

# Infographic: bức tranh thay ngàn lời nói

## ◆ NHẬT ANH



Hiện nay, bạn có thể tìm thấy infographic khắp nơi trên các phương tiện truyền thông. Infographic làm nức lòng giới trẻ với những câu chuyện ngộ nghĩnh và hài hước. Doanh nghiệp vận dụng infographic ngày càng nhuần nhuyễn trong quảng cáo, tiếp thị. Báo chí chuyển tải thông tin súc tích và hấp dẫn bằng infographic,... Bùng nổ vào năm 2010 với số lượng infographic tăng vọt 238% so với 2009. Sự phát triển của infographic là kết quả tất yếu của kỷ nguyên Big Data (đại dữ liệu). Khi con người càng tiêu tốn nhiều thời gian vào biển thông tin tràn ngập trên mạng thì vai trò của infographic càng trở nên quan trọng.

### Infographic: giảm tải thông tin

Thuật ngữ "infographic" là sự kết hợp hai khái niệm: "information" (thông tin) và "graphic" (đồ họa). Infographic tức đồ họa thông tin là phương thức sử dụng hình ảnh đồ họa để mô tả thông tin, kiến thức, dữ liệu,... Mục tiêu của infographic là giúp khối dữ liệu khổng lồ, rối rắm trở nên rõ ràng, sống động và hấp dẫn hơn bằng cách chọn lọc và diễn giải chúng thành các biểu đồ, hình ảnh...theo chủ đề riêng biệt.

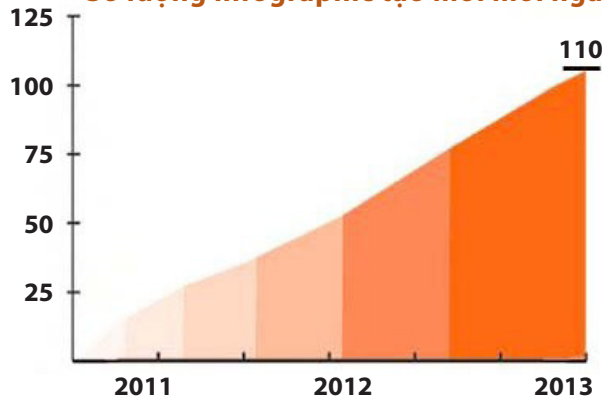
Thử so sánh hiệu quả truyền thông giữa một bản tin toàn chữ và một infographic về bệnh sởi tại Việt Nam trong năm 2014. Bản tin cung cấp rất nhiều dữ liệu như: số ca mắc sởi, số bệnh nhân điều trị, tỷ lệ ca sởi đã tiêm chủng... nhưng người đọc chỉ cảm nhận được những con số mơ hồ. Trái lại, khi thể hiện dưới dạng hình ảnh, biểu đồ trong infographic, thông tin trở nên hết sức rõ ràng và có thể hình dung toàn cảnh.

### Sức mạnh của infographic

**Đơn giản hóa những dữ liệu phức tạp:** bẩm sinh con người khám phá thế giới bằng trực quan, 90% thông tin được não ghi nhận dưới dạng hình ảnh. Do đó, thể hiện thông tin bằng hình ảnh vừa làm rõ những dữ liệu phức tạp, vừa cho phép "đóng gói" một lượng lớn thông tin chỉ trong vài bức hình nhỏ.

**Nhiều thông tin trong thời gian ngắn:** bộ não vốn xử lý hình ảnh

### Số lượng infographic tạo mới mỗi ngày từ 2011-2013



Giữa những năm 2011 và 2013, trung bình có 110 Infographic mới được tạo ra và công bố mỗi ngày.

Nguồn: AudienceBloom.

### So sánh hai cách truyền thông về bệnh sởi

#### Bảng chữ

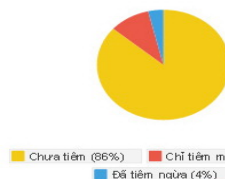
Tính từ đầu năm 2014 đến nay, cả nước ghi nhận 3.527 trường hợp mắc sởi. Bệnh viện Nhi Trung ương đang điều trị sởi cho 253 trường hợp, bệnh viện Bạch Mai 68 trường hợp và bệnh viện Bệnh nhiệt đới trung ương điều trị 53 trường hợp. Trong 119 trường hợp nặng xin về và tử vong có liên quan đến sởi tại các bệnh viện tuyến trung ương, số ca mắc sởi do không được tiêm chủng hoặc không rõ tình trạng tiêm chủng vắc xin sởi chiếm tới hơn 86%. Chỉ có gần 10% ca sởi đã tiêm chủng 1 mũi vắc xin sởi. Điều này cho thấy tầm quan trọng của việc tiêm phòng sởi cho trẻ.

#### Bảng infographic

##### Số liệu sởi tại Việt Nam từ 1/1 đến 22/04/2014

3.527 ca mắc sởi

119 trường hợp nặng xin về và tử vong có liên quan đến sởi



Tỷ lệ bệnh nhân đã tiêm vắc xin phòng sởi

##### Tình hình điều trị của một số bệnh viện Trung ương



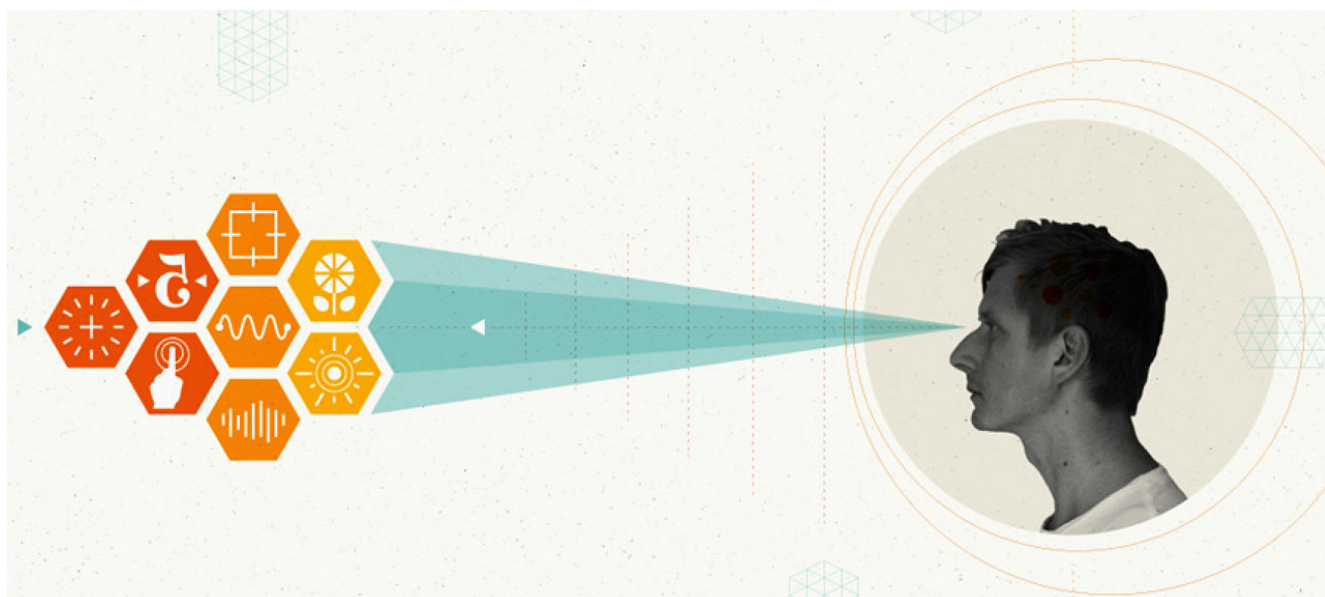
Bệnh viện Nhi Trung ương: 253 ca



Bệnh viện Bạch Mai: 68 ca



Bệnh viện Bệnh nhiệt đới Trung ương: 53 ca



nhơn hơn chữ viết. Khoảng chú ý trung bình của con người là 8 giây, còn thời gian não xử lý tín hiệu thị giác là ¼ giây. Do đó, sử dụng hình ảnh giúp truyền đạt một lượng lớn thông tin chỉ trong tích tắc. Khi quý thời gian ngày càng ngắn thì infographic càng trở nên hữu ích.

**Nhớ lâu:** infographic hệ thống thông tin theo từng chủ đề riêng biệt, nhờ đó người xem có khả năng ghi nhớ lâu hơn. Khoa học đã chứng minh, với dữ liệu rời rạc, não chỉ đơn giản giải mã ý nghĩa của chúng mà không có chức năng ghi nhớ. Trái lại thông tin đã được hệ thống sẽ kích thích các khái niệm có sẵn trong não, liên hệ đến cảm xúc, suy nghĩ và để lại ấn tượng lâu dài.

**Thu hút:** theo nghiên cứu của Đại học Saskatchewan, hình ảnh giúp người xem cảm thấy dữ liệu hấp dẫn và thu hút hơn. Giữa rất nhiều thông tin cập nhật mới liên tục trên internet, một infographic có khả năng được chọn đọc nhiều gấp 30 lần so với bài viết hoặc biểu đồ đơn giản.

**Dễ chia sẻ:** định dạng hình ảnh cho phép người xem dễ dàng chia sẻ infographic trên các công cụ trực tuyến. Dù bài viết cung cấp nhiều thông tin hơn nhưng infographic lại giúp thông tin đó

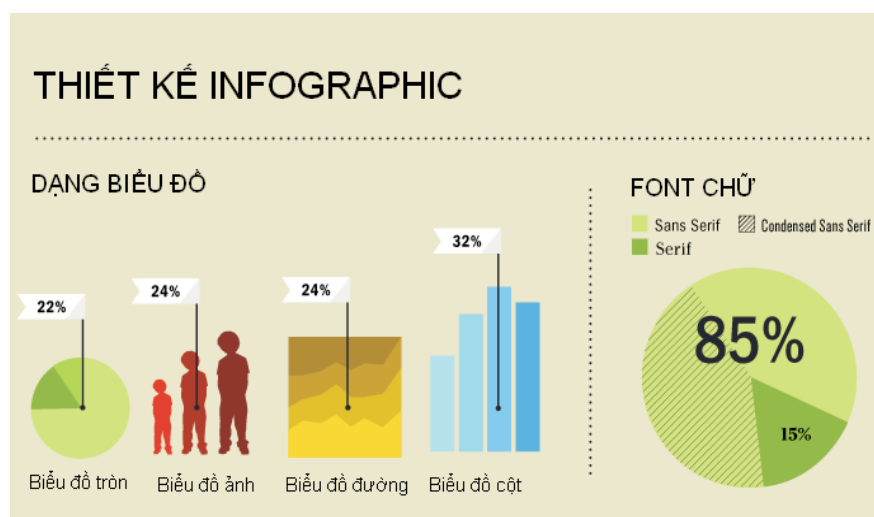
đạt được số lượt người xem đông nhất có thể.

Hấp dẫn, dễ hiểu và dễ nhớ là ba yếu tố cơ bản cần đạt được khi thiết kế một infographic. Thứ tự quan trọng của mỗi yếu tố tùy thuộc vào hiệu quả truyền thông muốn đạt được. Chẳng hạn, yếu tố “dễ hiểu” quan trọng nhất khi thiết kế một infographic về khoa học, học thuật. Kế đến là “dễ nhớ” và “hấp dẫn”. Trái lại, với loại infographic dùng cho mục đích thương mại như quảng cáo, tiếp thị, yếu tố “hấp dẫn” phải đặt lên hàng đầu, sau đó là “dễ nhớ” và cuối cùng mới là “dễ hiểu”. Nhiệm

vụ của người thiết kế infographic là xác định hình thức thể hiện bộ dữ liệu phù hợp nhất có thể.

Mặt trái của infographic là dễ gây nhầm lẫn nếu thiết kế không hiệu quả. Do chủ yếu minh họa bằng hình ảnh, nội dung infographic có thể bị hiểu theo nhiều hướng khác nhau; quá nhiều màu sắc còn làm khó người có vấn đề về thị giác; và thực chất, infographic chỉ phù hợp nhất với giới trí thức, người ít học thường không quen với biểu đồ. Vì vậy, thiết kế đóng vai trò cực kỳ quan trọng để tạo nên một infographic hiệu quả.

**Dạng biểu đồ và font chữ thường dùng trong infographic.**



Nguồn: good.is

# Infographic thường dùng làm gì?

## Giải thích khái niệm

### Công nghệ Nano trong sản xuất nhựa

Có chữ "nano" là trong tin tức Google là tin tức rất nhiều từ này. Nó được từ tiếng Hy Lạp "nanos" trong tiếng Anh có nghĩa là nhỏ bé.

### Công nghệ Nano là gì?



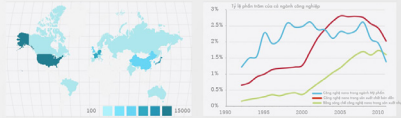
Công nghệ Nano là một thuật ngữ dùng chung cho các vật liệu, thiết bị và công nghệ có kích cỡ từ nhỏ hơn 100 nanomet (nm) đến 100 micromet (µm). Không gian này rất đa dạng, từ các phân tử ADN xoắn và các tế bào sinh vật cho đến các vật liệu nano nhân tạo.

### Vấn đề kích cỡ



Có cấp độ nano, nhưng cách của mỗi độ nhỏ và nó có những tính chất khác nhau. Ví dụ: một hạt nano nhỏ hơn một hạt lớn hơn. Một hạt nano nhỏ hơn một hạt lớn hơn. Một hạt nano nhỏ hơn một hạt lớn hơn.

### Những con số về Nano



Trong thập kỷ qua, ngành công nghiệp nano đã thu hút sự chú ý của các nhà đầu tư, các nhà nghiên cứu và các nhà sản xuất. Điều này đã dẫn đến sự gia tăng đáng kể trong số lượng các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực này.

## Mô tả quy trình

### Quy trình sản xuất Sôcôla

- HẠT CACAO**: Quá trình này bắt đầu từ một chùm hạt cacao được sấy khô và xử lý để loại bỏ lớp vỏ. Hạt cacao được kiểm tra trực quan.
- RANG**: Hạt cacao được rang trong chảo nóng để loại bỏ độ ẩm. Cacao rang có vị đậm đà.
- NGHIÊN THÔ**: Máy xay sẽ nghiền và lọc hạt cacao. Quá trình này sẽ loại bỏ lớp vỏ và hạt còn sót lại.
- NGHIÊN LƯT**: Những viên chocolate nghiền như những viên sỏi nhỏ sẽ nghiền nhân hạt cacao thành bột mịn. Bột cacao được đun nóng và thêm được gọi là sôcôla lỏng, hay hợp cacao (Cacao liquor).
- ÉP BÓ CACAO**: Các viên chocolate cacao trong hỗn hợp này, bơ cacao được tách ra bằng cách ép hỗn hợp qua những máy ép khổng lồ.
- PHỐI TRộn**: Để làm thành sôcôla sữa, ta trộn sôcôla lỏng với đường và sữa. Để làm sôcôla nguyên chất thì bơ cacao sẽ được dùng thay thế sữa.

## Quá trình theo thời gian

### Áo dài Việt Nam qua các thời kỳ

- ÁO DÀI TỬ THẦN (THẾ KỶ 17-19)**: Mẫu áo dài giản dị, không có các họa tiết trang trí. Các phần như thể hiện vai trò thụ ý của người phụ nữ trong xã hội phong kiến thời bấy giờ.
- ÁO DÀI NGŨ THẦN (THẾ KỶ 17-19)**: Được những người phụ nữ quyền quý ở thành thị miền Bắc và nam mặc. So với áo dài tử thần, áo dài ngũ thần đã có nhiều khác biệt về chất liệu vải, màu sắc cũng như các họa tiết.
- ÁO DÀI LÊ MUR VÀ LÊ PHỒ (1932-1935)**: Lần đầu tiên họa sỹ Âu Âu du nhập vào Việt Nam đã ảnh hưởng tới thị hiếu của người dân, đặc biệt là quan niệm về thẩm mỹ đối với áo dài.
- ÁO DÀI HỒ CỐ (CUỐI 1958)**: Lần đầu tiên xuất hiện tại Sài Gòn. Không chỉ là vẻ màu da, mà còn thể hiện về văn hóa tiết trang trí trên áo: nhàn nhã, mộc mạc.
- ÁO DÀI HIPPIE (1968)**: Áo dài với các sắc màu rực rỡ thể hiện nét đẹp, trang trí của người phụ nữ hiện đại cuối những năm 1960. Tuy nhiên, trào lưu áo dài Hippie chủ yếu đến từ trào lưu Nam Việt Nam mà làn sóng Hippie của miền nam thổi phồng. Tây tác động một cách mạnh mẽ.
- ÁO DÀI HIỆN ĐẠI (1989)**: Năm 1989, cuộc thi Hoa hậu do đài truyền hình được tổ chức tại Sài Gòn đã định hướng sự hình thành phong cách của áo dài hiện đại hàng loạt các thiết kế mới.

## Cung cấp thông tin

### 8 điều cần biết về việc ăn SUSHI

Để có thể thưởng thức trọn vẹn hương vị, hãy thử ăn cá theo 1 thứ tự nhất định.

- Hầu hết đều với cá màu trắng trước.
- Sau đó thưởng thức cá màu bạc.
- Tiếp theo là cá màu đỏ.
- Kể đến thưởng thức hương vị nặng hơn 1 chút, chẳng hạn như cá và trứng cá hồi.

**BẮT ĐẦU**: Bắt 1 món cuốn đơn giản chẳng hạn như cơm cuộn cá ngừ, và đây là món ăn đầu tiên bạn sẽ bắt đầu thưởng thức món của mình.

**KẾT THÚC**: Trứng mỏng với món cơm cuộn trắng. Món có cuối cùng sẽ là cá và trứng cá hồi.

Để có thể thưởng thức trọn vẹn, bạn nên bắt đầu ăn cá có vị nhẹ trước, sau đó hãy ăn cá có vị nặng hơn. Cá có vị nặng mà bạn có thể thưởng thức như cá ngừ béo, còn trước đó hãy tận hưởng cá có vị nhẹ hơn, chẳng hạn như cá hồng.

## So sánh các đối tượng

### Bia và Cà phê khác nhau như thế nào?

**THU QUẢN CHẤT ADENOSINE**: Khi chất adenosine kết hợp với thu quản, bạn sẽ cảm thấy không tỉnh táo, mà mơ màng, đôi khi cảm giác buồn ngủ.

**CAFFIEN**: Khi chất caffeine kết hợp với thu quản, thì thu quản sẽ kết hợp với caffeine (thay vì kết hợp với adenosine).

Phần này được gọi là vỏ não. Vỏ não sẽ điều khiển suy nghĩ, ngôn ngữ và khả năng tương tác.

Khi chất caffeine kết hợp với vỏ não, bạn sẽ cảm thấy tỉnh táo, tuy nhiên nó cũng giải phóng một số chất dẫn truyền thần kinh khiến bạn cảm thấy bồn chồn và bồn chồn.

VÀ KHI NỒNG ĐỘ CỒN TRONG MÁU ĐẠT ĐẾN 0.07 (TƯƠNG ĐƯƠNG 0.2 LY BIA) 5 PHÚT SAU

## Mô tả

### Mr. Android 2011

32% người dùng Android là nam giới.

51% người dùng Android là nữ giới.

47% người dùng Android là người trẻ tuổi.

38% người dùng Android là người trung niên.

27% người dùng Android là người trẻ tuổi.

28% người dùng Android là người trung niên.

36% người dùng Android là người lớn tuổi.

18% người dùng Android là người trẻ tuổi.

9% người dùng Android là người trung niên.

62% người dùng Android là người lớn tuổi.

71% người dùng Android là người trẻ tuổi.

38% người dùng Android là người trung niên.

## Kể chuyện - giải trí

## Thống kê

### 100 MANG XÃ HỘI HOẠT ĐỘNG THỐNG KÊ & NĂM 2012

THỜI GIAN TRÊN MẠNG HƠN 40% MỖI PHÚT HÀNG NGÀY.

100.000 TWITTER BOX GIỜ

2 TRIỆU TRUY VẤN TÌM KIẾM GOOGLE

48 GIỜ VIDEO UPLOAD TRÊN YOUTUBE

684 HỖ ĐÓNG CHIA SẺ TRÊN FACEBOOK

3.600 HÌNH ẢNH CHIA SẺ TRÊN PHOTOGRAPH

ĐĂNG KÝ	FACEBOOK	TIÊU ĐƯỢC HÀNG NGÀY	SỬ DỤNG THƯỜNG
171	FACEBOOK	532 TRIỆU	6,75 GIỜ
517 TRIỆU	TWITTER	4,5 TRIỆU	1,5 GIỜ
400 TRIỆU	GOOGLE+	73 TRIỆU	21 PHÚT
175 TRIỆU	LINKEDIN	23 TRIỆU	17 PHÚT
100 TRIỆU	INSTAGRAM	7,3 TRIỆU	3 PHÚT
25 TRIỆU	PINTEREST	4 TRIỆU	

TỶ LỆ NAM VÀ NỮ SỬ DỤNG

FACEBOOK	TWITTER	PINTEREST	GOOGLE+	LINKEDIN
60% NỮ / 40% NAM	60% NỮ / 40% NAM	79% NỮ / 21% NAM	29% NỮ / 69% NAM	55% NỮ / 45% NAM

## Infographic xưa và nay

Chưa thể khẳng định đâu là bản infographic đầu tiên trên thế giới. Theo Wikipedia, nhà vật lý-thiên văn học Christoph Scheiner (Đức) là người đầu tiên công bố một

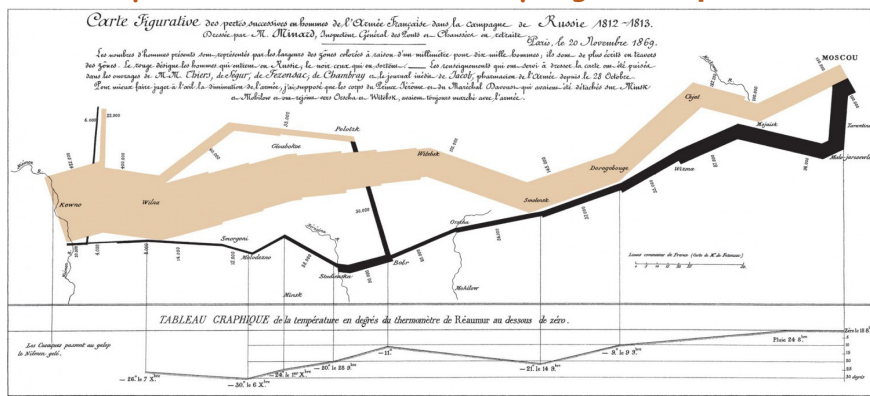
infographic mô tả quỹ đạo mặt trời trong quyển sách Rosa Ursina sive Sol vào năm 1626. Một số nguồn tin khác khẳng định, 1861 mới là năm bắt đầu xuất hiện infographic. Đó là tấm lược đồ mô tả hành trình xâm lược Nga của Napoleon. Bài viết “Bác

sĩ Fritz Kahn – Cha đẻ của infographic” trên báo Sức khỏe và Đời sống lại cho rằng, chính bác sĩ Fritz Kahn đặt nền tảng cho đồ họa thông tin hiện đại bằng những infographic được làm thủ công vào năm 1922.

Vào cuối thế kỷ 20, Richard Saul Wurma – người sáng lập chương trình TED Talks - đã đề xuất từ “infographic” như một thuật ngữ chính thức. The Sunday Times là tờ báo đầu tiên áp dụng infographic vào năm 1970 và nhận được phản hồi không mấy tích cực từ phía công chúng. Các infographic lúc bấy giờ bị cho là quá đơn giản, nhấn mạnh vào tính giải trí hơn là nội dung và dữ liệu.

Theo thời gian, infographic không chỉ xuất hiện trên mặt giấy mà phát triển trên cả các phương tiện truyền thông kỹ thuật số. Nhờ phần mềm đồ họa hiện đại, infographic ngày càng hấp dẫn, sáng tạo và nhanh chóng phổ biến trong mọi lĩnh vực. Có thể nói, khác biệt lớn nhất giữa infographic xưa và nay chính là khả năng tương tác và chia sẻ không giới hạn. □

### Lược đồ mô tả hành trình xâm lược Nga của Napoleon

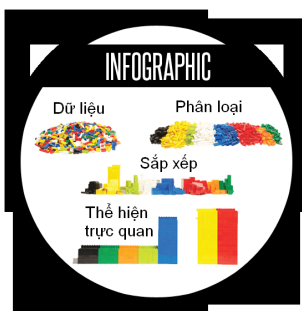


### Một số công cụ tạo infographic trực tuyến:

WhatAboutMe?, Visualize.me, Piktochart Easel.ly, Visual.ly, Infogr.am, Many Eyes Venngagei, Charts, Dipity, Timeline JS, StatSilk.

Nguồn: vietdesigner.net

## Phân biệt infographic và data visualization



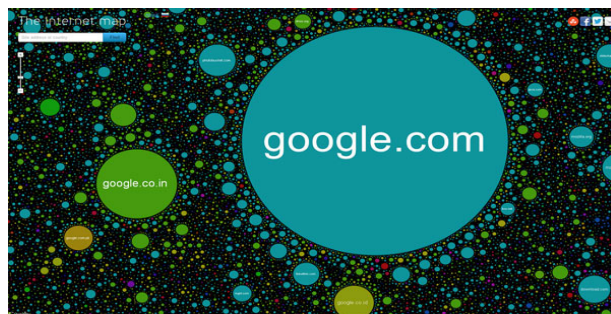
Infographic thường bị đánh đồng với data visualization (tức “trực quan hóa dữ liệu”, “dữ liệu trực quan” hay “diễn họa dữ liệu”). Tuy cả infographic lẫn data visualization đều thể hiện bằng hình ảnh, nhưng

infographic diễn giải thông tin chủ quan theo nội dung câu chuyện định trước, còn data visualization là đồ họa dữ liệu từ dữ liệu khách quan. Xây dựng data visualization bao gồm thu thập toàn bộ dữ liệu thô, rồi sử dụng thuật toán để tạo hình ảnh mô tả cấu trúc tập dữ liệu. Mục đích là mô hình hóa tập dữ liệu để có thể nhận biết trực quan các vấn đề chứa trong dữ liệu. Data visualization thường áp dụng để xử lý các tập dữ liệu lớn hoặc phức tạp.

Infographic truyền đạt thông tin một cách trực quan dưới dạng đồ họa về một vấn đề dưới góc nhìn cụ thể của tác

giả. Các dữ liệu sẽ được chọn lọc và thiết kế theo mục tiêu định trước. Với mỗi vấn đề, infographic có thể chọn lựa nhiều hướng tiếp cận khác nhau để đạt hiệu quả truyền thông khác nhau.

Như vậy, data visualization có thể dùng để tạo thành infographic, nhưng một infographic không được xem là data visualization.



Hình ảnh trực quan về các trang web cho thấy mối tương quan giữa các trang web khác nhau trên internet.

Mỗi hình cầu là một trang web, kích thước hình cầu tương ứng với số lượt truy cập, màu sắc đại diện cho quốc gia. VD: trang web của Nga có màu đỏ, của Trung Quốc màu vàng.