

Michał Nowakowski*

Uniwersytet Szczeciński

INFOGRAFIKA JAKO NOWOCZESNA FORMA PREZENTACJI DANYCH BIZNESOWYCH

Streszczenie

Artykuł przedstawia infografikę jako nowoczesną formę zapisu i prezentacji danych na potrzeby społeczeństwa informacyjnego, w którym informacja uznawana jest za priorytetowe dobro materialne służące rozwojowi, satysfakcji i sukcesowi w biznesie. Infografika definiowana jest jako graficzna reprezentacja danych, informacji oraz wiedzy, która w sposób szybki i intuicyjny ma ukazywać złożone informacje.

Publikacja przedstawia charakterystyczne cechy infografiki, jej budowę, najczęściej wykorzystywane elementy oraz proces tworzenia. W artykule ukazano również przykłady zastosowań infografiki w różnych obszarach biznesowych.

Słowa kluczowe: infografika, wizualizacja danych, prezentacja danych biznesowych

1. Pojęcie infografiki

Infografika definiowana jest najczęściej jako graficzna reprezentacja danych, informacji oraz wiedzy, mająca na celu w sposób szybki i klarowny ukazać złożone informacje (<http://www.spispolskichfirm.pl>). Rozszerzeniem powyższej definicji może być twierdzenie, że infografika to „grafika objaśniająca”, gdyż kładzie nacisk nie tyle na informowanie, co samo graficzne wyjaśnienie informacji oraz przekazywanie pewnych idei obrazami (Burns, Bitner, 2011).

Zdaniem Juan Velasco do cech charakteryzujących praktycznie każdą infografikę należą następujące elementy:

- wizualne wyjaśnienie, które pomaga w łatwy sposób coś zrozumieć lub odkryć,
- operowanie głównie grafiką, ale – jeśli jest to niezbędne – także integrowanie słów z obrazem w sposób płynny i dynamiczny,

* michal.nowakowski@wneiz.pl

- funkcjonowanie samodzielnie i niezależnie,
- ukazywanie informacji, które wcześniej były ukryte lub niewidoczne,
- ułatwianie zrozumienia prezentowanych treści,
- bycie powszechnie zrozumiałym (<http://communicationnation.blogspot.com/2007/04/what-is-infographic.html>).

Popularność stosowania infografik w ostatnich latach nabrała szczególnego tempa i znaczenia za sprawą coraz większych potrzeb na zrozumiałe i przystępne dla każdego środki prezentacji i publikacji rosnącej liczby danych. Zarówno różne sposoby ich wizualizacji, jak i właśnie infografiki, przyczyniają się do łatwiejszego i szybszego przyswajania informacji przez ich wizualną formę. Dobra infografika bowiem to splot różnorodnych faktów i danych, które połączone w odpowiedni sposób przedstawiają graficznie informacje w zupełnie nowy sposób, często do tej pory niestosowany.

Projektanci i specjaliści zajmujący się przygotowaniem przekazów infograficznych na potrzeby Internetu podkreślają trzy cechy wyróżniające dobrą infografikę.

Pierwsza z nich to rola, jaką odgrywa wizualizacja danych w całym procesie przekazywania informacji. Infografika nadaje danym i informacjom „graficzny sens”, a przyjęta forma powinna być jak najlepiej dopasowana do prezentowanych treści. Nie można jej jednak utożsamiać wyłącznie z ładnie i estetycznie wyglądającym tekstem oraz ujęciem typograficznym. Tekst ma jedynie pełnić funkcję pomocniczą i drugorzędną. Z tego względu przy tworzeniu infografiki należy przede wszystkim bazować na przedstawieniach obrazowych, takich jak rysunki, grafiki czy schematy. Jednym z proponowanych kryteriów, odróżniających infografikę od innych prezentacji graficznych danych, jest test polegający na usunięciu z niej wszystkich napisów. Jeśli po tej operacji grafika ma jeszcze sens i jest zrozumiała, to na pewno mamy do czynienia z infografiką. Ponadto mówi się, że dobra infografika przekazuje coś, o czym trudno byłoby się dowiedzieć w inny sposób.

Drugim istotnym czynnikiem, sprzyjającym prawidłowemu odbiorowi treści graficznych, jest zastosowana paleta barw, dopasowana do całości przekazu, uwypuklająca w sposób znaczący ważne elementy oraz hierarchie i zależności. Kolor powinien zdobić i jednocześnie nieść ze sobą dodatkowe informacje, np. porządkujące – ukazujące miejsce danego elementu jako części całości na tle całej struktury przekazu.

Trzecim czynnikiem wpływającym na wygodę odczytu informacji zawartych w infografice są jej wymiary fizyczne, czyli rozmiar. Odpowiednio dobrane

kszałty i wymiary ułatwiają odbiór, a w przypadku reprezentacji cyfrowej – odczyt na monitorze. Obecnie większość przekazów infograficznych przygotowywanych jest z myślą o ich publikacji w Internecie, a zatem powinny być dostosowane do wymiarów standardowych monitorów, z możliwością przewijania ich w pionie lub poziomie. Tradycyjne infografiki składały się z reguły z pojedynczych wykresów i diagramów, obecnie jednak zawierają ich dużo więcej i stają się coraz bardziej rozbudowane (<https://infogr.am>).

2. Budowa i elementy infografiki

Projektowanie infografiki wiąże się z wieloma działaniami, które mają na celu przekształcenie wybranych danych (np. statystycznych lub empirycznych) na odpowiednią formę wizualną prezentowaną odbiorcom. W zależności od rodzaju i przeznaczenia infografiki zawiera ona różną formę i liczbę informacji prezentowanych w ramach jednego przekazu infograficznego. Przekaz ten może zawierać jedną lub wiele informacji, które mogą być grupowane w postaci tzw. układów blokowych. Bloki pozwalają na oddzielenie od siebie różnych porcji informacji i stosowane są najczęściej w układzie poziomym.

Po określeniu rozmiaru przekazu infograficznego oraz liczby bloków tematycznych następuje wypełnianie treści bloków motywami i odniesieniami graficznymi, np. ikonami, symbolami i różnymi alegoriami. Zamieszczanie elementów graficznych w obszarze infografiki wspomagane jest jednocześnie wypełnieniem kolorystycznym, które nadaje znaczenia kierunkom i wzajemnym oddziaływaniom poszczególnych elementów struktury. Skutkiem tak skonstruowanej formy wypowiedzi ma być przepływ zweryfikowanych pod względem merytorycznym informacji, powodujący przyrost wiedzy i uaktywniający procesy myślowe.

Dane zawarte w przekazach infograficznych mogą być statyczne lub dynamiczne, odnoszą się najczęściej do wiedzy o świecie, umożliwiają wchłanianie informacji, absorbując umysł skojarzeniami kolorystycznymi, tekstowymi, położeniem form względem siebie, zróżnicowaniem wielkości, ruchem czy nawet dźwiękiem. Przekaz zawarty w infografikach to współczesne teksty kultury o większej lub mniejszej skali specjalizacji. Stanowią kompendium wiedzy w kontekstowych odniesieniach, każdorazowo przekształcanych w stosunku do zmiennej perspektywy interpretacyjnej.

Praktycznie każda infografika składa się z poniżej opisanych elementów składowych (Kozłowski, 2014).

Układ blokowy

Struktura kompozycji infograficznej bazuje na układzie blokowym, który w opisie projektowym stanowi graficzny zapis funkcji wykonywanych przez każdy element układu oraz przepływających między nimi sygnałów. Schemat blokowy jako wizualna forma zapisu danych dostarcza informacji o powiązaniach między blokami i informacjami. Projektant może w łatwy sposób dodawać do istniejącego schematu kolejne bloki w celu poprawienia jakości obrazowania. Takie schematy opisują współzależności istniejące między różnymi elementami obrazowanej struktury pojęciowej. Bloki połączone są strzałkami oznaczającymi kierunek przepływających informacji, które przemieszczają się w wyznaczonym kanale. Zaletą schematu blokowego jest to, że łatwo go uformować dla całego układu treści poprzez połączenie bloków. Wówczas widać stopień udziału każdego składnika i jego jakości w stosunku do całości. W schemacie blokowym możliwe jest wyznaczenie zależności pomiędzy elementami za pomocą wzmocnień w różnych graficznych wariantach, np. liniowych, rozgałęzionych, kaskadowych, równoległych lub w pętli. Układ blokowy zapisu informacji graficznej pozwala na grupowanie danych i wizualizowanie ich przepływu, co w dużym stopniu upraszcza proces percepcji i wzmacnia analizę omawianego zjawiska (McCandless, 2010).

Kolor

Wypełnienie kolorystyczne infografiki jest istotnym elementem przekazywanych informacji. W rozbudowanych infografikach rozrzucone po całym obrazie kolory (dwa, trzy, dziesięć lub więcej) są identyfikowane z przypisanymi im pojęciami, co niewątpliwie narzuca kodowaniu kolorystycznemu priorytetową rolę w przekazie treści.

Użycie w przekazie tzw. barw funkcjonalnych i wzmocnień kolorystycznych znacznie poprawia jakość komunikacyjną przekazu, ponadto koncentruje uwagę, informuje, porządkuje i uczy oraz nadaje nastrój wypowiedzi. Uzupełnieniem są barwy niefunkcjonalne pełniące funkcję dodatku, dopełniające kompozycję pod względem formy. Kolory mają różną moc oddziaływania uwarunkowaną czynnikami kulturowymi, określają znaczenie zależnie od indywidualnych konotacji odbiorcy i siły symbolizowania (Bergström, 2009).

Grafika

W projektowaniu graficznym zapisu informacji zastosowanie znajdują dwa rodzaje grafik: w formie motywu graficznego oraz zespołu odniesień graficznych. Motyw graficzny definiuje formę projektu i to, co jest zawarte w infografice jako

symbol komunikacji wizualnej. Natomiast obrazy odniesień graficznych są traktowane jako ikonograficzne wskazówki dla reprezentowania konkretnych treści. Mogą podejmować bezpośrednie działania między samymi pojęciami, określać stosunki i zachodzące relacje. Stanowią potężne narzędzie przekazu treści infograficznej bazującej na wiedzy wizualnej, która ma swe odniesienia w kulturze obrazu i wizualnej. Optymalny stosunek danych do grafiki, gwarantujący prawidłowy poziom zrozumienia i odniesień poznawczych, powinien być proporcjonalny i kształtować się w granicach 1:1 (<http://www.okazje.info.pl>).

Treść

Najczęstszą bazą dla treści infograficznych są badania naukowe i wiedza, określana jako stan faktyczny. Informacje muszą mieć odniesienia do naukowo i edukacyjnie zweryfikowanych danych. Jest to konieczny warunek stosowania infografik w dziedzinach powiązanych z wymianą informacji aktualnych, pewnych i stanowiących podstawę interpretacji znaczeniowych oraz koncepcyjnych. W środowiskach naukowych, specjalistycznych, branżowych czy edukacyjnych największym zainteresowaniem cieszą się informacje zawierające dane statystyczne, demograficzne oraz przekazujące praktyczne informacje. Możliwości atrakcyjnego przekazu treści i celów kształcenia w postaci dynamicznych form obrazowych, ukierunkowanie na wzbudzenie potrzeby wymiany poglądów oraz uaktywnienie poznawczych procesów umysłowych – to pokoleniowe wyzwanie współczesnej edukacji nauczającej za pomocą metod i środków dydaktycznych integralnych z poziomem rozwoju cywilizacyjnego (<http://www.okazje.info.pl>).

Wiedza

W komentarzach do infografiki często podkreśla się jej kognitywne znaczenie, łączące elementy teorii poznania i uczenia się oraz modelowania procesów poznawczych. W celu przekazywania wiedzy w formie zapisu infograficznego potrzebna jest umiejętność alfabetyzacji obrazowej z zakresu wiedzy wizualnej, wykorzystywana do strukturalizowania informacji, danych i pojęć, oparta na znanym kulturowym systemie wizualizacji ikonograficznej i estetycznej. Zarówno znajomość sposobów zapisu wizualnego, jak również sama umiejętność tworzenia oraz odczytywania w kontekstach odniesień kulturowych przekazów infograficznych stanowi o jakości współczesnej komunikacji symbolicznej, która przenosi do świata wiedzy wizualnej dane statystyczne i informacje naukowe w syntetycznej formie infografiki (<https://venngage.com>).

3. Proces tworzenia infografiki

Znając elementy składowe, które powinna mieć infografika, można przejść do omówienia procesu praktycznego jej tworzenia. Tworzenie typowej infografiki można podzielić na cztery następujące po sobie etapy (<http://www.infografiki.com>).

Etap 1 – zdobycie, sprawdzenie i zrozumienie danych.

Zdobycie danych to pierwszy i najważniejszy etap tworzenia infografiki. Od niego bowiem zaczyna się proces określenia celu, obszaru i sposobu przekazania informacji. Dane można zdobywać na wiele sposobów – począwszy od wydawnictw tradycyjnych w postaci roczników statystycznych czy raportów, aż po wyniki z przeprowadzonych badań, które masowo dostępne są w sieci Internet. Potencjalnie dostępnych jest bardzo dużo różnych źródeł, jednak zdobycie interesujących i wiarygodnych danych nie jest już takie proste. Trzeba mieć również na uwadze fakt, że nawet wiarygodne instytucje publiczne (jak np. Główny Urząd Statystyczny) mogą dostarczać dane nie do końca pełne lub rzetelne z punktu widzenia potrzeb projektanta.

W związku z tym bardzo istotną sprawę stanowi sprawdzenie uzyskanych danych pod kątem postawionego wcześniej celu, dla którego mają być one użyte. Dlatego przed analizą i użyciem uzyskanych danych warto sprawdzić zastosowaną w nich metodologię badań, metodę ich przeprowadzania, poziom szczegółowości oraz sposób interpretacji i prezentacji.

Zrozumienie wykorzystywanych danych jest niezbędne w celu ich odpowiedniej analizy, interpretacji i wizualizacji w postaci infografiki, która w przejrzysty i niebudzący wątpliwości sposób powinna pokazać je w postaci graficznej.

Krok 2 – określenie sensu tworzenia infografiki.

Określenie sensu tworzenia infografiki to bardzo istotny etap jej projektowania z uwagi na postawiony wcześniej cel utworzenia oraz ilość i kompletność uzyskanych danych. Jako że nieskomplikowaną infografikę można zrobić nawet z załączków informacji i danych wyjętych z kontekstu, to powstaje pytanie o faktyczny sens jej tworzenia w takich sytuacjach. Odpowiedzią może być stwierdzenie, że zasadniczą kwestią i warunkiem tworzenia infografik pod kątem ich masowej popularyzacji jest konieczność bazowania na kompletnych danych. Tak utworzona infografika powinna odpowiadać na wszystkie istotne pytania powsta-

jące zarówno przy opracowywaniu, jak i późniejszym odczytywaniu wybranego zagadnienia czy problemu.

Krok 3 – zaplanowanie infografiki.

Po znalezieniu i zrozumieniu danych oraz odnalezieniu sensu ich graficznej reprezentacji można przejść do etapu kolejnego, czyli zaplanowania infografiki. W praktyce etap ten może polegać na poszukaniu odpowiedniej inspiracji do utworzenia projektu infografiki, którą można czerpać zarówno z przykładowych szablonów, bazy gotowych infografik czy poradników nt. wizualizacji danych. Można też utworzyć własny projekt, bazując na zmyśle artystycznym, wiedzy i doświadczeniu.

Ważne jest, aby nie dobierać danych pod infografikę, lecz infografikę pod dane. Pamiętać należy również, że forma infografiki ma być jasna przede wszystkim dla odbiorcy, a nie tylko dla twórcy. W końcu infografiki robione są głównie dla osób niekoniecznie zaznajomionych z ich tematyką, dlatego to oni mają z nich jak najwięcej zrozumieć i zapamiętać.

Krok 4 – utworzenie infografiki.

Wizualizacja danych to ostatni etap procesu tworzenia infografiki. Polega on na wyborze odpowiedniego programu komputerowego, a następnie – za pomocą dostępnych w nim narzędzi i funkcjonalności – zaprojektowaniu wyglądu całej infografiki w wersji elektronicznej. Oczywiście warto w tym celu wykorzystać utworzony na etapie trzecim projekt graficzny infografiki.

Programy, w których można tworzyć infografiki, to w większości przypadków komputerowe programy graficzne o różnej funkcjonalności i sposobie działania. Można wyróżnić dwa podstawowe typy działania tych programów: lokalnie na komputerze i zdalnie przez sieć Internet. Do przykładów programów działających lokalnie na komputerze projektanta można zaliczyć następujące aplikacje: Microsoft PowerPoint, Microsoft Excel, Prezzi, Adobe Illustrator czy Adobe Photoshop. Wśród przykładów aplikacji działających zdalnie można wymienić takie, jak: Piktochart¹, Visual.ly², Easel.ly³, Infogr.am⁴, Venngage.com⁵ czy iCharts⁶.

¹ <http://piktochart.com> (11.04.2014).

² <http://visual.ly> (8.04.2014).

³ <http://www.easel.ly> (8.04.2014).

⁴ <https://infogr.am> (8.04.2014).

⁵ <https://venngage.com> (8.04.2014).

⁶ <http://www.icharts.net> (10.04.2014).

Po wyborze odpowiedniego do potrzeb programu, a przed rozpoczęciem w nim pracy, warto jeszcze zastanowić się nad następującymi aspektami, związanymi z charakterystyką i stylem infografiki, jaką chce się uzyskać:

- przeznaczenie tworzonej infografiki (np. druk na papierze, publikacja w sieci Internet itp.),
- wybór najważniejszych danych do opisu i wizualizacji,
- oczekiwany efekt końcowy dla odbiorców (np. zaciekawienie, rozbawienie, zaskoczenie, lepsze zrozumienie tematu itp.).

Oczywiście po utworzeniu graficznej (animowanej) postaci infografiki należy ją jeszcze zapisać do docelowego formatu, w którym będzie prezentowana (np. JPEG dla obrazów, PDF dla tekstów i obrazów czy SWF dla interaktywnych animacji).

4. Popularne rodzaje infografik w zastosowaniach biznesowych

Jak wcześniej zwrócono uwagę, proces tworzenia infografiki nie polega jedynie na ułożeniu różnych elementów tekstowo-graficznych na określonym obszarze, ale wynika przede wszystkim z postawionego przez projektanta celu, sposobu prezentacji i pożądanego u odbiorców wrażenia informacyjnego. Fakt ten wpływa z jednej strony na różnorodność obszarów tematycznych, jakie mogą prezentować infografiki, a z drugiej – na wielorakie ich rodzaje, przeznaczone do wizualizacji różnych faktów na odmienne sposoby.

Z uwagi na różnorodność branżową w zastosowaniach biznesowych mogą być wykorzystywane różne rodzaje infografik⁷. Ich osiem podstawowych typów zostało scharakteryzowanych poniżej (*8 types of infographics: which is right for you?*, 2014).

Artykuł wizualizowany

Ten sposób polega na wizualizacji zawartości długiej treści tekstowej, której celem jest łatwiejsze jej zrozumienie. Taka infografika powinna: zawierać wyraźny i duży tytuł, dotyczyć wielu aspektów i faktów informacyjnych oraz prezentować dane w postaci liczb, wykresów, obrazów i krótkich opisów. Przykładowe branże: druk, poligrafia, edukacja itp.

⁷ <http://www.spispolskichfirm.pl> (15.04.2014).

Schemat blokowy

Ten sposób polega na wizualizacji różnych aspektów problemowych, której celem jest pokazanie możliwych ścieżek wyboru, etapów podążania tymi ścieżkami oraz gotowych odpowiedzi na różne pytania. Taka infografika powinna: być łatwa w odbiorze i interpretacji, prezentować informacje w sposób lekki i humorystyczny oraz zawierać minimalną liczbę szczegółów. Przykładowe branże: edukacja, gastronomia, budownictwo itp.

Linia czasowa

Ten sposób polega na wizualizacji informacji w porządku chronologicznym, z uwzględnieniem towarzyszących im faktów. Taka infografika powinna: umożliwić odbiorcom podróż w czasie, być wystarczająco interesująca i efektowna, aby odbiorcy chcieli tę podróż odbyć, oraz być dopasowana pod kątem złożoności do prezentowanego tematu. Przykładowe branże: finanse i ubezpieczenia, przemysł, sport itp.

Przydatna przynęta

Ten sposób polega na wizualizacji jakiegoś zagadnienia poprzez jego wyjaśnienie lub odpowiedź na pytanie, jak je wykonać/rozwiązać. Taka infografika powinna: przedkładać użyteczność prezentacji nad jej aspekty artystyczne oraz być zaprojektowana pod kątem wydruku w celu ciągłego stosowania. Przykładowe branże: odzież, komunikacja, medycyna itp.

Infografika porównawcza

Ten sposób polega na wizualizacji dwóch obiektów celem zestawienia ich właściwości, porównania między sobą oraz wykazaniu istniejących różnic. Taka infografika powinna: wyróżniać się aspektami artystycznymi w celu ciekawego pokazania różnic pomiędzy porównywanymi obiektami, prezentować większą liczbę istotnych dla obiektów aspektów/danych oraz być wystarczająco interesująca, aby przyciągnąć i zwrócić uwagę odbiorców na prezentowane aspekty. Przykładowe branże: edukacja, finanse, motoryzacja itp.

Infografika liczbowa

Ten sposób polega na jednoczesnej wizualizacji dużych porcji liczb, danych i statystyk. Taka infografika powinna: pokazywać duże ilości danych i treści, sto-

sować do wizualizacji wykresy oraz mieć dobry projekt graficzny wspomagający prezentowane dane. Przykładowe branże: edukacja, finanse, sport itp.

Infografika fotograficzna

Ten sposób polega na wizualizacji treści, opowiadaniu i wyjaśnianiu historii z wykorzystaniem realistycznych zdjęć. Taka infografika powinna: móc odpowiadać na pytania lub odpowiednio nakierowywać odbiorcę, zawierać tekst, aby opisywać i wyjaśniać omawiane zagadnienie oraz mieć stosunkowo prosty projekt graficzny. Przykładowe branże: turystyka, zdrowie i uroda, handel itp.

Wizualizacja danych

Ten sposób polega na kreatywnej wizualizacji informacji w celu osiągnięcia unikalnego i interesującego efektu. Taka infografika powinna: pokazywać duże ilości danych i treści, być skoncentrowana na oryginalności projektu graficznego oraz mieć prosty i efektywny projekt graficzny. Przykładowe branże: poligrafia, Internet, sztuka itp.

Podsumowanie

Infografika to ciągle rozwijająca się dziedzina, mająca coraz więcej zastosowań w różnych obszarach. Jako narzędzie przekazu informacyjnego, komunikacyjnego i wizualizacyjnego ma praktycznie nieograniczone możliwości pod kątem wykorzystania w biznesie. Infografiki mogą w ciekawy sposób prezentować m.in. dane statystyczne, dane ankietowe, dane zmienne w czasie, analizy finansowe czy porównania liczby sprzedanych produktów. Ponadto mogą być wykorzystywane, by uczyć, informować, oddziaływać lub zaskakiwać swoich odbiorców. Te cechy sprawiają, że można je traktować jako użyteczne formy wizualizacji informacji i danych, ale również – jako artystyczną formę wyrazu.

Z uwagi na fakt, że graficzna forma przekazu informacji jest najbardziej przystępna i łatwa do przyswojenia dla człowieka, zarówno infografika, jak i inne formy wizualizacji informacji mają przed sobą ogromne możliwości w przyszłości. Z pewnością coraz więcej przykładów zastosowań infografiki będzie pojawiać się w sieci Internet oraz w ramach szeroko rozumianego marketingu webowego.

Przykładowe galerie różnych infografik dostępne są m.in. w następujących serwisach internetowych: infografiki.com, infografika.wp.pl, infografiki.pl czy preser.pl.

Bibliografia

- 8 types of infographics: which is right for you?* (2014), <http://piktochart.com/8-types-of-infographics-which-right-for-you> (27.03.2014).
- Bergström B. (2009), *Komunikacja wizualna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Burns M., Bitner T. (2011), *Sztuka informowania*, Digit 6, <http://www.digit.pl/artykuly/34291/Sztuka.informowania.html> (18.09.2013).
- <http://infografika.wp.pl> (10.04.2014).
- <http://infografiki.pl> (10.04.2014).
- <http://piktochart.com> (11.04.2014).
- <http://preser.pl> (12.04.2014).
- <http://visual.ly> (08.04.2014).
- <http://www.easel.ly> (8.04.2014).
- <http://www.icharts.net> (10.04.2014).
- <http://www.infografiki.com> (10.04.2014).
- <http://www.okazje.info.pl> (14.04.2014).
- <http://www.spispolskichfirm.pl> (15.04.2014).
- <https://infogr.am> (8.04.2014).
- <https://venngage.com> (8.04.2014).
- Kozłowski P. (2014), [*KURS DATABLOGA*] *Jak zrobić infografikę? Od planu po realizację*, <http://datablog.pl/2014/01/07/jak-stworzyc-infografike-od-planu-po-realizacje> (22.03.2014).
- McCandless D. (2010), *Information is Beautiful*, Wydaw. Harper Collins Publ. UK., Londyn, <http://www.informationisbeautiful.net> (25.03.2014).
- Newsom D., Haynes J. (2008), *Public Relations Writing: Form and Style*, Thompson Wadsworth.
- Pulak I., Wiczorek-Tomaszewska M. (2011), *Infografika – graficzne piękno informacji*, XXI Ogólnopolskie Sympozjum Naukowe „Człowiek-Media-Edukacja”, Kraków.
- Schnettler B. (2008), *W stronę socjologii wizualnej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” nr 3, http://www.qualitativesociologyreview.org/PL/Volume8/PSJ_4_3_Schnettler.pdf (10.04.2014).
- Sneh Roy (2011), *The Anatomy Of An Infographic, 5 Steps To Create A Powerful Visual*, <http://spyrestudios.com/the-anatomy-of-an-infographic-5-steps-to-create-a-powerful-visual> (8.04.2014).
- Tomera M. (2007), *Schematy blokowe. Teoria sterowania*, Akademia Morska w Gdyni, http://www.zsir.ia.polsl.pl/~dydaktyka/pa_gliwice/pa_air/schematy_blokowe.pdf (20.03.2014).

What is an infographic? (2007), <http://communicationnation.blogspot.com/2007/04/what-is-infographic.html> (20.03.2014).

INFOGRAPHICS AS A MODERN FORM OF BUSINESS DATA PRESENTATION

Summary

The article presents the infographics as a modern form of showing and presentation of data for the information society in which information is considered to be a priority for the development of good material, satisfaction and success in business. Infographics is defined as a graphical representation of data, information and knowledge, which should trace complex information in a quick and intuitive way.

The publication contains the characteristics of infographics, its construction, the most commonly used components and the creation process. The article also shows examples of applications of infographics in different business areas.

Translated by Michał Nowakowski

Keywords: infographics, data visualization, presentation of business data

