundratals cv:n för en öppen position. Designen står ut som en förhandsvisning av text cv:n. Definitionen av cv infografik är en visuell presentation av en

persons historia och förmågor som använder datavisualiseringsdesign för att kommunicera viktiga delar av arbetskandidatens kompetens, historia, utbildning eller annan relevant information. Med tanke på dagens jobbmärnad kan det vara svårt att stå ut från mängden då man söker jobb och är tvungen att komma på en kreativ lösning för att lyckas. Den infografiska cv:n kan inte i de flesta fall riktigt ersätta den traditionella cv:n, men den kan vara bra att ta med till intervjun, sätta i sin portfolio eller bifoga i ansökan. Denna typen av cv är ofta kortare än en traditionell cv och kan vara bra i de fall där arbetsgivaren önskar en kort presentation. (Icons8 2017, McGuire 2018, Krum 2014)



Figur 14. Exempel på CV infograf.

2.4 Verktyg för skapande

Infografik har blivit ett kraftfullt verktyg för att analysera mycket data och förklara information. Tidigare har infografiken endast skapats av några få pga. den stora kostnaden av program, som tex. Adobe Photoshop och komplexiteten i design-processen. Det finns ett ganska stort utbud med verktyg online som hjälper till att visualisera data, editera bilder, editera bilden av en logo, justera ett foto eller sätta hela designen ihop av en infograf. (Icons8 2017, Krum 2014)

3 METOD

I detta kapitel redogör jag vilka metoder jag använt i arbetet, hur materialet har samlats in och hur analysen genomförts.

3.1 Forskningsstrategi

Linda Candy definierar praktikbaserad forskning på följande sätt:

En originell undersökning utförd för att delvis få ny kunskap genom det praktiska och resultatet av det praktiska. Originalitet och kunskap kan påvisas genom kreativa resultat som kan innehålla artefakter som bilder, musik, mönster, modeller, digitala medier eller andra resultat. (Candy 2006)

Candy förklarar att den kreativa artefakten ska vara grunden av bidraget av kunskapen för att räknas som praktikbaserad forskning. Denna typ av undersökning baserar sig på både resultatet av övningen och en undersökning berörande reflektioner under processen. (2006)

Själva termen av denna typ av undersökningsmetod har under de senaste åren blivit utspridd bland de kreativa områden, men inte ännu blivit ordentligt karakteriserad för att överenskommas med de olika discipliner där den används. I design-sammanhang ligger betoningen på att förstå sig på övningen och hur man förbättrar det snarare än att skapa och reflektera över nya artefakter. Som kontrast till detta i kreativ konst och digitala medier ligger betoningen på den kreativa processen och arbetet som gjorts. I detta fall är

det viktigt att förstå det praktiska och tillsammans med teorin genererar detta ny kunskap som kan delas och granskas. (Candy & Edmons 2018)

För att förstå relationen mellan det praktiska och teorin betyder det praktiska den faktiska tillämpningen eller användningen av en idé, tro eller metod som i motsats har teorier som relaterar till det. Teorin är en systematisk utredning för att fastställa fakta, testteorier och nå ny kunskap eller nya förståelser. (Candy & Edmons 2018)

I fallet av detta arbete var det ganska klart vilken metod jag kunde använda mig av för att samla in kunskap som kunde stöda mig i arbetet för att uppnå det praktiska resultatet. Eftersom jag hade en idé av att designa om, tillämpas det genom teorier och av resultatet lär jag mig något nytt.

3.2 Analysmetod

Vi möts dagligen av bilder och visuella uttryck i tidningar, reklam via TV och på nätet. Vi är vana med att exponeras för bilder i olika sammanhang men det innebär inte att vi alltid skulle reflektera över bildens betydelse på en djupare nivå. Bilder, till skillnad från ord kan på ett mer direkt sätt väcka olika typer av känslor och vi får ofta en idé av bildens innehåll. Beroende på vem som betraktar bilden kan den ha olika betydelser. Att göra en bildanalys handlar om att bryta ner de olika betydelsebärande elementen i en text och sedan foga dessa samman. Då man analyserar bilder och visuella uttryck är det viktigt att ha mycket kreativitet för att öva upp förmågan att betrakta bilden med andra ögon än de vi använder till vardags. (Fogde 2010)

Marinette Fogde definierar bildanalys på följande sätt:

I visuell analys är det viktigt att betrakta alla detaljer i en text- bilder, linjer, färger, kroppshållning, blick -för att studera hur tecken och koder kan generera olika föreställningar om något. [...] Utifrån begreppet *framing*, eller *inraming*, studeras de semiotiska resurserna i texten, det vill säga sådant som bilder, linjer, färger, typsnitt och faktarutor. Hur förhåller sig detaljerna i texten till varandra? Det är exempelvis viktigt att studera relationen mellan bild och text. Vilka element binds samman? Vilka färger, typsnitt och linjer används? Hur delas texten upp i olika delar och hur är de olika delarna placerade i relation till varandra? Förstår vi bilden utan texten? (Fogde 2010)

I analysen av infografiken som designades om vill jag med denna metod kunna på en djupare nivå uppnå en reflektion av bildens betydelse. Metoden ger också en djupare kunskap av materialet vilket leder till att den går hand i hand praktikbaserad forskning.

4 GENOMFÖRANDE

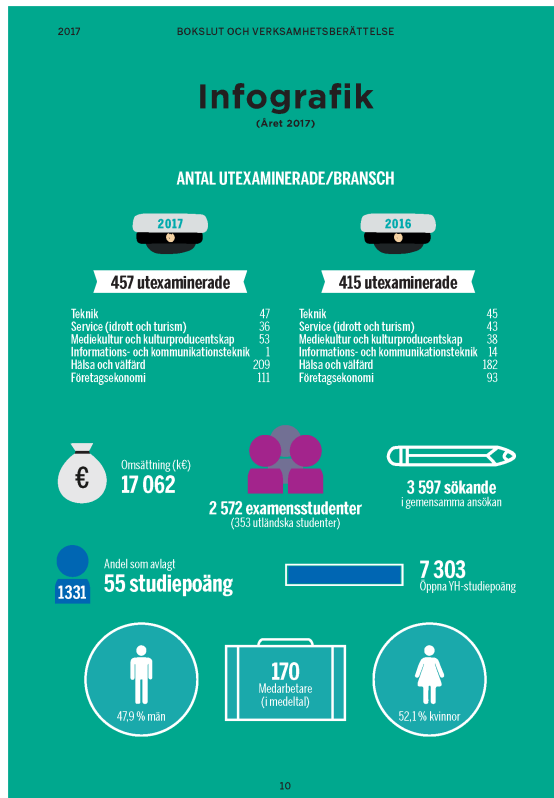
I detta kapitlet kommer jag presentera den befintliga infografiken och utvärdera den med hjälp av metoder för att identifiera de största problemen och bristerna. Utifrån detta kommer jag sedan ha klart för mig vilka riktlinjer jag bör följa för att kunna utforma en ny infografik som görs för att tillrättalägga de upptäckta bristerna och förbättra läsbarheten, vilket kan närmare läsas om i kapitel 5.

4.1 Utvärdering av den befintliga informationsgrafiken

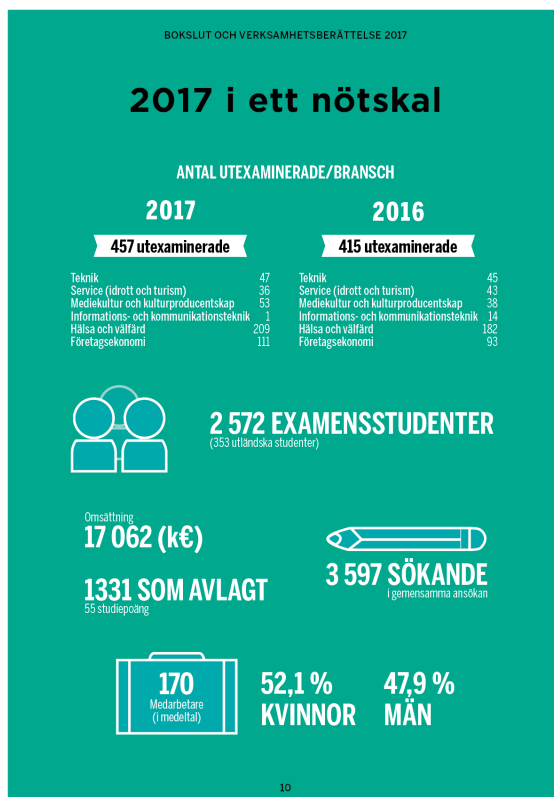
I detta kapitel utvärderas den befintliga infografiken för att hitta eventuella problem och brister. Utvärderingen görs med hjälp av hela teorikapitlet för att systematiskt hitta möjliga problem som eventuellt förekommer och som bryter mot någon av metoderna. Nedan följer en redogörelse för hur den befintliga infografiken förhåller sig till infografikens uppbyggnad.

20%	40%	60%	C100 Y100 #00963E	M40 Y100 #F7A500	60%	40%	20%
20%	40%	60%	C100 Y60 #009881	M60 Y100 #EF7C00	60%	40%	20%
20%	40%	60%	C100 Y40 #009AA3	M100 Y100 #E3000B	60%	40%	20%
20%	40%	60%	C100 #009EE3	M100 #E30B7C	60%	40%	20%
20%	40%	60%	C100 M20 #008AD2	C20 M100 #C7007E	60%	40%	20%
20%	40%	60%	C100 M40 #0074BE	C40 M100 #A60F80	60%	40%	20%
20%	40%	60%	C100 M60 #005BA9	C60 M100 #821B81	60%	40%	20%

Figur 15. Arcadas färger i deras grafiska manual.



Figur 16. Första utkastet av infografen.



Figur 17. Andra versionen av infografen efter feedback.

1. Noggrannhet

I infografen fann jag inga problem i att datavisualiseringen inte skulle ha matchat siffrorna.

2. Välj ett bra ämne

Ämnet för infografen är ganska så självklar, eftersom själva ”boken” som den finns i heter Arcadas verksamhetsberättelse, så på basis av den titeln upplever jag att människor redan har sina förväntningar över vad infografen ska handla om, ifall verksamhetsberättelsen skulle inneha en infograf, som den i detta fall gör.

3. Sök efter kända tekniker

I den befintliga infografiken finns det element av statistik-infografik, jämförelse-infografik och informativ infografik som jag skrivit mer om i kapitel 2.2. Av de infografer jag hittade på nätet som hade gjort liknande statistik infografer, hade de delat in dem i sektioner och använt sig av olika färger för varje sektion.

4. Fokusera på huvudbudskapet

För att kunna jämföra den nya infografiken med de tidigare versionerna har jag gjort ett medvetet val att inte eliminera någon av informationen som finns i de äldre versionerna. Information är redan från tidigare nedskuret från det som det ursprungligen varit, men jag anser inte det behövligt att presentera hur informationen kortats ner i detta arbete, eftersom arbetet enbart handlar om det visuella i en infograf. Om någon av delarna i infografen skulle tas bort skulle budskapet ändra så pass mycket att det inte skulle gå att jämföra den slutgiltiga versionen med de äldre versionerna på ett rättvist sätt.

5. Visualisera när möjligt

Första versionen.

I denna version finns det en ikon vid varje text, men den representerar inte informationen som presenteras på ett rättvist sätt. Ikonen som representerar examensstuderande per bransch är inte rättvis, eftersom det är en studentmössa som man inte får när man blir färdig från Arcada, så den ger felaktig information. Ikonerna har inte heller något samspel med varandra utan det är i ganska många olika färger på dem.

Andra versionen.

I denna version har det skalats bort med ikoner och där det inte finns ikoner är texten stor och fet för att understryka det viktiga i texten, vilket går emot datavisualiseringsprincipen. Skulle man istället här ha både en ikon med samma text, skulle den inte göra det.

6. Minimera text

I dessa två versioner upplever jag att det är rätt så minimerat med text. Man kunde ännu minimera textdelen högst upp om utexaminerade per bransch, genom att inte skriva ut branscherna två gånger, utan istället kombinera dem.

7. Eliminera diagramlegenden

I ingen av dessa infografer finns det diagram.

8. Var datatransparant

I ingen av versionerna fanns det källor, men jag anser inte heller att det är nödvändigt eftersom boken denna infografsida finns i heter ”Bokslut och verksamhetsberättelse 2017” och Arcadas logo. Detta tycker jag som en tillräcklig förklaring om att vara data-transparent och att läsaren förstår varifrån informationen har kommit.

9. Det finstilla

Ingen logo i infograferna fanns heller, men jag anser inte heller att det behövs, eftersom jag tidigare förklarat att denna sidan är en del av Arcadas verksamhetsberättelse och sidan i sig kommer inte användas i något annat syfte än att bara vara en av ett flertal sidor i boken.

10. Färger

Färgerna som har använts i de båda versionerna är givetvis de som finns i Arcadas grafiska manual (figur 15) och de färger som främst använts i infograferna är de som vi kommit överens om under vårt första möte vi hade tillsammans med Kommunikationsavdelningen, som jag även skrivit om i kapitel 1.1.

Första versionen.

Mer än fem stycken färger ska inte användas i en infograf och i denna version identifierade jag sammanlagt åtta färger och tio ifall de olika nyanserna räknas. Jag upplever även att det är svårt att veta vad man ska fokusera på, när det finns så mycket olika färger och innehållet känns lite stökigt.

Andra versionen.

I denna version identifierade jag exakt fem färger ifall man räknar med de olika färgnyanserna av den gröna färgen. Trots detta upplever jag att det känns som att de är mycket fler färger än så, men det beror antagligen på att bakgrundsfärgen är grön och tar upp mycket av uppmärksamheten.

11. Typsnitt

Typsnitten som används i infografen är Gotham som rubrikfont, som även är den primära fonten för alla rubriker genomgående i hela boken. Den andra fonten som används är en font som finns i Arcadas grafiska manual och heter Benton Sans. Fonten är inget jag ämnar ändra på i den versionen som blir designad igen, eftersom det skulle göra den sidan så annorlunda i jämförelse med resten av sidorna som finns i boken.

12. Ikoner

Vissa ikoner i den första versionen är inte alls relevanta för budskapet, t.ex. studenthaten. När man bli färdig från Arcada tar man inte studenten, utan något helt annat, så det blir ett ganska grovt syftningsfel. Det känns som att ikonerna finns där för att se bra ut istället för att förstärka budskapet, som egentligen är grundtanken. I den andra versionen av infografen är det bättre, men med tanke på punkten ”visualisera när möjligt” blir man och sakna ikoner på ställen där de saknas och jag upplever det som jobbigare att läsa texten i den andra versionen än den första trots att det är lika mycket text i dem båda.

13. Bilder

I infograferna identifierade jag inga bilder.

5 RESULTATREDOVISNING OCH ANALYS

Resultatet från utvärderingen sammanställdes och analyserades. Utifrån analysen av resultatet togs det fram riktlinjer som skapats i syfte att förbättra infografiken.

De största problemen i den befintliga infografiken är:

Ikonernas relevans

Stökig design

Datavisualiseringsprinciperna följs inte

Färgval

Om det inte är visualiserat är det inte tillräckligt viktig information

Följande riktlinjer ska fungera som verktyg för att tillrättalägga dessa problem och förbättra infografiken:

1. Användning av färger och ikoner
2. Strukturering av innehåll och text
3. Åtgärda datavisualiseringsprincipen och visualisera information.

5.1 Ett misslyckande

Innan jag hade tagit fram riktlinjerna hade jag i ett tidigare skede försökt mig på att göra en ny design på infografen på basen av det jag lärt mig i kapitel 2.2 och 2.3. Men som ni ser i designen strider den ändå mot några av riktlinjerna jag senare kommit fram till som till exempel visualiseringsprincipen. Jag gjorde detta främst för att testa mig fram och se ifall jag hade med tillräckligt med stoff för att ens kunna designa om infografen, med de riktlinjer jag då hade. Jag må ha kunskap sen tidigare inom området, men jag insåg ganska fort efter att jag gjort denna att de ”riktlinjer” som fanns är exakt sådant som jag visste sedan tidigare. Jag blev nöjd med bilden och lämnade den där för att gro en stund innan jag riktigt visste vad jag skulle göra. När jag sedan efter någon vecka tittade tillbaka på infografen och texten jag hittills åstadkommit i min undersökning insåg jag att det saknades en väldigt stor pusselbit. Det fanns inga klara och tydliga metoder som jag lovat att jag skulle hitta i det första kapitlet och nu kändes det att jag endast gick igenom

saker som handlade om grundläggande saker inom grafisk design och infografik, vilket inte alls var tanken med examensarbetet. Efter det hittade jag en jättebra bok med tydliga instruktioner om hur infografik ska utformas och insåg att jag misslyckats med mitt försök i att göra om infografiken, eftersom det stred mot några av metoderna som fanns i denna bok. Men för att påvisa att jag lärt mig av mina misstag tänker jag klistra in mitt ”misslyckade” försök ändå. På basen av vad jag lärde mig efter att jag hade tagit fram riktlinjerna så gjorde jag ännu en till design av den, för att tillrättalägga de problem som ännu fanns i infografen.



Figur 18. Den misslyckade infografen enligt de framtagna riktlinjerna.

5.2 Utformning av den nya infografen

I detta kapitel går jag igenom hur jag använt mig av de tre riktlinjerna som tagits fram på basen av det som var problematiskt i den befintliga infografen och hur de har hjälpt till

att utforma den nya infografiken. Genom att presentera visuellt vad som har ändrats får man en bättre uppfattning om vad som gjorts för att åtgärda problemen. Jag kommer inte att ta i beaktande version tre av infografen i detta kapitel, utan behandlingen av den kommer först i följande kapitel.

1. Användning av färger och ikoner

Utifrån analysen med hjälp av metoderna har det kommit fram att det har använts för många färger i infografen. Eftersom bakgrundsfärgen också har varit en stark grön färg smälter informationen av de olika delarna in också. Detta ansåg jag som ett rätt så stort problem som definitivt behövdes åtgärdas på direkten för att istället framhäva de viktiga delarna i infografen, som hittills drunknat i bakgrundsfärgen. Jag valde att göra bakgrunden riktigt ljusgrå och ikonerna och texten fick bli i den gröna färgen som bakgrunden var tidigare. Varför jag valde en ljusgrå färg på bakgrunden istället för vit, är för att det på varje sida finns en vit kant runt sidan och den skulle inte ha synats ifall jag valt vit bakgrund.

Ikonerna som fanns var endera inte relevanta för informationen eller så saknades det ikoner helt för de olika områden, vilket också strider mot punkt 4 i riktlinjerna. Det ska vara enkelt och tydligt för läsaren att förstå med hjälp av ikonerna innehållet och inte bli bortblandad om vad det egentligen infografen handlade om. De nya ikonerna valdes omsorgsfullt ut för att beskriva budskapet över vad man ville ha sagt, ikonerna var också i en grön nyans för att matcha resten av infografen och göra det genomgående.

2. Strukturering av innehåll och text

Den befintliga infografikens innehåll kändes väldigt malplacerad och följde inte riktigt något mönster. Innehållet i sig kändes lite för luftigt och följde inte riktigt sättet hur man skulle bygga upp olika slags infografer, som exempel statistikinfigrafer. Fokuset ska ligga på data och ikonerna ska understryka den. Vilket jag upplever att saknas i de två första versionerna. Genom att placera den viktigaste informationen högst upp på infografen och göra texten mera tydlig i vad som är viktigt med den med hjälp av rubrik och texten under det gör det lättare för läsaren att gruppera texten och följa med hur den ska läsas.

3. Åtgärda datavisualiseringsprincipen och visualisera information

Detta är ett stort problem som finns främst i den andra versionen av infografen där det skalats bort av ikoner men istället gjort den viktiga texten med stor font och den mindre viktigare med en mindre och lämna bort ikonerna helt. I den nya versionen var problemet rätt så lätt att åtgärda genom att också ta i beaktande punkten ”visualisera informationen” för att på så sätt eliminera detta. En viktig del av infografens utseende är att det ska vara lockande och på fem till tio sekunder ska läsaren ha en överblick om vad nyckelbudskapet i infografen handlar om. Och eftersom information som inte visualiseras i en infograf inte anses viktigt var detta en väldigt viktig del att ta fasta på och fundera hur den kunde visualiseras för att till sin bästa förmåga bli förstådd snabbt av läsaren.

5.3 Utveckling av de olika delarna i infografen

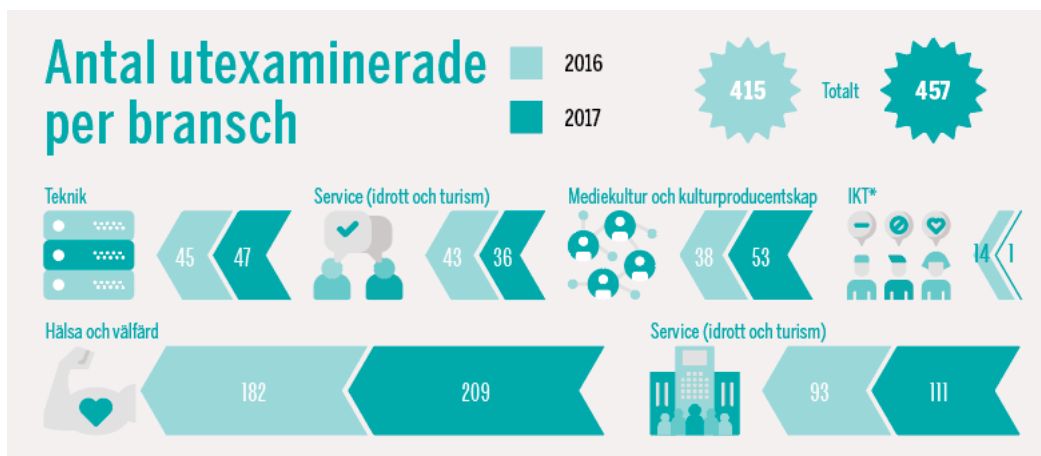
I detta kapitel kommer jag djupare att analysera hur de olika delarna i infografen har utvecklats längs med processen och jämföra dem med varandra och hur slutresultatet blev.

1. Antal utexaminerade per bransch

I denna del av infografen är ikonerna felaktiga för informationen och texten borde minimeras för att hålla sig till de olika metoderna. Informationen borde också visualiseras för att den ska anses lika viktig som resten av infografens visualiserade delar och detta var något som bör åtgärdas, vilket det i den slutliga versionen också gjordes. Texten minimerades och elementen visualiserades med både ikoner och med ett slags diagram som är olika långa beroende på hur många som blev färdiga det året. Det användes även olika nyanser av den gröna färgen för att urskilja de olika årtalen av när människor blivit utexaminerade och vid varje bransch fanns det en ikon för att visualisera den specifika branschen.



Figur 19. De tidigare versionerna av antal utexaminerade.



Figur 20. Slutgiltiga versionen av antal utexaminerade.

2. 3 597 sökande i gemensamma ansökan

I alla versioner har denna infografikdel haft en symbol, i de två första en penna och i den senaste människor. I den första versionen känns texten väldigt liten, likaså i den andra versionen. Pennan var där som symbol eftersom man ofta skriver en essä då man söker in, men ikonerna i sig var svår att integrera med texten, vilket gjorde att ikonerna ändrades till människor för att visualisera de 3597 sökande som sökte under 2017 in till Arcada. Den senaste versionen av infografiken tyckte jag själv passade in väldigt bra och motsvarade de riktlinjer och metoder som kommit fram, vilket gjorde att jag även körde med denna i den slutgiltiga versionen av infografiken.



Figur 21. De tidigare versionerna av gemensamma ansökan.



Figur 22. Slutgiltiga versionen av gemensamma ansökan.

3. 1 331 som avlagt 55 studiepoäng

Här bryter den andra versionen av infografiken mot datavisualiseringsprincipen där det viktigare i texten har en stor **fet** font och det mindre viktiga mindre font. För att denna ska hålla sig till metodernas riktlinjer angående visualisering ska den inneha en ikon och färgvärlden ska matcha resten av grafiken, vilket den sista versionen också har och jag ansåg även att den var så pass bra i balans och valde att använda den i den slutgiltiga versionen av infografen. Den möter upp metoderna och riktlinjerna som tagits fram.



Figur 23. De tidigare versionerna av studiepoäng.



Figur 24. Slutgiltiga versionen av studiepoäng.

4. 2 572 examensstudenter

Liksom figur 21 har denna också haft ikoner genomgående under hela processen. Ikonen i sig har återspeglat rätt så bra budskapet som var tänkt, men ändå upplever jag att ikonerna i sista versionen återspeglar mest det man vill säga med texten. Några desto större metoder eller riktlinjer strider inte denna infografik mot, såhär i efterhand upplever jag att texten är nästan oläslig mot den gröna färgen. Ikonen i sista versionen föreställer ett slags examensbetyg man får då man blir färdig från skolan.



Figur 25. De tidigare versionerna av examensstudenter.

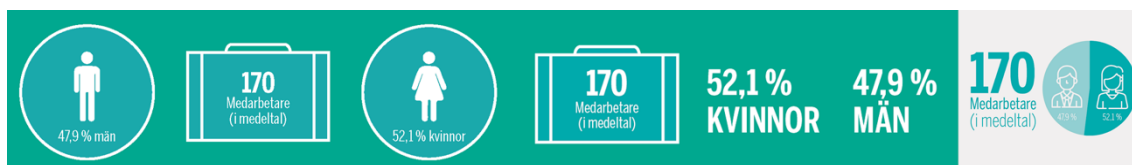


Figur 26. Slutgiltiga versionen av examensstudenter.

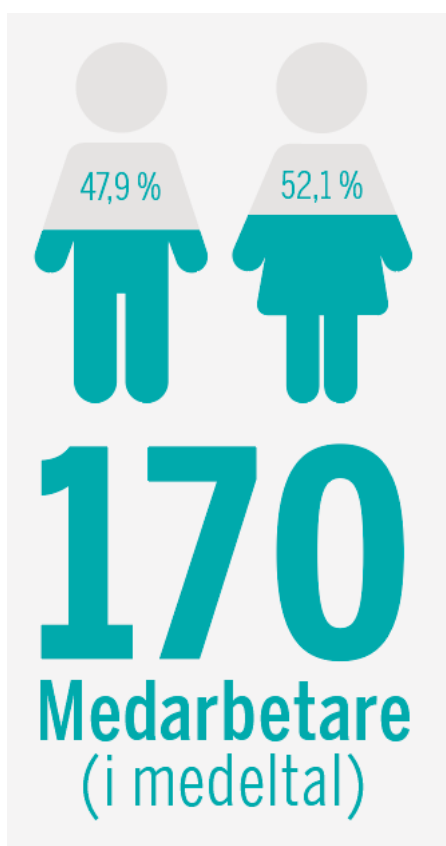
5. 170 medarbetare

I de två första versionerna känns elementen väldigt separata och inte alls sammanflätade, vilket understryker det jag skrivit om tidigare att ikonerna och texten varit malplacerad och själva designen upplevts stökig. Trots att det är en sak som ska sägas är det uppritat på tre olika element som känns väldigt avlägsna från varandra på något sätt. I den tredje versionen känns det bättre, men jag upplevde att det inte passade in ett cirkeldiagram i själva designen och bytte den därför i den slutgiltiga versionen mot en kvinna och en man som står bredvid varandra och fyllda enligt hur mycket procent av andelen det är. Jag tycker att det känns mera luftigt och stilrent på detta sätt än att ha dem ihop klämt i ett

cirkeldiagram, på detta sätt kunde endast en nyans av den gröna användas i denna andel av infografiken, vilket gör att slutresultatet känns mycket bättre samt att det lättar upp där det på andra ställen har använts flera nyanser av den gröna färgen.



Figur 27. De tidigare versionerna av medarbetare.



Figur 28. Slutgiltiga versionen av medarbetare.

6. 17 062 k€

Man kunde bra ha använt ikonerna i den första versionen i den tredje versionen. Men eftersom jag gärna ville minimera texten en aning valde jag en annan symbol som har streck runt eurosymbolen för att symbolisera omsättning-ordet. I den slutgiltiga versionen är det samma symbol och texten på nästan samma sätt, endast skriven på samma rad och svängd på andra ledet för att passa in i den slutgiltiga designen.



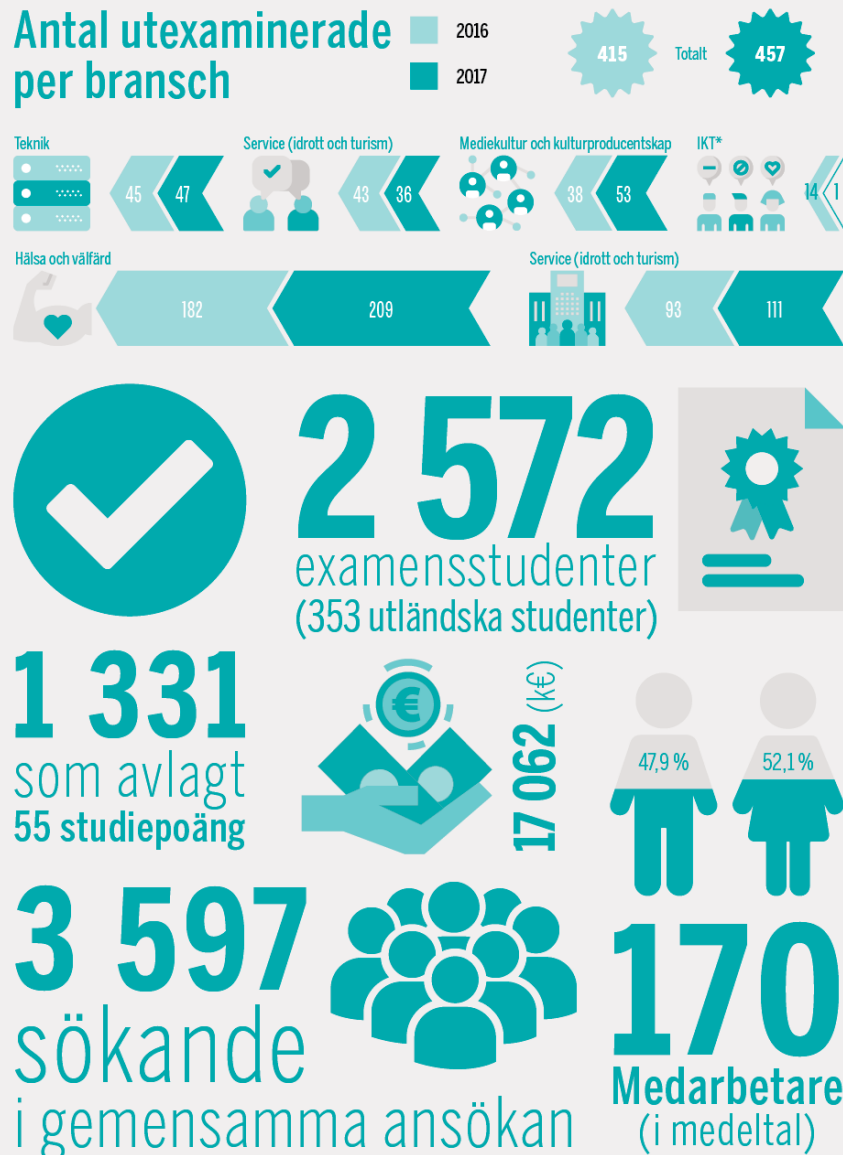
Figur 29. De tidigare versionerna av omsättningen.



Figur 30. Slutgiltiga versionen av omsättningen

Slutligen vill jag förstås visa hur själva infografen blev med alla de olika elementen som helhet jag anser vara estetisk tilltalande och stilren. Nu känns det som att designen sitter bättre än de tidigare versionerna och alla element är även visualiserade, vilket jag själv är glad att jag lyckades med. Jag är relativt nöjd med slutresultatet.

2017 i ett nötskal



Figur 31. Den slutliga versionen av infografen.

6 DISKUSSION OCH SLUTSATSER

När forskningen inleddes var målet att designa om den befintliga infografiken. Hur den skulle göras om var genom att identifiera problematik i den befintliga infografiken. Efter det skulle riktlinjer sammanställas för att kunna göra om infografiken och genom att ta riktlinjerna i beaktande kunde infografiken leva upp till de krav som finns. Till näst kommer jag att blicka tillbaka på mina forskningsfrågor och besvara dem, efter det kommer jag utveckla min slutsats.

Med vilka metoder kan jag identifiera informationsgrafikens största problem och brister?

För att kunna identifiera de största problemen och bristerna gjorde jag en utvärdering av den befintliga infografiken med hjälp av olika metoder i kapitel 2. De största problemen identifierades i infografiken och resultatet var följande:

Ikonernas relevans

Stökig design

Datavisualiseringsprinciperna följs inte

Färgval

Om det inte är visualiserat är det inte tillräckligt viktig information

Vilka riktlinjer bör följas för utformandet av den nya informationsgrafiken för att tillrättalägga de upptäckta bristerna i syfte att förbättra läsbarheten?

För att tillrättalägga problemen och kunna göra en ny design som lever upp till de krav som finns, utformades följande riktlinjer som skulle fungera som verktyg för arbetet:

1. Användning av färger och ikoner
2. Strukturering av innehåll och text
3. Åtgärda datavisualiseringsprincipen och visualisera information

Efter detta presenterades en redogörelse hur den nya designen utformats med hjälp av riktlinjerna och hur de olika versionerna på de olika delområden ändrats under processens gång. Jag anser att jag uppnått mitt mål i undersökningen eftersom jag har hittat

riktlinjer som använts i att göra om infografiken och tillrättalagt de problem och brister som fanns. Mina konkreta förväntningar uppnåddes också, eftersom den slutgiltiga infografiken blev en fungerande version som är enligt alla riktlinjer jag tidigare skrivit om.

Genom att ha hittat de olika metoderna har jag på ett enkelt och relativt smärtfritt sätt kunnat identifiera bristerna och problemen som funnits i den befintliga infografiken. Tack vare dem hittades ett flertal problem och brister, som jag inte själv kunnat tänka mig. Jag upplever att med hjälp av dessa metoder har det kommit fram tillräckligt med problem för att kunna göra en utvärdering på infografiken.

Teoristudierna har varit till en stor hjälp att ha som grund i utformandet av den nya infografiken. Trots att jag från tidigare har haft en del kunskap har det varit en väldigt ögonöppnande process att få djupdyka in i denna värld och få lära mig nya saker inom ett specifikt område jag definitivt kommer att ha nytta av i framtiden. Under arbetets gång har jag lärt mig mycket om hur en infograf ska byggas upp och jag kan lättare se hur jag kan använda mig av den informationen inför framtida projekt. Att ha varit tvungen att använda exakt samma information som i den tidigare versionen har varit utmanande, eftersom all den informationen måste rymmas med på sätt eller annat. Jag har lärt mig att infografik är lite som ett pussel, det består av en massa pusselbitar som ska pusslas ihop för att slutligen bli något slags mönster, som läsaren ska uppfatta som en bild av någonting.

Jag är medveten om att vissa av källorna är över 10 år gamla och oftast upplever man att ifall de är så gamla uppfyller de inte längre sitt syfte. Dock är de källorna som är över 10 år gamla lika relevanta idag som de var då när de skrevs.

Under processen har jag lärt mig mycket om mig själv och att det inte är så smart att skriva en forskning under en stressig tidsperiod i livet, där varje minut på dygnet är livsviktig. Det har lärt mig att faktiskt tvinga mig själv skriva, trots att viljan inte funnits där. Att tro att två meningar på en dag inte spelar någon roll, men i själva verket betyder det tio meningar på fem dagar. Att teorin och empirin är som en rosett som ska vara lika stor på båda sidorna för att hålla ihop. Jag har även blivit medveten om att min meningsuppbyggnad inte är korrekt. Summa summarum har det varit en rolig process, trots

att det inte alltid känts som det. Jag har lärt mig hur viktig betydelse infografik har för läsaren och att infografen faktiskt inte bara finns där för att se fin ut, utan att den finns för att lära oss nånting svårförklarat på ett enkelt sätt, eller för att snabbt få insyn i ett område. Slutligen fick jag även svar på en av de frågor jag gärna också ville ha besvarad i undersökningen nämligen, varför människor föredrar att läsa infografer istället för text? Jo, det går snabbare och informationen som blir presenterad har större sannolikhet att bli ihågkommen. Så nästa gång du tänker göra något visuellt, tänk infografik.

Arbetet har presenterat metoder för att kunna identifiera möjliga fel i en befintlig infograf och riktlinjer för att tillrättalägga de problem som fanns. Med tanke på fortsatt forskning kunde man välja ut andra infografer att analysera och designa om dem, för att se ifall de framtagna metoderna från kapitel 2, kunde vara applicerbara på även andra verk och det är möjligt att uppnå samma resultat som i forskningen. Det vore även intressant att göra en grundligare forskning i hur rörlig infografik skiljer sig från den som finns på nätet och i tidningar. Man kunde exempelvis jämföra olika stilar och se ifall det har en inverkan vilka verktyg designern använt sig av, hur stor skillnad det är om designern använt sig av ett kostnadsfritt program eller ett betalt program.

KÄLLOR

- Arcada, 2018, *Hemsida*, Tillgänglig: www.arcada.fi Hämtad: 14.10.2018.
- Baer, K., 2009, *Information Design Workbook*, Rockport Publishers Inc, 240 s.
- Bergström, B., 2001, *Effektiv visuell kommunikation*, Carlsson Bokförlag, 303 s.
- Bhuller, G., 2014, *5 Key Elements of a Successful Infographic*, Tillgänglig: <https://www.envisionup.com/blog/5-key-elements-of-a-successful-infographic/> Hämtad: 3.4.2019.
- Boynton, E., 2015, *Why Infographics are essential for content marketing*, Tillgänglig: <https://www.onespot.com/measurement/why-infographics-are-essential-for-content-marketing/> Hämtad: 25.11.2018.
- Campbell-Dollaghan, K., 2013, *These 230-Year-Old Charts and Graphs Were the Very First Infographics*, Tillgänglig: <https://gizmodo.com/these-250-year-old-charts-and-graphs-were-the-very-firs-1445388576> Hämtad: 24.4.2019.
- Candy, L., 2006, *Practice Based Research: A Guide*, Tillgänglig: https://www.researchgate.net/publication/257944497_Practice_Based_Research_A_Guide Hämtad: 17.2.2019.
- Candy, L. & Edmonds, E., 2018, *Practice-Based Research in the Creative Arts*, Tillgänglig: https://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/LEON_a_01471 Hämtad: 24.2.2019.
- Fodge, M., 2010, Bildanalys. I: Ekström, M. och Larsson, L. (red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Studentlitteratur, Lund, s. 179-191.
- Heittola, T., 2017, *Infografiikkaa viestinnässä – visualisoi monimutkaiset kokonaisuudet*. Tillgänglig: <https://www.reco.fi/infografiikka-viestinnassa-visualisoi-monimutkaiset-kokonaisuudet/> Hämtad: 14.5.2018.
- Krum, R., 2014, *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design*, John Wiley & Sons, Inc. Tillgänglig: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/arcada-ebooks/reader.action?docID=1566515&query=information+graphics> Hämtad: 17.2.2019.
- Krystian, M., 2017, *12 Most Common Types of Infographics*. Tillgänglig: <https://infogram.com/blog/12-types-of-infographics/> Hämtad: 29.12.2018.
- McGuire, S., 2018, *The Top 9 Types of Infographics and When to Use Them*.

- Tillgänglig: <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/>
Hämtad: 28.12.2018.
- Medarbetarwebben, 2018, *Infografik*, Tillgänglig:
<https://www.medarbetarwebben.lu.se/stod-och-verktyg/kommunikation-och-grafisk-profil/bild-och-film/infografik> Hämtad: 14.5.2018.
- Icons8, 2017, *What Is an Infographic: Types, Examples, Tips*, Tillgänglig:
<https://icons8.com/articles/what-is-an-infographic/> Hämtad: 17.10.2018.
- So, A., 2012, *You suck at infographics*, Tillgänglig:
<https://www.wired.com/2012/07/you-suck-at-infographics/> Hämtad: 17.2.2019.
- Shur, R., 2011, *Ethical standards för infographics*,
Tillgänglig: <http://occasionalplanet.org/2011/11/10/ethical-standards-for-infographics/> Hämtad: 17.2.2019.
- Söderström, J., 2018, *Söderström kräver: Bättre informationsdesign*. Tillgänglig:
<https://www.inuse.se/blogg/soderstrom-kraver-battre-informationsdesign/>
Hämtad: 3.11.2018.
- Visually, 2018, *History of Infographics*, Tillgänglig:
<https://visual.ly/m/history-of-infographics/> Hämtad: 24.4.2019.
- Yau, N., 2011, *Visualize This : The FlowingData Guide to Design, Visualization, and Statistics*, John Wiley & Sons Inc. Tillgänglig: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/arcada-ebooks/detail.action?docID=693541> Hämtad: 17.2.2019.
- Österhof, S., 2016, *Informationsgrafik – vad är det?* Tillgänglig:
<https://www.soja.se/2016/05/06/infografik-vadardet/> Hämtad: 25.11.2018.