



عنوان مقاله:

۱۰ گام تا طراحی یک اینفوگرافیک جذاب

چکیده مقاله:

۱۰ گام تا طراحی یک اینفوگرافیک جذاب، در دنیای فن‌آوری، اطلاعات می‌تواند مفید و یا حتی زیبا باشد اما تنها زمانی که بسیار حرفه‌ای و زیبا ارائه شده باشد. در بمباران اطلاعات در دنیای امروز، هر پیغامی که به صورت نامنظم و با نبود یک طرح یا قالب خاص ارائه شود، از آن به سادگی گذر می‌شود. به همین دلیل است که گرافیک‌های اطلاع‌رسان در عصر امروز مورد استقبال مخاطبان واقع شده‌اند. اینفوگرافیک‌ها، طراحی‌های بصری هستند که به توضیح داده‌های پیچیده به شکلی آسان کمک می‌کنند.

اما آن‌ها چگونه ایجاد می‌شوند؟ و یک طراح چه چیزی باید درباره خلق یک اینفوگرافیک بداند؟

این پنجمین مقاله در حوزه اینفوگرافیک می‌باشد. حتماً مقاله اول، دوم، سوم و چهارم را ابتدا مشاهده نمایید و سپس این مقاله را مطالعه نمایید.

از مجموع مقالات آکادمی نیک درس

[لینک دسترسی به این مقاله در وب سایت آکادمی نیک درس](#)

۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک

۱. جمع آوری داده

این کار از پایش همه داده‌ها آغاز می‌شود. در آغاز همه اطلاعات را در حوزه‌های مختلف جمع‌آوری می‌کنیم، این اطلاعات ممکن است در انواع فایل‌های مختلف ذخیره‌شده باشد؛ مثل اکسل، ورد، PDF و غیره. باید ارتباط بین این داده‌ها و شاخص مورد ارزیابی را مشخص کرده. که این می‌شود شروع یک پژوهش مضاعف برای بدست آوردن منابع جدید، که جزء یکی از ۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک می‌باشد. تصویری کامل از داستان، معمولاً از برداشت‌های پراکنده به دست می‌آید. می‌توان گفت که اینفوگرافیک تنها در یک چارت بسته خلاصه نمی‌شود.



۲. مطالعه همه چیز

باید یکی از گام‌های مهم از ۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک را مطالعه بدانیم که این تنها حقیقت برجسته است و باقی مسائل را تحت شعاع قرار می‌دهد، که اگر اصولی انجام شود منجر به نتایجی می‌شود که از اتلاف وقت در آینده جلوگیری می‌کند. در یک پژوهش اگر مطالعه و جمع‌آوری اطلاعات درست انجام نشود می‌تواند تصاویر بزرگی را منحرف کند. همچنان که ممکن است این مسئله را در طول فرآیند درک یا مخاطب پس از اتمام پروژه متوجه این موضوع خواهد شد.

هیچ چیز بدتر از این وجود ندارد که درحالی که سخت بر روی پروژه کار می‌کنید، ببینید آن بخش از محتوای اصلی‌تان برداشتی جدا از چیزی که شما در نظر داشته‌اید را ارائه می‌دهد فقط به این خاطر که شما با نقاط، متصل نشده‌اید. طراحانی که اینفوگرافیک‌ها را می‌سازند با شکاف داده‌ها سازگار شده‌اند، مطمئن شوید که هیچ اطلاعات مهمی نیست که از دست داده باشید و حقایق به درستی داستان شما را تأیید می‌کنند.



۳. یافتن روایت

داده‌هایی که ماهیت خسته‌کننده دارند، اگر به شکل ساده در اختیار مخاطب قرار بگیرد، آن ماهیت را حفظ می‌کنند مگر این که آن را به شکل اینفوگرافیک طراحی کنید اینفوگرافیک‌ها با یک هدف منحصربه‌فرد آغاز می‌شوند. این هدف ممکن است در نهایت به روشن شدن مجموعه‌ای از داده‌ها، توضیح فرآیندها، برجسته‌سازی یک‌روند یا پشتیبانی از برخی بحث‌ها را شامل شود. یافتن یک روایت بزرگ مانع اولیه است. اما جزء ۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک و مهم‌ترین جزء می‌باشد و اکنون که با داده‌ها آشنا شده‌اید، می‌توانید آن را با یک داستان جذاب روایت کنید. و به این سؤالات پاسخ دهید که آیا به موضوعات مربوط به این موضوع مخاطب علاقه دارد؟ آیا این موضوع ارزش دارد که به صورت یک داستان درآید؟



۴. شناسایی مسائل

زمانی که روایت‌های مختلف و داستان‌های با بیان‌های متفاوت را می‌یابید آنگاه داستان اصلی از میان داستان‌هایی که در دست دارید، ظاهر می‌شود، در واقع با کنار هم قرار دادن وقایع به داستان اصلی و واقعیت دست پیدا می‌کنید. در بسیاری از موارد، داده داستان، از داستانی که مشتری می‌خواهد تعریف کند، پشتیبانی نمی‌کند. یا فقط مشتری از طراح می‌خواهد که فقط از حقایق و داده‌هایی استفاده کند که نگاهی خوب به آن‌ها دارد، در واقع می‌خواهد بعضی داده‌ها به اشتراک گذاشته نشود.

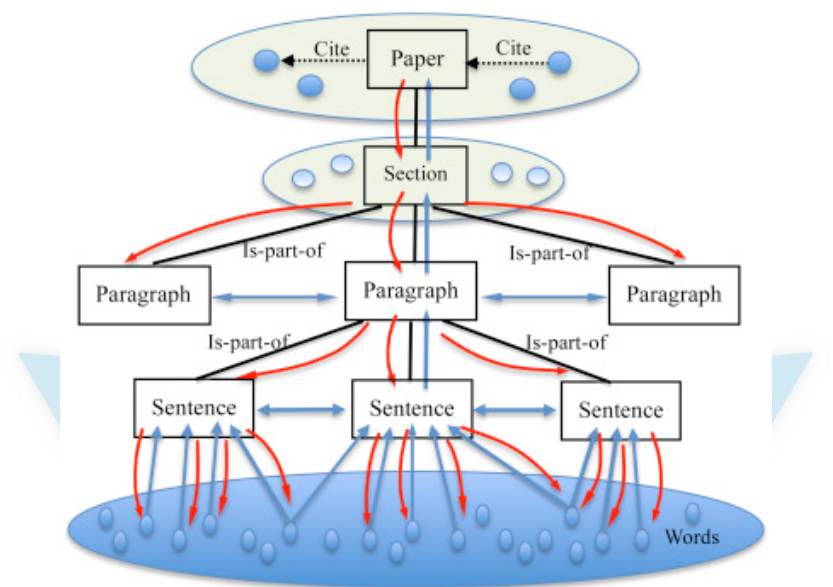
گاهی مشتریان نمی‌خواهند که هیاهویی گمراه‌کننده به راه بیفتد. در این شرایط گام بعدی در ۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک یک کار مجدد بر روی داستان داده است. به این صورت که مطالعاتی بر روی موضوع که در چندین روز انجام شده است را بررسی نمایید و یک راهنمای باارزشی برای کشف روایت‌های دقیق بیشتر و ارائه آن در اختیار مخاطب قرار دهید را طراحی نمایید. صداقت در اطلاعات، تجربه‌ای برای کشف به دست می‌دهد. این موضوع همیشه راهگشای خیلی از مسائل می‌تواند باشد.



۵. ایجاد نظم سلسله مراتبی

تقریباً در هر بخشی از پژوهش، قهرمانی وجود دارد که داستان را به پیش می‌راند. که باید شما آن را در پروسه، ۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک آن را پیدا کنید و زمانی که آن را یافتید تبدیل به راهی برای سازمان‌دهی پروژه و ایجاد سلسله‌مراتب مشخص برای ساختار اینفوگرافیک می‌شود. عناصر پشتیبان پس از آن هماهنگ می‌شوند تا داستان بتواند به درستی نقل

شود.



نیک درس

۶. ساخت یک چارچوب

هنگامی که داده‌ها جستجو و مرتب، مهم‌ترین حقایق انتخاب شدند و سلسله‌مراتب آن تعیین شد، گام بعدی در ۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک ایجاد یک قالب است. در اینجا طراح درکی بصری از مهم‌ترین اطلاعاتی که باید ارائه شود، به دست می‌آورد و این درواقع پیش‌طرحی است که باید برای بررسی به مشتری ارسال شود. این طرح، نهایی نیست اما پیش‌طرحی است که برای بحث و گفتگو با مشتری ایجادشده و توافق را در ساختار نهایی ممکن می‌سازد.



نیک درس

۷. انتخاب قالب

قالب‌ها و روش‌های بی‌شماری برای ارائه داده‌ها وجود دارند. ۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک که گام هفتم آن انتخاب قالب است، ممکن است از نگاه برخی افراد بهترین رویکرد نمایش داده‌ها با چارت‌ها و گراف‌های سنتی (نواری، خطی و لوله‌ای) باشد. یا اینکه نیازمند یک دیاگرام یا فلوجارت برای توضیح فرآیند باشد.

یک نقشه ممکن است بهترین راه برای بیان داستان یا شاید نمایش اعداد بهترین باشد. با توجه به بودجه شاید بتوان از قالب‌های سه‌بعدی یا ماکت‌ها استفاده نمود، در واقع برای بصری سازی داده‌ها روش‌های مختلفی وجود دارد که با توجه به بودجه و روایت داستان و انواع داده می‌توان انتخاب نمود. در هر موردی، در هر صورت می‌توان تصمیم گرفت که می‌شود برای نمایش داده از یک یا ترکیبی از این قالب‌ها استفاده نمود.

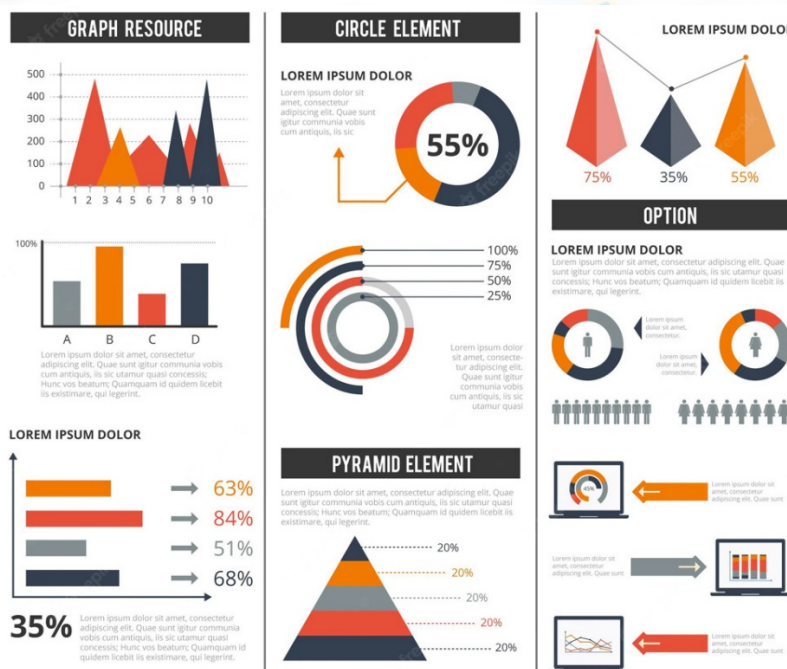


۸. تعیین یک رویکرد بصری

تعیین یک رویکرد بصری هشتمین گام از ۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک می‌باشد، که در این مرحله دو رویکرد بصری فراگیر برای تشخیص نگاه و احساسی که یک اینفوگرافیک ایجاد می‌کند، وجود دارد. در یک دسته، افرادی هستند که ترجیح می‌دهند داده‌های خام زیبا تولید کنند (دیوید مک کندلس، نیکولاس فلتون و سایر افرادی که از این رویکرد تبعیت می‌کنند). این رویکرد عموماً از نوعی چارت و گراف استفاده می‌کند که از نظر بصری جذابیت زیادی برای مخاطبان دارد. استفاده از رنگ، فن چاپ و ساختاری که قطعه را جذاب می‌کند، از قبیل یک مقدمه کار به صورت هنر در این رویکرد معمول است.

دسته دوم شامل کسانی (از قبیل: پیترو اورتافت و اسکات استوول) می‌شوند که ترجیح می‌دهند از تصاویر و استعاره‌ها استفاده کنند. در اینجا داده‌ها عموماً تبدیل می‌شوند و روایتی بصری برای مخاطبان نقل می‌گردد. اغلب نسبت کمی میان این رویکرد و چارت یا گراف وجود دارد.

و رویکرد سوم ترکیبی از چارت‌ها و گراف‌ها است که توسط عناصر بصری بیشتر احاطه شده است، و یا جلوه‌های بصری ناب را با ارائه داده‌های سنتی همراه می‌شود. در واقع اطلاعات در دسترس، برند مشتری و موضوع همان چیزهایی هستند که راهکارهای نهایی را مشخص می‌کنند.



۹. پالایش و آزمون

پالایش و آزمون گامی است مهم در ۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک که همزمان با شکل گرفتن اینفوگرافیک و زمانی که یک فرم بصری به خود می‌گیرد، پالایش نیز آغاز می‌شود. مشتریانی چه در داده‌ها و چه داستان‌سرایی بصری برای این‌که بتوانند از تطابق اهداف و مقاصدشان و روند تولید محصول نهایی آگاه شوند، درگیر کار با جزئیات می‌شوند. شرکت‌ها، عموماً فرصتی را پیش روی مشتریان خود قرار می‌دهند، به‌عنوان مثال یک استودیو مخصوص آزمون دارند که مطمئن شوند طرحی که تولیدشده است به‌آسانی قابل‌درک و خواندن است. این کار بخصوص برای مشتریانی که پیش‌تر داده‌ها را ندیده‌اند از اهمیت بسزایی برخوردار است. شرکت‌ها، ارزیابی طراحی و تکرار را تا جایی انجام می‌دهند که طرح به‌طور کامل روشن و قابل‌درک باشد. این عقب و جلو کردن میان مشتری و گروه داخلی زمانی به پایان می‌رسد که هرکسی به‌راحتی بتواند اطلاعاتی را که ارائه‌شده است را در بهترین شکل خود درک و دریافت کند.



۱۰. انتشار برای جهان

بزرگ‌ترین اینفوگرافیک‌ها به صورت آنلاین به اشتراک‌گذاری شده‌اند. حتی تصاویر چاپی نیز در برخی نشریات آنلاین مد به چاپ می‌رسند. این مرحله از ۱۰ گام طراحی اینفوگرافیک در واقع جایی است که کار شما در آن محک می‌خورد. داده‌ای که ویژگی‌های جالبی دارد، از راه‌های بسیار توسط مخاطبان مختلف دریافت می‌شود. بررسی همه حقایق و قابل تصویر کردن همه آن به این معنا نیست که شما همه جنبه‌های داستان را پوشش داده‌اید. بنابراین حتی اگر یک‌بار طرح شما منتشر شده است، بحث‌های آنلاین می‌توانند گسترش یابند و درک‌های مختلفی از یک طرح ارائه شده مورد بررسی جمعی قرار گیرد، و این به این معناست که پروژه هرگز روی زمین باقی نمی‌ماند. یک طراحی موشکافانه قوی چیزی است که ذهن مخاطبان را فعال نگه می‌دارد.

طراحان اینفوگرافیک افرادی غیر معمولی هستند. با این که بودجه برای این بخش به ندرت مصرف می‌شود، آن‌ها همچنان کار خود را با عشق ادامه می‌دهند.



چرا اینفوگرافیک تا این حد مهم است؟

هر دو نوع محتوای تصویری و محتوای متنی به تنهایی روش‌های مفید اما ناقصی برای برقراری ارتباط و انتقال پیام به مخاطب هستند. زبان نوشتار اجازه می‌دهد که بی‌نیازی تحلیل و برداشت از یک مفهوم توضیح داده‌شده، صورت گیرد که البته این موضوع به توان پردازش اطلاعات خواننده مربوط می‌شود. درک محتوای بصری و تصاویر برای خواننده راحت‌تر است، اما همین رسانه هم در بیان مفاهیم انتزاعی ناتوان عمل می‌کند. به همین خاطر است که تولید اینفوگرافیک تا این اندازه مورد توجه بوده است؛ چراکه در آن ترکیب شدن متن و تصویر به معنی استفاده از نقاط قوت هر دو نوع محتوا و کاهش ضعف در انتقال مفاهیمی می‌باشد که تولید محتوا باهدف جلب توجه مخاطب و شرح آن‌ها انجام شده است.

چرا باید طراحی اینفوگرافیک را جزئی از راهبرد بازاریابی محتوای خود قرار دهید؟

- ❖ اینفوگرافیک محتوای جالب و جذابی است.
- ❖ محتوای بصری به سرعت توسط مغز اسکن و در حافظهٔ مخاطب ثبت می‌شود.
- ❖ سرعت انتشار اینفوگرافیک در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بسیار زیاد است
- ❖ اینفوگرافیک قدرت ثبت شدن به نام اولین منتشرکننده را دارد
- ❖ پوشش جهانی محتوای بصری
- ❖ برند کردن محتوای خلق‌شده در حین تولید اینفوگرافیک
- ❖ افزایش ترافیک ورودی یک وبسایت
- ❖ افزایش رتبه وبسایت تولیدکننده در موتورهای جستجو
- ❖ تولید محتوای گرافیکی به معنی درک بالای خالقان آن از یک موضوع است.

وقتی کسی دست به تولید اینفوگرافیک می‌برد، یعنی از یک موضوع به درک بالا و اشراف کامل رسیده است. این یعنی قدرت و دانش او به حدی بوده است که توانسته اطلاعات و پیغام مورد نظر خود را در قالب یک محتوای تصویری همراه با متن به دیگران انتقال و به آن‌ها تفهیم کند. پس تولید اینفوگرافیک در حقیقت به معنای متخصص بودن خالق آن است و این موضوع تأثیر بسیار خوبی روی جلب نظر مخاطبان باهوش خواهد داشت.

شاخص‌های اینفوگرافیک خوب و اثربخش

- ❖ سازمان‌دهی شده است و یک خط داستانی مشخص دارد.

- ❖ بین تمام بخش‌های آن پیوند اطلاعاتی وجود دارد.
- ❖ حاوی یک داستان باشد.
- ❖ هر بخش از اطلاعات ارائه‌شده در آن، یک عنوان خوب برای جلب توجه مخاطب داشته باشد.
- ❖ از نظر رنگ‌آمیزی حرفه‌ای، دقیق و جذاب باشد.
- ❖ تا حد ممکن فارغ از زبان طراحی شده برای همه افراد قابل درک باشد.





عنوان مقاله:

۱۰ گام تا طراحی یک اینفوگرافیک جذاب

نتیجه گیری:

همه تولیدکنندگان محتوا، دائماً در حال تلاش برای جمع‌آوری، سازمان‌دهی و مرتب‌سازی اطلاعاتی هستند که می‌خواهند دیر یا زود آن‌ها را به اشتراک بگذارند. کافی است، اراده کنیم تا حجم زیادی از داده را در اطراف خود پیدا کنیم، واقعاً مفید و کاربردی است؟ چقدر از داده‌ها هر بار بدون آن که از آن استفاده شود به هدر می‌رود؟

در خصوص محتوای تولید شده نیز دقیقاً همین رویداد اتفاق می‌افتد. کافی است یک واژه را در موتورهای جستجو، سرچ کنیم تا سیلی از اطلاعات به سمت ما جاری شود. بی‌تردید برای تولید این محتواها، زحمت زیادی کشیده شده است؛ اما آیا می‌توانیم از همه آن‌ها استفاده کنیم؟ ما در پی محتوایی هستیم که علاوه بر صحیح و علمی بودن تا حد امکان مختصر، مفید و البته گویا باشد. شاید اینفوگرافیک تاکنون در این زمینه یکی از موفق‌ترین انواع محتوا باشد.

آکادمی نیک درس امیدوار است که بتواند گامی کوچک در کمک به شما عزیزان برای به دست آوردن مهارت در حرفه‌های مختلف داشته باشد. قدر تک‌تک لحظه‌ها را بدانید و شادباشید.

از مجموع مقالات آکادمی نیک درس

[لینک دسترسی به این مقاله در وب سایت آکادمی نیک درس](#)

آکادمی نیک درس، در انتهای تابستان ۱۴۰۰ فعالیت خود را با هدف انتقال تجربه مدرسین در حوزه‌های مختلف از جمله دروس مدرسه و دانشگاه (تمامی رشته‌ها و تمامی مقاطع)، دروس حوزه علمیه، مهارت‌های بازارکار، هنر، صنعت، آشپزی، نرم‌افزارهای کاربردی و ... با کیفیت مطلوب جهت سربلندی کشور اسلامی عزیزمان ایران، آغاز نموده است.

تلاش شبانه‌روزی همکاران ما در آکادمی نیک درس جهت ارائه خدمات آموزش با کیفیت و مطلوب، با قیمتی پایین جهت پیش برد اهداف از قبل تعیین شده از جمله تحقق عدالت آموزشی، دسترسی آسان و با کیفیت به آموزش‌های متنوع در زمینه‌های گوناگون برای اقشار مختلف جامعه در استان‌ها، شهرها و روستاها و حتی در مناطق کمتر برخوردار می‌باشد.

امید است که با معرفی آکادمی نیک درس به دوستان و آشنایان خود، ما را جهت پیشبرد این اهداف یاری نمائید.

در صورت تمایل به تدریس و یا تمایل به نویسندگی مقالات در آکادمی نیک درس،
مهارت‌های خود را در [فرم همکاری با ما](#) در آکادمی نیک درس، ثبت نمائید.



www.NikDars.com