

Juryrapport infographic jaarprijs 2009

Het aantal inzendingen voor de infographic jaarprijs 2009 overtreft dat van eerdere jaren. De deelnemers zenden 59 werken in voor de categorie editorial (redactioneel) en 52 voor non-editorial (niet redactioneel). Van deze 111 ingeleverde werkstukken zijn er 25 ontworpen voor een digitale omgeving. Ook hier is een stijging te zien in vergelijking met voorgaande jaren. Als voorwaarde voor het meedingen naar de infographic jaarprijs 2009 geldt dat het werk is verschenen in de periode tussen 1 september 2008 en 31 december 2009.

Organisatie en jury

De infographic jaarprijs 2009 wordt georganiseerd door de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) en de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO). Zij stellen een jury samen die bestaat uit Lize Alink (adviseur redactionele strategie en ontwikkeling, vertegenwoordiger van de NVJ), Jelrik Atema (winnaar infographic jaarprijs redactioneel 2008), Mark Bryson (editorial designer BBC), Yuri Engelhardt (docent informatie visualisatie UvA) en Hennie van der Zande (grafisch ontwerper, kunsthistoricus, redacteur designgeschiedenis.nl).

Criteria

Om willekeurige oordelen te voorkomen, zijn vooraf de criteria bepaald waaraan een goede infographic moet voldoen. De jury is unaniem van mening dat bij een goede infographic woord en beeld onlosmakelijk met elkaar zijn verbonden. Zij versterken elkaar en vullen elkaar aan, waarbij alle verhaallijnen in het beeld ten volle worden benut. Naast een duidelijke rangorde van de tekst met kop, tussenkop en korte toelichtende teksten wordt een juist en adequaat kleurgebruik toegepast. Een goede infographic is volledig te begrijpen zonder het bijbehorende artikel te hoeven lezen.

Daarnaast hanteert de jury bij de beoordeling een checklist waarin de volgende onderdelen meewegen:

- (1) informatie; de kwaliteit en kwantiteit van de aangeboden data en processen om de lezer/gebruiker inzicht te bieden.
- (2) betekenis; de toegevoegde waarde in relatie tot het onderwerp.

- (3) toegankelijkheid; de gebruiksvriendelijkheid, gerelateerd aan de doelgroep.
- (4) aantrekkelijkheid; de vormgeving als blikvanger om de aandacht van de lezer/gebruiker te trekken en vast te houden.
- (5) originaliteit; de invalshoek bij de vormgeving.
- (6) innovatie; de vernieuwende aspecten ter versterking van infographics als eigentijdse informatiebron.

Werkwijze

Ieder jurylid selecteert uit alle inzendingen een eigen top-vijf in beide categorieën. Vervolgens worden de voorkeuren van de individuele juryleden vergeleken. Op basis van de criteria en aan de hand van de keuzes van de juryleden agendeert de jury een aantal discussiepunten. Want hoe vergelijk je een opdracht waar langere tijd aan gewerkt mag worden met, bijvoorbeeld, dagbladjournalistiek waarbij de deadline enkele uren later ligt? Kun je gedrukte infographics wel vergelijken met de doorklik-mogelijkheden die digitale infographics bieden? En hoe beoordeel je infographics, gemaakt voor een zeer selecte doelgroep met specifieke (voor)kennis, op het juiste informatiegehalte? Daarnaast blijkt ook het verschil tussen de categorie editorial en non-editorial voor een aantal juryleden een arbitraire scheidslijn en daardoor niet echt werkbaar. Kortom, de jury heeft soms het idee niet alleen appels met peren te vergelijken maar een gehele fruitschaal in het oordeel mee te moeten nemen.

In dit licht wil de jury de organisatoren NVJ en BNO dan ook nadrukkelijk adviseren om voor een volgende jaarprijs niet meer te werken met de categorieën editorial en non-editorial, maar de tweedeling print en digitaal te hanteren. Op die manier wordt in ieder geval een deel van deze problematiek vermeden.

Jurering

Over de nominaties en de winnaar voor beide categorieën is stevig gediscussieerd. Met als uiteindelijk resultaat dat bij een prestigieuze award voor deze creatieve doelgroep de criteria 'originaliteit en innovatie' doorslaggevend blijken. Hoewel er tal van inzendingen zijn die geheel aan de gestelde criteria voldoen en wonderschoon ogen, is een aantal van deze werken sterk inwisselbaar. Zo te zien kijken de makers van infographics goed naar elkaars werk. De praktijk wijst uit dat, om welke redenen dan ook, het kennelijk lastig is om andere wegen in te

slaan of nieuwe vormen te vinden. Ondanks de grote variatie aan ingezonden werk – van visualisaties op fors bemeten affiches tot infographics op prentbriefkaartformaat met daarnaast nog digitaal beeld – spreidt een deel van de ontwerpers een voorkeur tentoon voor de wat meer traditionele ‘isometrische stijl’. De meeste inzendingen kennen een illustratieve benadering, waarin een proces wordt uitgelegd of evenementen uit het nieuws worden toegelicht. Er zijn weinig bijdragen uit de wereld van de databaseverzamelaars. Daarnaast constateren enkele juryleden dat makers van infographics voornamelijk gebruik maken van de mogelijkheden die bestaande software biedt. Handgetekende beelden ontbreken vrijwel geheel en het weinige gebruik van foto’s beperkt zich veelal tot sfeerbeelden. Een enkel jurylid moppert op het gebrek aan zelfkritiek van sommige makers bij hun keuze voor in te zenden werk. Ook de presentatie op te klein formaat of de slechte kwaliteit afdruk kan enkele juryleden niet bekoren.

Uiteindelijk kwam de jury unaniem tot het volgende oordeel.

Nominaties categorie non-editorial

In de categorie non-editorial kiest de jury geen winnaar, want ze miste net dat ietsje extra. Dit heeft niet zozeer met de kwaliteit van het ingezonden werk van doen als wel met de kwestie dat bij het maken van een goede infographic (print en digitaal) de verschillende vakdisciplines als grafisch ontwerp, typografie, pictogrammen, illustraties, animaties, fotografie en cartografie moeten samenvallen. In veel gevallen blijft het ingezonden werk beperkt tot een van deze vakgebieden en komt daarom niet voor de award in aanmerking. Toch zijn er twee inzendingen die indruk maken en een nominatie verdienen.

(1) XML Architecture Research Urbanism met: ‘The City. Wat als de hele wereldbevolking in één stad zou wonen met de stedelijke dichtheid van Amsterdam’ (Dienst Ruimtelijke Ordening Amsterdam).

– De jury heeft vooral waardering voor de scherpte en originaliteit van de gekozen vergelijkingen waarmee de makers de problematiek in één oogopslag inzichtelijk weten te maken en daarbij een fijnzinnige en sobere vormgeving toepassen.

(2) Your Neighbours en in 60seconds (50/50) met: ‘Wat is een petitie?’ (Burgerlink).

– De jury kent lof toe voor de trefzekere aanpak waarmee de makers een breed publiek informeren over het gebruik van het middel petitie. De sterk versimpelde maar aantrekkelijke beelden hebben een speels effect en versterken de serieuze inhoud.

Nominaties categorie editorial

In de categorie editorial zijn drie inzendingen genomineerd, waarbij een van de makers de infographics jaarprijs ontvangt.

(1) Karin Schwandt en Jeroen van Ingen met: ‘Hemwegcentrale Amsterdam’ (NUON).

– De jury is zeer te spreken over de manier waarop de complexiteit van een elektriciteitscentrale op duidelijke wijze in beeld is gebracht.

(2) Erik van Gameren met: ‘Europa stemt’ (Internet NRC).

– De jury heeft grote waardering voor de manier waarop deze enorme hoeveelheid informatie, want in feite een database, op een heldere manier toegankelijk is gemaakt.

(3) Frédéric Ruys met: ‘Hoe de kredietcrisis de beurs besmette’ (Het Financieele Dagblad).

– De jury heeft met nieuwsgierigheid en bewondering kennis genomen van de vernieuwende vorm waarin deze infographic is gegoten. Het beeld bevat een enorme hoeveelheid informatie, maar is toch in één oogopslag makkelijk te begrijpen. De lezer van het FD realiseert zich subiet de donderwolken die van de pagina afspatten: hier wordt een kredietcrisis gepresenteerd. Het kleurgebruik toont welk bedrijf op welk moment in de rode gevarenzone raakt en is, met dank aan de presentatie, meteen met andere bedrijven te vergelijken.

En de winnaar is Frédéric Ruys met: ‘Hoe de kredietcrisis de beurs besmette’ (Het Financieele Dagblad).

De infographic jaarprijs wordt uitgereikt op 5 maart 2010 in Figi te Zeist, na afloop van het congres IC10.

De jury,

5 maart 2010.