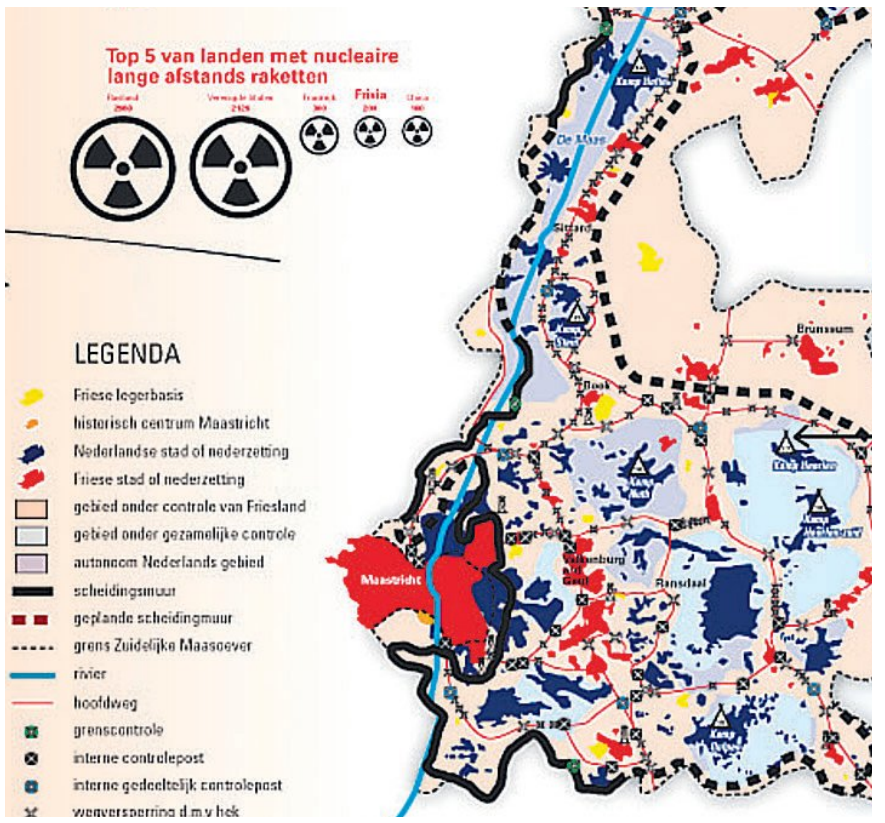
Laat het me zien en ik zal het onthouden



Ruiter Janssen maakte voor zijn afstuderen een graphic over het fictieve Frisia-Nederland Conflict uit *Het zijn net mensen* van Joris Luyendijk.

Gedrukte en digitale media laten informatie zien door middel van infographics. Maar media gaan er zelf niet altijd goed mee om. Infographicsmakers praten er vandaag over op een congres.

Door onze redacteur
JAN BENJAMIN

ROTTERDAM, 4 MAART. Bruine golven kronkelen over het beeldscherm. Eb en vloed van speelfilms. De Amerikaanse krant *The New York Times* plaatste enkele jaren geleden een infographic op de website over de opbrengst van films in de eerste dagen na de première.

Een prachtige infographic, zeer veel werk, maar tamelijk onleesbaar, zegt Frédérik Ruys. „De krant geeft nauwelijks uitleg bij de graphic en laat alle conclusies aan de lezer over. Ze hadden moeten zeggen: kijk eens naar deze film. Die begon slecht, maar heeft wel lang gedraaid."

Ruys is ontwerper van infographics. Hij werkte onder meer voor het *AD*, *Het Financieele Dagblad* en nu voor de VPRO. Ruys is ook medeorganisator van het congres Infographics 2011, dat vandaag wordt gehouden in Zeist. Honderden infographicsmakers uit Nederland praten daar over hun vak. En reiken de BNO-NVJ Jaarprijs uit voor beste graphic.

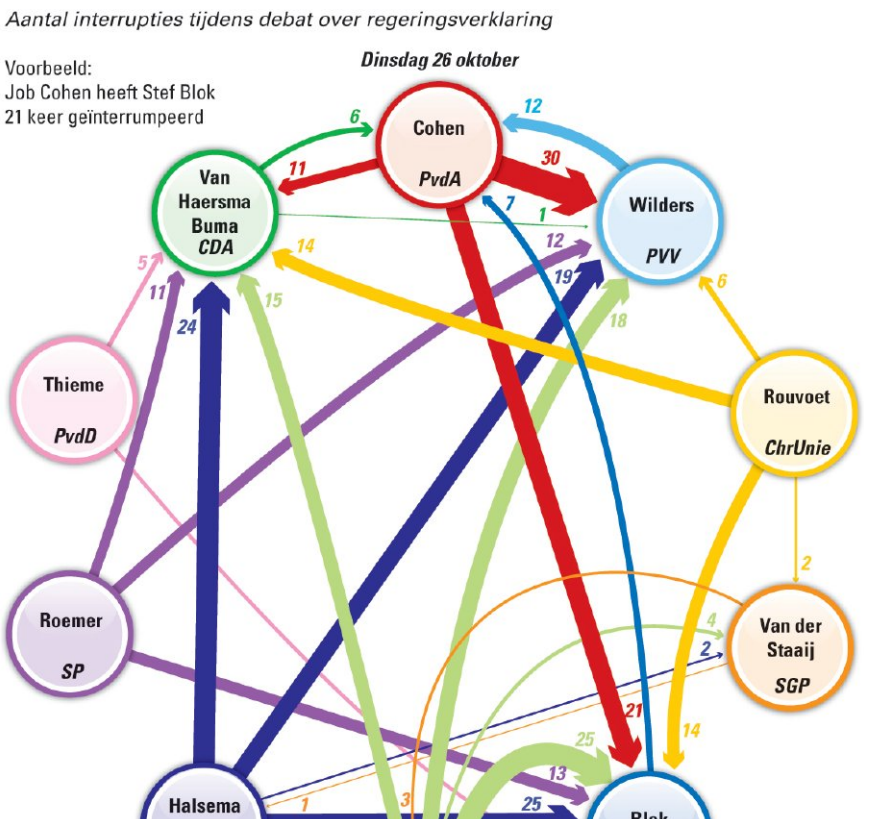
„Bij veel infographics lijkt de vormgeving tegenwoordig belangrijker te worden gevonden dan inhoud", zegt Ruys. „Dat zie je bij The New York Times maar ook bij andere media. Dat is beangstigend. Het publiek moet infographics niet gaan zien als ingewikkelde dingen. Dan gaat snel het mes erin." Hij heeft het zelf meegemaakt bij het AD. De nieuwe eigenaar, de Persgroep, bezuinigde fors op de infographics-afdeling. „Bij beeld denken ze daar aan een plaatje met een praatje, een foto met een bijschrift. Maar daarmee heb je geen informatief beeldverhaal."

Infographics zijn belangrijk, zegt Ruys. Hij citeert een van de sprekers tijdens het congres: 'Vertel het me en ik zal het vergeten. Laat het me zien en ik zal het onthouden.' Een infographic kan een verhaal duidelijker vertellen. Bovendien bieden websites en tabletcomputers mogelijkheden om ze interactief te maken.

Een aantal kranten heeft dat begrepen, zegt Ruys, zoals *Het Financieele Dagblad* en *NRC Handelsblad*. Hij roemt de Bezuinigingsmeter van NRC Handelsblad. Gebruikers kunnen zelf een pakket bezuinigingsmaatregelen samenstellen. „Dat daagt lezers uit om zelf afwegingen te maken en het probleem op te lossen."

Infographics leren journalisten kritisch om te gaan met statistische informatie, stelt Ruys. „Ik kreeg vroeger wel eens het verzoek iets te maken bij een bericht over werkloosheid. Bij analyse van de gegevens bleek de trend die een verslaggever vermoedde, er helemaal niet te zijn. Dan maar geen graphic, zeiden ze dan."

Een belangrijk probleem is de beschikbaarheid van gegevens. Met name van de overheid, bijvoorbeeld criminaliteitscijfers, gegevens over verkeersveiligheid of voeding. „De Amerikaanse overheid plaatst alle overheidsdata in een gebruiksvriendelijk format op internet", zegt Ruys. „Maar de Nederlandse overheid zit op slot. Het is vaak niet eens onwil dat ministeries databestanden over publieke zaken niet beschikbaar hebben. Het gaat eerder om onhandige interfaces en lastige bestandsformaten. De wil is er wel, het is eerder onhandigheid."



Fokke Gerritsma (*NRC Handelsblad, nrc.next*) maakte een infographic over het aantal interrupties in de Tweede Kamer tijdens de regeringsverklaring.

Tien genomineerden voor Infographics Jaarprijzen

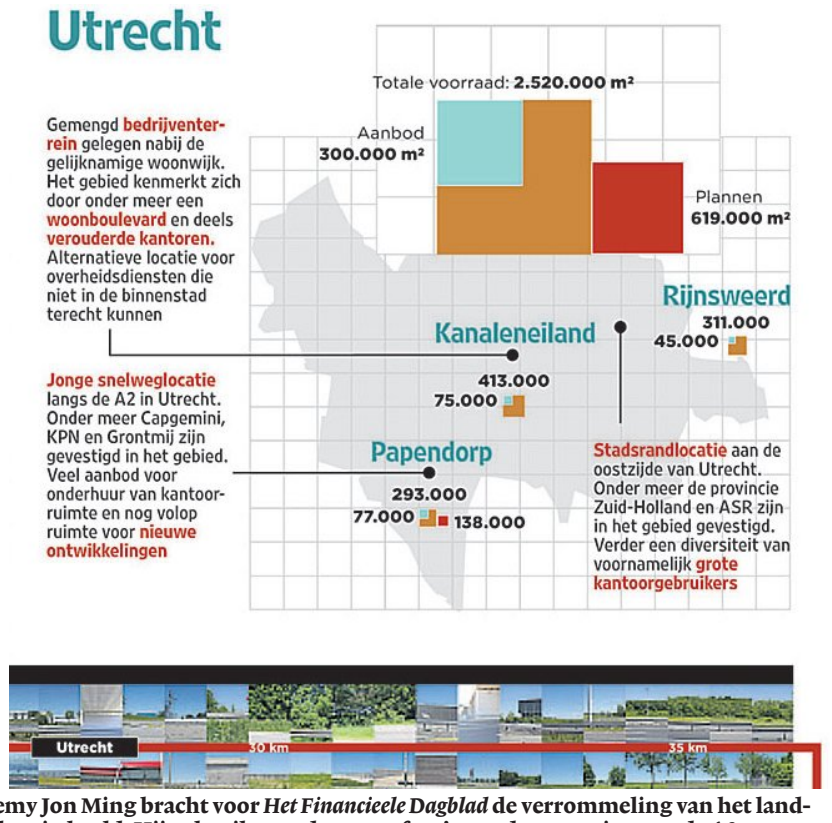
Op het congres Infographics 2011 worden vanmiddag prijzen uitgereikt in twee categorieën: statische graphics voor gedrukte media en dynamische graphics voor digitale media. De vijf 'statische' genomineerden staan op deze pagina. De vijf 'dynamische' genomineerden zijn:

- Erik van Gameren - Wat is uw bezuinigingspakket (NRC Handelsblad)
- oeHoe, Maaike Wijnands - Fotosynthese (NCB Naturalis)
- WOUW! - Altijd Wat Wijzer Voedselverspilling (NCRV Altijd Wat)
- WOUW! - Altijd Wat Wijzer Dementie (NCRV Altijd Wat)
- Roel de Jonge - Prinsjesdag (ministerie van Financiën)

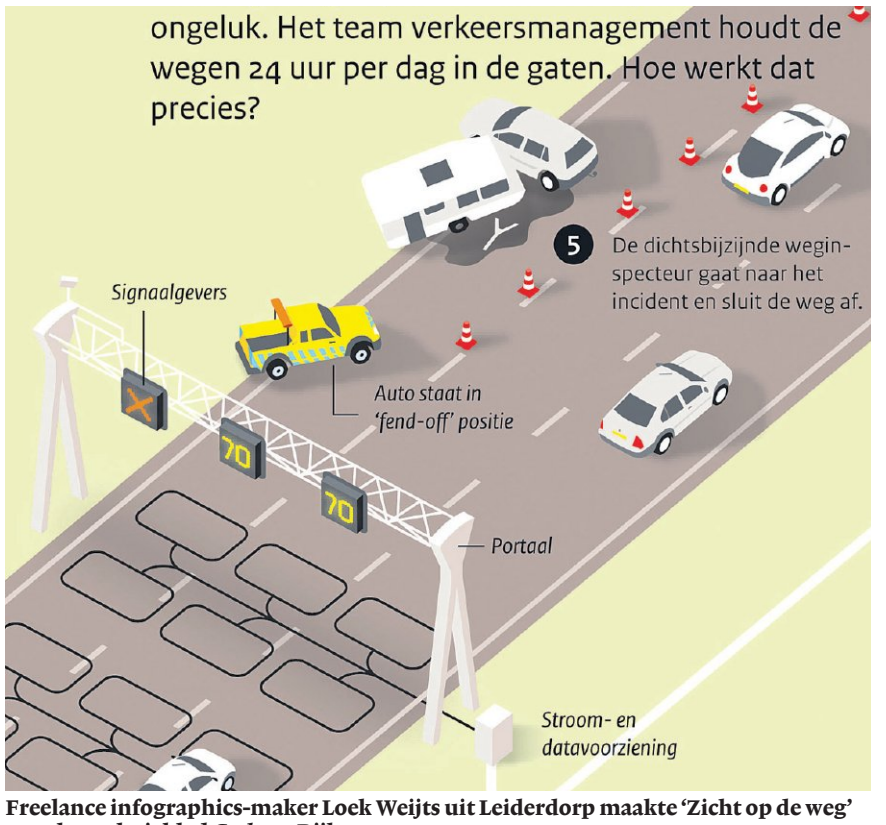
Te bekijken op www.infographics.eu en www.nrc.nl/infographics

VPRO komt met programma 'Nederland van boven'

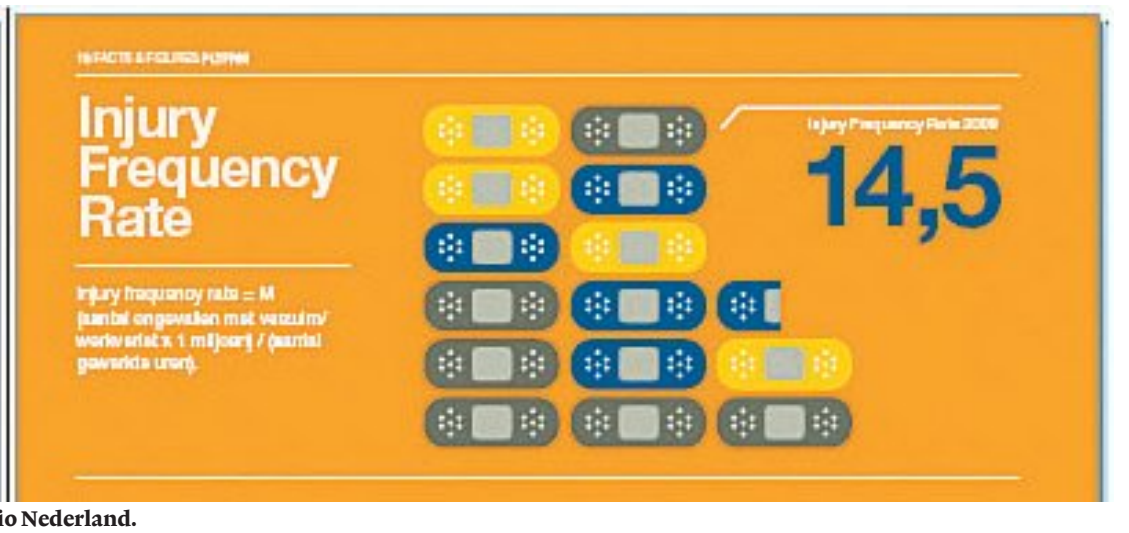
De VPRO brengt in de herfst *Nederland van boven*, een crossmediaal project op tv, radio en internet. Dat moet een „spectaculaire kijk" bieden op Nederland van bovenaf. De redactie analyseert, combineert en visualiseert informatie als vluchtgegevens, transportcijfers, vogelbewegingen. „Uit ons onderzoek blijkt dat vogels bij hun trek gebruikmaken van de termiek van hete spoorrails", zegt Frédérik Ruys, medeorganisator van het Infographics-congres. Hij werkt mee aan het project als datajournalist en visualizer. Het programma is geïnspireerd op *Britain from above* van de BBC. Dat bracht onder meer de vliegbewegingen boven Groot-Brittannië in kaart en het verkeer op Picadilly Circus in Londen. Zie bbc.co.uk/britainfromabove.



Remy Jon Ming bracht voor *Het Financieele Dagblad* de verrommeling van het landschap in beeld. Hij gebruikte onder meer foto's van de omgeving van de A2.



Freelance infographics-maker Loek Weijts uit Leiderdorp maakte 'Zicht op de weg' voor het relatieblad *Geel* van Rijkswaterstaat.



Dawn, bureau voor grafische vormgeving, maakte PLTFRM, een 0-nummer voor Volkerrail. Thema: Scenario Nederland.