**Этапы создания инфографики и требования при её проектировании**

Инфографика, по-настоящему красива, когда она перестает быть просто каналом обмена информацией и предлагает некую новинку: новый взгляд на данные или формат, который разжигает в читателях искру интереса и приводит к новому уровню понимания [5; стр. 34]. Сегодня наш глаз уже хорошо понимает разные форматы инфографики (графики, диаграммы), поэтому информационные сообщения для нас стали более доступны и эффективны по воздействию, но по большей части они уже не обладают способностью удивлять или радовать нас. Чаще всего, проекты, которые восхищают нас, делают это не потому, что они были разработаны, чтобы быть чем-то новым, а потому, что они были разработаны, чтобы быть эффективными, их новизна является побочным продуктом эффективного выявления новых представление о мире.

Ключ к успеху любого визуального сообщения, красивое оно или нет, является предоставление доступа к информации таким образом, что пользователь может получить знания. Наиболее важным фактором, определяющим конструкцию визуального образа и успех самого проекта, являются сами данные [4; стр. 13].

Существуют десятки принципов, которые берутся в расчёт при создании инфографики. Но есть два принципа, которые являются наиболее важными. Первый принцип указывает нам на необходимость строгого определения объекта, для которого предназначено сообщение. Второй принцип говорит о контексте использования. Пристальное внимание к этим двум принципам, помимо самих данных, поможет создать эффективную визуализацию данных.

Спектр применения инфографики достаточно широк, чтобы вывести наиболее общие правила визуализации данных, обратимся к инфографике в печатных изданиях и сети Интернет.

Есть три главные ступени для создания успешной инфографики в печати и в сети Интернет:

четко понимать, что за тип информации будет представлен: пространственный, хронологический, количественный или смешанные комбинации;

представлять себе соответствующий образ информации как единого целого, то есть гораздо больше, чем совокупность карт, схем, чертежей и диаграмм;

выбрать нужный тип презентации - статический, динамический или интерактивный [13].

Начальные этапы создания инфографики для печатных СМИ и Интернета практически одинаковы:

1 этап - выбор темы. Ее основные свойства - востребованность и актуальность. Стоит принять во внимание, что «графике очень легко отображать существующее в реальности, значительно труднее перенести в визуальную плоскость отвлеченные понятия и почти невозможно - мнения и комментарии» [2; стр. 138].

2этап-сбор информации.Здесь все напрямую зависит от темы. Например, если это авария, то нужно собрать всю доступную информацию, фотографии, экспертизы, свидетельства.В зависимости от того, как авария будет изображена, могут потребоваться карты местности.

3 этап - систематизация. Он является наиболее сложным и включает организацию собранной информации и создание плана ее презентации. Сюда входит:

классификация информации по типу

выбор тематики действия:

а) инструктивная тематика: пошаговая инструкция как происходили события или как происходит работа чего-либо.

б) исследовательская тематика: смысл выявляется активным изучением проблемы, истории, действия.

в) имитационная тематика: имитация реальных явлений для более  
точного представления идеи.

г) коммуникативная тактика: дискуссии и дебаты как путь более точно понять и представить идею.

д) творческая тактика: создание новых форм и подходов к изучению и представлению информации.

**3)**разделение информации на важные части:

а) по местности

б) по алфавиту

в) по времени

г) по категории

д) по иерархии

4 этап - эскиз (для печатной инфографики) и раскадровка (для интернет-инфографики). Степень детализации в эскизах или раскадровке зависит от глубины проработки темы.

Эскиз - основной вспомогательный инструмент, которым дизайнеры пользуются, чтобы запечатлеть свойства настроения, атмосферы и голоса. Это помогает подойти к вопросу со всех сторон, определить характер дизайна и установить, какие элементы нужны для его создания. Сам процесс составления эскиза может занять меньше часа, но сбор материала для него при работе над некоторыми проектами может растянуться на недели.

Создание эскиза невозможно без определенных навыков. Существуют определенные понятия, такие как форма, пространство, композиция, цвет и другие, которые дизайнер должен знать и уметь правильно с ними работать.

5 этап - планирование и работа над графикой (создание основного и второстепенных объектов). В печатных СМИ основной объект - это центральное изображение. Оно должно привлекать внимание читателя. В интернет-проекте принцип организации немного иной, так как порядок представления информации следует по принципам цифровой презентации, где позиция того или иного аргумента зависит не от размера элемента, а от его положения в цепи кадров. При линейной последовательности второстепенная информация дается в связи с основным объектом, тогда как при нелинейной - образуются тематические группы или врезки.

Для печатных СМИ лучше использовать 2D\_иллюстрации. Их выгода в том, что можно использовать сложную подробную детализацию. ЗD\_иллюстраций в печати выглядят либо слишком научно, либо похожи на видеоигры. Использование 2D\_иллюстраций со сложной детализацией в интернет СМИ не является правильным решением. Иллюстрации приходится упрощать за счет снижения детализации. Более того, они статичны; их трудно анимировать, поэтому, если нужно показать сложную последовательность действий, лучше всего подходят векторные 2D и 3D модели: их можно легко изменять и фиксировать в любой позиции [14].

Очень часто трудности в реализации какого-либо проекта вызваны неправильным пониманием и неверной оценкой поставленной задачи. При этом очень часто на начальном этапе дизайнер не учитывает всевозможные детали и подробности, на которые приходится отвлекаться уже походу работы [4; стр. 173]. Поэтому очень важно на начальном этапе точно определить все детали и особенности, которые дизайнер хочет получить в готовом проекте. Необходимо убедиться, что выбранная стратегия и методика реализации проекта в итоге будет понятна и интересна конечной аудитории.

На начальном этапе создания также нужно иметь представление о сложности моделей и объектов и времени исполнения. Желательно дизайнеру закладывать на 10-15 процентов больше времени, чем запланировано. Если проект достаточно большой и над ним работает целый коллектив дизайнеров и специалистов, необходимо, чтобы каждый из них понимал свою роль в проекте.

Прежде чем приступать непосредственно к моделированию сцены, необходимо разработать и создать те объекты и персонажи, которые будут ее наполнять. Когда основные объекты созданы, можно приступать непосредственно к компоновке самой сцены: расстановке объектов, камер, источников света и т. д. По мере работы периодически рекомендуется оцифровывать сцены (делать рендеринг) - делать как бы цифровой итоговый фотоснимок сцены, чтобы увидеть, как выглядит сцена в действительности на данном этапе.

Не доводя работу до конца, рекомендуется сделать черновой вариант и внимательно его просмотреть, чтобы выявить недостатки. Потом происходит доработка и детализация моделей / персонажей.

6 этап- сборка графики на основе эскиза. Для печатных СМИ на данном этапе дизайнер сглаживает все элементы на один «слой» и начинает создавать из них информационную композицию, размещая текст. Дизайнер веб-инфографики анимирует элементы, используя программы 3D Мах или Flash, редактирует кадры, накладывает текст или звук, в зависимости от решаемой задачи.

Красивая инфографика имеет четкую цель - передать сообщение или определенную точку зрения на информацию, которую она призвана донести. Доступ к этой информации должен быть максимально прост [5; стр. 398].

Постер, содержащий инфографику, не должен быть перегружен. Ввод вспомогательной информации на странице может привести к передаче дополнительной информации для читателя. Но следует помнить, что ненужные данные - шум. Если это не помогает, вероятно, это может помешать.