

Тюрин Владислав

Деловая инфографика

Наглядный способ показать данные

2015

!

© Тюрин Владислав Владимирович, 2015

Деловая инфографика. Наглядный способ показать данные.

Цель данной публикации – системно представить и предложить логически обоснованный и мотивированный метод разработки деловой инфографики, который применим для визуализации различной информации экономического, финансового, маркетингового, управленческого характера. Метод позволяет активизировать («включить») творческий процесс разработчика (аналитика, дизайнера, статистика), подсказав, с чего начать работу с информацией и что сделать для её превращения в доступный, интересный и полезный графический образ – в эффективную инфографику.

В настоящей публикации уделено внимание понятию деловой инфографики, её сущности и технологии разработки – той последовательности шагов, которые должны помочь выйти к достойному результату, а также пониманию важных аспектов её разработки.

Публикация осуществляется в рамках проекта Vlad's Business Objects.

Сайт проекта: bizobj.ru

Содержание

Введение в деловую инфографику	4
Цель и задачи инфографики	5
Понятие деловой инфографики	5
Классификация деловой инфографики	7
Основная цель деловой инфографики	8
Постановка цели и задач	9
В основе инфографики	10
Информация для инфографики	10
Целостность исходной информации, её обработка и анализ	11
Числа, формулы, выражения, схемы, структуры... ..	12
Средства и решения визуализации.....	14
Символы: фигуры, надписи, стили	16
Трансформации: положение, переходы, очередность.....	16
Фон: блоки (регионы), бэкграунд (рамка), контекст (заголовок).....	17
Стиль оформления.....	18
Формат.....	18
Метафора	18
Методика разработки инфографики.....	19
Последовательность разработки	19
Комплект инфографики: графика, информация, резюме	23
Цикличность разработки деловой инфографики	24
Актуализация деловой инфографики	24
Несколько версий деловой инфографики.....	25
В заключении	25

Список иллюстраций

Рисунок 1. Матрица классификации визуальных средств представления информации.	6
Рисунок 2. Структура деловой инфографики.	6
Рисунок 3. Качество информации.	11
Рисунок 4. Визуализация деловой инфографики.....	15
Рисунок 5. Последовательность разработки деловой инфографики.	19
Рисунок 6. Комплект деловой инфографики.....	23

ВВЕДЕНИЕ В ДЕЛОВУЮ ИНФОГРАФИКУ

Во многих сферах своей деятельности человек сталкивается с серьезной необходимостью осмыслить происходящее вокруг и понять окружающие его процессы, чтобы минимизировать количество совершаемых ошибок и получить желаемый результат с учетом имеющихся возможностей. Один из действенных и объективных инструментов сбора информации для последующего осмысления – это наблюдение с регистрацией и подсчетом фактов. Количественные показатели укладываясь в солидную статистику помогают анализировать и понимать различные предметные области. Однако после того, как качественные вещи (объекты, явления) превратились в количественные показатели (обмеры), воспринимать цифровой поток оказывается не так-то просто. Появляется потребность донести сложную и особо сложную информацию (данные, знания) до широкого круга заинтересованных и не очень пользователей. На помощь аналитикам, статистикам, математикам и другим отважным специалистам, занятым в индустрии масштабных чисел, расчетов и сложной логики приходят художники (дизайнеры). Числовые данные и сопутствующая им сложнейшая информация превращается из простых и строгих таблиц, диаграмм, графиков, схем, моделей в обогащенную визуальными решениями **инфографику**.

Инфографика (информационная графика) – способ визуализации сложной или особо сложной информации в виде целостного, упорядоченного, понятного и интересного графического изображения с определенной внутренней структурой.

Шаг от качественных объектов, процессов, явлений и событий, который удается сделать в сторону рациональных и поддающихся обработке количественных показателей, теперь следует сделать назад к информационной графике. Последняя превращает удобные для расчетов, но слабо пригодные для восприятия массивы чисел и логических понятий, в качественные выразительные графические объекты (образы). А значит, инфографика становится инструментом, облегчающим понимание сложной информации и взаимосвязей, выявленных в этой информации, с намеком на определенные выводы, которые следуют из анализа обработанных данных.

Деловая инфографика прежде всего связана с миром экономических, финансовых, маркетинговых и управленческих объектов, фактов, явлений и событий. Здесь наиболее важно донести сложные данные и информацию для широкого круга лиц, подкрепив их наглядными выводами. Зачастую, некоторые из таких лиц уполномочены принимать бизнес-решения, в том числе руководствуясь сведениями, предоставляемыми по их запросам. В деловой инфографике уместен тонкий юмор, но запрещены визуальный мусор, неадекватные образы, пестрая окраска и усложняющие восприятие артефакты. Деловой и корпоративный стили приветствуются.

Кроме того, одним из ключевых моментов в деловой инфографике является баланс между качеством (проработкой) визуализации и ресурсами (особенно временем) затраченными на такую визуализацию. Деловая отчетность и аналитика обычно требуются «немедленно», в крайнем случае - «вчера», поэтому времени на «долгую» и «высоко детализированную» инфографику всегда не хватает. Можно конечно ограничиться таблицами и линейными диаграммами, но игнорировать, в некоторых ситуациях, сильные преимущества представления результирующих данных и основанных на них сложных аналитических выводов в виде инфографики не стоит – главное правильно показать результаты кропотливого сбора и обработки данных, иначе усердие может остаться не замеченным.

Настоящая публикация это, в строгом смысле, не учебное пособие по инфографике. Понимать, что и как сделать в части визуализации данных и художественного оформления такой визуализации, каждый специалист должен сам, основываясь на своем опыте и знаниях предметной области и, конечно же, не выходя за границы своего таланта. Цель данной публикации – дать системное представление и предложить логически обоснованный и мотивированный метод разработки деловой инфографики, который применим для визуализации информации экономического, финансового, маркетингового, управленческого характера. Метод позволяет активизировать

(«включить») творческий процесс разработчика (аналитика, дизайнера, статистика), показав, с чего начать работу над информацией и что необходимо сделать для её превращения в доступный, интересный и полезный графический образ – в инфографику.

В настоящей публикации уделено внимание понятию деловой инфографики, её сущности и технологии разработки – той последовательности шагов, которые помогут выйти к достойному результату, а также пониманию того, что важно учитывать на каждом шаге. Здесь не стоит искать подробные инструкции по оформлению данных, по подбору и сочетанию цветов или методику обработки чисел для их «красивого» представления.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИНФОГРАФИКИ

Понятие деловой инфографики

Инфографика (информационная графика) – способ визуализации сложной или особо сложной информации в виде целостного, упорядоченного, понятного и интересного графического изображения с определенной внутренней структурой. Разберемся с каждым из элементов понятия.

Визуализация – инфографика должна выражаться в виде графического представления различной степени детализации образов, которые соответствуют заданным качественным и количественным категориям.

Сложная и особо сложная информация – инфографика имеет определенный смысл, когда информация действительно сложна или очень сложна для восприятия и когда нет никакой возможности обойтись простыми и понятными решениями в виде таблицы, списка, аналитической записки, графика и т.п.

Целостное изображение – инфографика должна не распадаться на отдельные части, а уметь совокупно представлять определенную информацию.

Упорядоченное изображение – хорошая инфографика имеет определенную логику информационного и графического построения, которая «читается» напрямую, либо дополнительно разъясняется в специальных комментариях.

Понятное изображение – инфографика должна быть понятна тем лицам, на которых она ориентирована, т.е. представлять модель (предметную область), использовать общепринятые термины, применять адекватные графические образы, воспринимаемые пользователями без дополнительных разъяснений.

Интересное изображение – инфографика в большей степени заинтересовывает тех, для кого она разработана и в доступной форме излагает сложную информацию или массовые данные предлагая «яркие» образы, четкие линии переходов, «захватывающие» прорисовки фоновых изображений.

Качественная деловая инфографика обладает в большей степени следующими особенностями:

объективность – представленное на инфографике достоверно и приемлемо для принятия эффективного решения, но недопустимо оперировать непроверенными данными, неточными расчетами и предлагать необоснованные выводы;

релевантность – деловая инфографика соответствует целям, которые перед ней поставлены и своим содержанием не вводит пользователя в заблуждение относительно наименования и выводов;

строгость – деловая инфографика экономно использует художественную составляющую, в зависимости от аудитории, и не использует сложные линии и цвета, кроме того, следует отдавать предпочтение числовым данным и стандартным общепринятым символам;

измеримость – деловая инфографика основывается на данных, информации, знаниях имеющих объективные количественно и качественно измеримые показатели;

обоснованность – деловая инфографика, являясь результатом определенного исследования, имеет основания и сопроводительные материалы, которые подтверждают представляемую информацию и позволяют по необходимости проследить ход рассуждения специалиста, который её составил.

Для сравнительного понимания деловой инфографики и её места относительно иных средств представления бизнес-информации и графического её представления, воспользуемся схематичной, традиционной в таких случаях, двумерной матрицей. Две характеристики матрицы демонстрируют то или иное визуальное средство представления информации с точки зрения уровня информационной наполненности и с точки зрения уровня выразительности (проработки) графических образов.

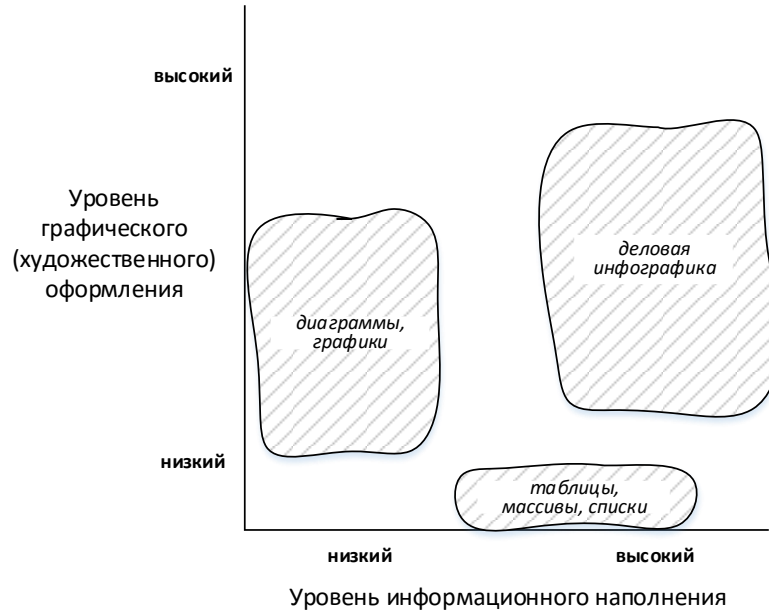


Рисунок 1. Матрица классификации визуальных средств представления информации.

Место деловой инфографики очевидно располагается где-то в области среднего уровня графического оформления при уровне информационного наполнения выше среднего. Для сравнения показано расположение таблиц данных, массивов данных и длинных списков. С другой стороны простые диаграммы и графики (до 4 рядов данных) менее информативны и менее графически выражены. «Хорошая» деловая инфографика обладает большим уровнем информационного наполнения по сравнению с таблицами/массивами или диаграммами/графиками, поскольку кроме указания на первичные данные содержит аналитическую информацию (выводы).

Опираясь на подобную матрицу, можно рассмотреть место расположения таких информационно-художественных средств визуализации как изображение или фото объекта, структурная схема, комикс, текстовая нотация и т.п.

Деловая инфографика включает в себя три основные составляющие: информацию, цели и способы графического отображения информации для решения поставленных целей.

Общая структура деловой инфографики выглядит следующим образом:

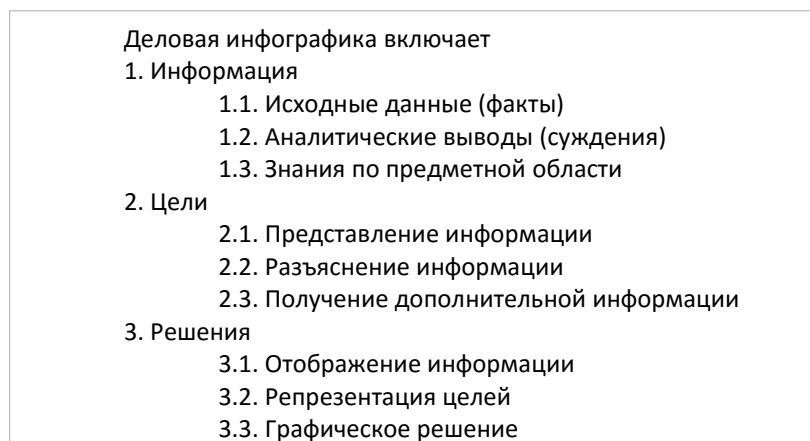


Рисунок 2. Структура деловой инфографики.

В основе каждой деловой инфографики лежит **информация**, которую необходимо представить определенной целевой аудитории. Такая информация включает:

- *исходные данные* (расчеты, числовые ряды, факты, события), представляющие собой совокупный упорядоченный и взаимосвязанный их набор без дополнительных субъективных аналитических и логических выводов;

- *выводы* (аналитика), т.е. суждения сделанные на основе исходных данных;

- *определенные знания* по конкретной предметной области.

Информация, положенная в основу инфографики, может включать любую комбинацию всех трех перечисленных видов.

Деловая инфографика создается в определенных **целях**. И это могут быть:

- *представление информации*, т.е. доведение информации в удобном виде до конкретной (целевой) аудитории;

- *разъяснение информации*, т.е. доведение информации таким образом, чтобы целевая аудитория уяснила (поняла, восприняла) определенную сложную или особо сложную информацию (для последующего принятия решения);

- *получение дополнительной информации*, т.е. выработка (генерализация) какой-либо необходимой для принятия решения информации, основанной на исходной.

В случае постановки цели по разъяснению информации, инфографика становится инструментом донесения до целевой аудитории особой информации, которую требуется не только знать, но и применять правильно с учетом имеющихся в ней особенностях (обычно при обучении и обогащении опыта). Когда целью является получение дополнительной информации на основе инфографики, то становится приоритетным так её составить, чтобы она служила инструментом выработки новой информации (новых аналитических выводов, знаний и деловых решений). Указанные цели могут комбинироваться в отношении деловой инфографики в целом, либо в отношении отдельных её частей.

Составить деловую инфографику на основании соответствующей информации для достижения поставленных перед ней целей можно с помощью специальных **решений визуализации**, которые включают:

- *решение по отображению информации*, т.е. способ визуализации информации в пространстве инфографики;

- *решение по репрезентации целей*, т.е. способ визуализации целей и пути их достижения с помощью, разрабатываемой инфографики в её пространстве;

- *графическое решение*, т.е. способ графического построения пространства инфографики на основе понятного, целостного, логичного, релевантного отображения.

Классификация деловой инфографики

Дополнительно понять виды и направления деловой инфографики помогает её классификация. Кроме классификации, которая применима к обычной инфографики, для деловой характерны также дополнительные способы классификации как для средства, которое непосредственно визуализирует объекты, факты, явления и события из таких сфер как экономика, финансы, статистика, маркетинг, менеджмент, логистика и т.п.

Классификация деловой инфографики **по уровню представлению деловой информации**:

- деловая инфографика состояния (статическая) – представляет информацию на зафиксированный момент времени и характеризует не более чем совокупность бизнес-объектов;

- деловая инфографика изменения (динамическая) – представляет информацию об определенных изменениях, движении и характеризует бизнес-процессы и некоторые бизнес-объекты в них вовлеченные;

- деловая инфографика управления изменением (управленческая) – представляет информацию о воздействии на определенные изменения, взаимодействия и характеризует сложные слои взаимоотношений бизнес-процессов и участвующих в них бизнес-объектов.

По исходной информации, которая лежит в основе деловой инфографики выделяем:

- деловая инфографика данных (рядов данных, матриц данных, функций зависимости) – представление данных различного характера, в том числе дискретных, цифровых, непрерывных, функционально-зависимых;

- деловая инфографика аналитической информации – представление определенных отобранных данных и аналитических выводов, предположений, гипотез, которые на них основаны;

- деловая инфографика знаний – представление понятийного аппарата, установленных связей и взаимоотношений объектов, явлений, событий и т.п.

Исходя из **назначения деловой инфографики** следует различать:

- демонстрационная деловая инфографика, основная задача которой представить определенную информацию;

- рабочая деловая инфографика, основное назначение которой помочь в принятии определенных решений или предложить направления для выработки решений;

- учебная деловая инфографика, основной целью которой является повышение эффективности процесса обучения.

В зависимости от **целевой аудитории** определяют:

- деловая инфографика для рабочего использования, которая применяется на определенном организационном уровне (для неё допустимы рабочие недочеты и условности);

- деловая инфографика для руководства, которая направляется вышестоящему по уровню руководству внутри бизнеса (для неё важна высокая степень достоверности и проработки);

- деловая инфографика для внешнего потребления, которая направляется во внешние организации для разных целей (для неё учитывается конфиденциальность определенных передаваемых данных и потребительские свойства, ориентированные на целевую аудиторию).

Учитывая **преимущественное содержимое** деловой инфографики:

- деловая инфографика ресурсов (экономическая деловая инфографика) – информация, представленная в такой инфографике относится в большей степени к экономическим, финансовым, кадровым или иным ресурсным аспектам бизнеса;

- деловая инфографика рынка (маркетинговая деловая инфографика) – информация, представленная в такой инфографике относится в большей степени к маркетинговому составляющему бизнеса, т.е. представляет информацию о потребностях, рынках, потребителях, целях, задачах, стратегиях, миссиях и т.п.;

- управленческая деловая инфографика – информация, представленная в такой инфографике относится в большей степени к управленческим и организационным аспектам бизнеса, т.е. представляет информацию о штатных структурах, процессах и технологиях управления.

Основная цель деловой инфографики

Основной целью деловой инфографики является эффективная визуализация заданной деловой информации. Для достижения этой цели необходимо при создании и публикации деловой инфографики выполнить следующее:

1. Сформулировать цель создания конкретного экземпляра деловой инфографики.
2. Определить решение каких задач позволит достичь цель создания конкретной деловой инфографики.
3. По каждой задаче, выбрать и подготовить данные (информацию) для создания деловой инфографики.
4. Выбрать решения по визуализации, применяемые для создания конкретного экземпляра деловой инфографики.

Постановка цели и задач

Перед тем, как приступить к непосредственной подготовке данных и выбору решения по их визуализации, то есть, перед тем как погрузиться в изобразительное творчество по трансформации деловой информации в «занимательную картинку», определимся с основной целью создания деловой инфографики и с постановкой задач по реализации такой цели.

Цель может относиться к одной из указанных выше групп общих целей или в определенном составе сочетать их: представление информации, разъяснение информации или получение дополнительной информации.

Цель создания деловой инфографики формулируется в понятном виде ориентируясь на последующие способы её использования. Например, *«представление данных о колебаниях курса основных валют на биржевых торгах для подготовки решения о выборе стратегии их купли-продажи в очередном квартале»*. Сформулированная цель предлагается заказчику деловой инфографики или согласовывается с ним.

В любом случае необходимо убедиться, что поставленная цель достойна затрат времени и ресурсов на разработку экземпляра деловой инфографики. И варианты с диаграммами, графиками, таблицами или иными более простыми средствами визуализации данных не удовлетворяют заказчика (и разработчика) в текущей ситуации.

Если определить цель не удастся или она оказывается недостаточно понятной и проработанной, то не рекомендуется приступать к проработке решений по воплощению информации в изображение (или иной визуальный объект). В этом случае, как правило нет оснований для создания инфографики и существуют лишь интересные данные. Работу с «интересными данными» следует продолжить. Вероятно, после их дополнения какими-либо фактами, цифрами, событиями и иной дополнительной, значимой информацией появиться и более чёткое понимание цели создания деловой инфографики.

Определенная цель деловой инфографики может быть достаточно проста и тогда она не уточняется с помощью дополнительных задач. Если же инфографика предназначена для частичного представления данных, сопряженное с их разъяснением и/или получением дополнительной информации, то оптимальным будет для цели детализировать подчиненные задачи.

Задачи создания деловой инфографики – это набор проблемных ситуаций дополняющий и разъясняющий цель создания деловой инфографики. Они уточняют сформулированную цель для более четкой реализации в визуальном средстве. Задачи, например, могут внести в изображение деловой инфографики дополнительную структурность, фрагментарность или потребовать включения определенного средства визуализации.

Формулировать задачи создания деловой инфографики следует только в связи и в контексте поставленной цели. Если задача сформулирована так, что явно находится вне определенной цели – её исключают или, если она действительно выглядит важной – пересматривают и уточняют цель. Кроме того, набор задач в рамках поставленной цели не должен иметь противоречия и быть излишне разнообразным. Решить совершенно несвязанные задачи (пусть даже и каким-то директивным образом объединенные одной целью) с помощью одного экземпляра деловой инфографики весьма трудно.

Для простых экземпляров инфографики, цель достаточно разбить на несколько подзадач. Для сложной деловой инфографики – цель может быть проработана в виде целой иерархии задач.

Цель и задачи формулируются и детализируются в рамках структуры деловой инфографики:

- по информации, которая ложится в основу инфографики (исходные данные, аналитические выводы, знания по предметной области) как по видам, так и по конкретным её частям (фрагментам, наборам, темам);
- по базовой цели использования инфографики (представление информации, разъяснение, получение дополнительной);

- по решениям, применяемым для инфографики (отображение, репрезентация целей, графическое решение) как по видам, так и по конкретным элементам решений.

В большей степени детализация целей и задач деловой инфографики осуществляется по видам и темам исходной деловой информации, которая является её основой, а в меньшей степени цели и задачи требуют детализации и структурирования в связи с применяемыми решениями визуализации.

Наиболее простой способ определить цель и задачи деловой инфографики – это ответить на вопросы подобные следующим:

- надо ли и какую информацию надо представить средствами визуализации;
- требует ли и какая информация требует разъяснений средствами визуализации и какие требуются разъяснения;
- есть ли потребность в получении информации и в получении какой информации есть потребность, которую можно реализовать средствами визуализации и как такую потребность лучше выразить.

В ОСНОВЕ ИНФОГРАФИКИ

Информация для инфографики

В основе визуальной репрезентации средствами деловой инфографики лежит бизнес-информация, которая имеет совершенно разнообразное содержание и формат. Это могут быть количественные или качественные данные, заметки, аналитика, расчеты и характеристики.

Наиболее значимым критерием отбора деловой информации для её использования в создании инфографики является соответствие поставленным целям и задачам. Информация собирается и формируется исключительно под predetermined цели и задачи, которые необходимо достичь в каждом конкретном случае создания деловой инфографики.

Эффективными и качественными могут считаться варианты инфографики, в которых выбрана интересная цель и задачи, под которые подготавливается исходная информация, но не наоборот. Однако в отдельных ситуациях очевидно, что, обнаружив интересные данные или сведения, у исследователя возникает желание представить их определенной аудитории в эффектной форме. Но здесь не стоит спешить с реализацией, а разумнее, оценив полученные интересные данные или сведения, начать с формулировки основной цели – это не только правильно, это дает лучшие результаты.

Для эффективной деловой инфографики нужна качественная информация, которая отвечает следующим требованиям:

- актуальность;
- привязка к источнику;
- объективность;
- релевантность;
- измеримость;
- управляемость.

Актуальность информации, используемой для деловой инфографики, определяет насколько важны они для такой инфографики и соответствуют ли они её теме и временному контексту. Кроме того, актуальность означает и совместимость разных единиц (наборов) информации между собой для создаваемой инфографики.

Привязка к источнику определяет достоверность информации и возможность установить её автора. Хорошая привязка информации позволяет по необходимости получить её повторно с уточнениями или дополнительной актуализацией.

Объективность информации – это требование очевидно для создания полноценной и продуктивной деловой инфографики. Непроверенные данные, предвзятые выводы и искаженная информация составляют основу для «плохой» инфографики.

Релевантность информации, визуализируемой средствами деловой инфографики, имеет непосредственное отношение к её целям и задач. Лишняя, не относящаяся к сути поставленной цели, информация принесет дополнительные трудности при чтении и восприятии деловой инфографики, отвлекая внимание от основного.

Измеримость информации – ключевое требование, поскольку полноценная инфографика возможна при наличии определенных количественных показателей. Отображение в деловой инфографике только информации о качестве способно негативно повлиять на её восприятие сместив акцент в сторону простых деловых «картинок». Даже при явном отсутствии количественной информации при создании деловой инфографики следует провести дополнительную работу и сформировать или смоделировать количественные показатели (индексы, ряды данных, коэффициенты и т.п.).

Управляемость информацией характеризует возможность проводить определенные операции по её изменению, исправлению, структурированию, организации, замещению. При создании деловой инфографики информацией управляют для получения большего эффекта. Совместить данные, обработать информацию, найти (извлечь или создать) связи между структурными единицами, сгруппировать и классифицировать информационные блоки – всё это также важно, как и правильно подобрать выразительные графические средства.



Рисунок 3. Качество информации.

Высокий уровень качества деловой информации, т.е. следование установленным требованиям, позволяет сформировать хорошую информационную основу для дальнейшего применения средств визуализации.

Целостность исходной информации, её обработка и анализ

В рамках сформулированной цели и развернутых для цели задач, необходимо проделать работу по подбору информации, с помощью которой и применив к которой решения по визуализации, будет получена эффективная деловая инфографика.

Целостность исходной информации, используемой для создания деловой инфографики, означает формирование набора исходных данных, сведений, блоков и единиц информации, который в своей совокупности полностью решает поставленную цель и задачи. Недопустимо делать инфографику при нецелостной информации, т.е. информации в которой, учитывая цель её создания, обнаруживаются:

- пропуски информации;

- искаженная или непроверенная информация;
- некорректные расчеты, в том числе выполненные на основе неверных или искаженных данных и (или) по ошибочным или непроверенным алгоритмам (формулам);
- необработанная информация;
- несовместимые данные, сведения и т.д.;
- несвязанные единицы и блоки информации;
- излишняя или перегруженная информация;
- информация, которая в недостаточной степени удовлетворяет требованиям, предъявляемым к качественной исходной информации.

Целостность информации необходимо обеспечить доступными средствами и в рамках основной цели, определенной для деловой инфографики.

Оценивая целостность информации не стоит забывать и об избыточной информации, которая не будет способствовать созданию эффективной деловой инфографики. Лишнюю информацию опускают полностью или временно. Одним из этапов работы по созданию деловой инфографики, на котором может появиться избыточная информация – это подбор, обработка, контроль и анализ исходной информации.

Сбор (отбор и выбор) исходной информации – это определение источников информации, формулирование и направление запроса к источникам информации, получение информации из источников. На этапе сбора (подбора) исходной информации используют дифференцированные источники и допустимо извлекают избыточную информацию, которую впоследствии отфильтровывают. На данном этапе важным является проверка информации на соответствие её установленным требованиям и в меньшей степени контролируется дублирование и объемы собранной информации.

На этапе обработки информации следует критически оценить полученную из различных источников информацию, привести её к удобному, рабочему предварительному виду и принять решение о дальнейшем её применении. Можно проводить дополнительную обработку и аналитику для генерации вторичных данных, в том числе расчётных и вспомогательных. Обработка информации подразумевает проведение её контроля, а значит определенная задвоенность данных и наличие контрольных (проверочных) значений или коэффициентов допускается.

Анализ обработанной информации и последующая дополнительная обработка по результатам такого анализа позволяет максимально приблизиться к той исходной информации, которая полностью обеспечит решение поставленной цели и задач при создании деловой инфографики.

На этапах обработки и анализа информации может быть извлечена качественная вторичная информация, которая ляжет в основу эффективной деловой инфографики. Особенно значим этап анализа информации, если цель создания инфографики связана с генерированием дополнительной информации.

Деловая инфографика воплощает в изображении информацию. А информация, особенно деловая, требует профессионального подхода и применения специальных инструментов, методов обработки и анализа, информационных технологий. В связи с этим применяют адекватные и эффективные средства подготовки качественной исходной информации для её дальнейшего преобразования в графические образы.

Числа, формулы, выражения, схемы, структуры...

Для деловой инфографики используются различные виды и формы информации.

Количественные данные – это информация, представленная в виде числовых значений или наборов числовых данных в цифровом воплощении. Для деловой инфографики количественные данные удобны тем, что для них достаточно легко сформировать показательное соотношение графически. Например, размером или площадью фигуры, интенсивностью цвета, толщиной линии. Количественные данные быстро воспринимаются и сравниваются пользователями инфографики даже в обычном текстовом виде при едином формате отображения. Количественные данные позволяют делать выводы о значительности явления или события. Однако количественные данные крайне плохо отображают сущность объекта, явления, события, процесса.

Количественные данные всегда понижают сущность до простых единиц измерения, зачастую излишне абстрактных и лишенных ряда ключевых характеристик. Например, вместо определенного одного конкретного объекта с его характеристиками, внутренней структурой, внешними связями, динамикой взаимодействия, трендом развития мы получаем единственно достоверную характеристику – 1 штука.

Поэтому в деловой инфографике не обойтись без информации о качестве элементов её составляющих.

Данные о качестве (качественные показатели) – это информация, представленная в виде характеристик сущностей выраженная в лексике понятий, терминов, описаний, суждений, предложений, текстов. Для деловой инфографики данные о качестве представляют в определенном смысле проблему в части их удачной визуализации. Приходится прибегать к художественной выразительности, сравнительным формам, цветам, стилям. Данные о качестве сложно сравнивать, особенно без некоторого общего условного их обозначения. Однако только информация о качестве элементов, включаемых в деловую инфографику, позволяет понимать сущность объектов, явлений, событий, процессов, трендов и т.п. С помощью информации характеризующей качественно рассматриваемые сущности возможно их упорядочивание и классификация, структурирование и оценка. Благодаря задачи отобразить количественные данные в сочетании с качественными показателями возникает потребность в создании действительно эффективной деловой инфографики.

Качество, переходящее в количество и количество, переходящее в качество в разумном сочетании – это база для решения различных целей с помощью инфографики. Переход данных о качестве сущностей в количественные и измеримые данные и переход количественных данных в информацию о качестве сформируют исходный набор информации для последующей её визуализации.

Для инфографики используются: статистические данные, индексы, показатели и расчетные значения, выражения и формулы, выводы, схемы, модели и структуры, тексты.

Статистические данные представляют количественные характеристики объектов, явлений, событий и несомненно хороши для разработки на их основе экземпляров деловой инфографики. С другой стороны, избыток статистических данных не позволит создать удобную и понятную инфографику. Деловая инфографика – это не место для таблиц и рядов данных, которые оформляются отдельными отчетами и формами. Статистические данные обрабатывают и сжимают в упрощенные наборы числовых данных. Для наглядности и удобства восприятия данных достаточно представить расчётные коэффициенты, индексы, показатели. При этом следует помнить и о такой проблеме, как недопустимое искажение статистических данных. Возможно, наилучшим вариантом при обработки статистических данных будет ориентирование на цель и задачи, которые определены для деловой инфографики, чтобы продемонстрировать статистику наглядно, но с приемлемым искажением. Наиболее оптимален пересчет статистических данных на несколько (в пределах 6 – 9) показателей (индексов) с количеством точек, которые достоверно отражают целевую информацию.

Индексы, показатели, расчетные значения, рейтинги и иные уже готовые для использования в деловой инфографике обработанные вторичные данные удобно включить в исходную информацию. Единственный их недостаток – необходимость убедиться в их актуальности, достоверности и релевантности. Одно из главных требований – четкое понимание того, что представляет из себя тот или иной индекс или показатель, как он рассчитывается, на каких данных основывается, кто автор и как его трактовать. Отдельные подобные расчетные значения конечно представляют меньший интерес, чем некоторые их наборы, организованные в структуры или упорядоченные в динамике.

Расчетные выражения и формулы – это отдельный достаточно сложный для корректного отображения на инфографике вид информации. Расчетное выражение может описывать некий алгоритм вычисления или иметь простую запись расчета в виде формулы с коэффициентами, константами и переменными. Традиционно, расчетное выражение или формулу отображают в виде простого текста, либо графика, проведя предварительный пересчет ключевых точек в текущих масштабах отображения. В

последнем случае имеет место попытка перейти от выражения к статистическим (числовым) данным. Лучшим вариантом является анализ расчетного выражения или формулы и представление её специальными средствами визуализации. Расчетное выражение, в отличие от набора числовых данных, уже содержит в себе некую дополнительную аналитическую информацию определяющую установленную закономерность. Не надо понижать уровень информации представляя выражение в виде набора чисел. Но надо разъяснить и раскрыть сущность выражения (формулы), возможно представив его в виде схемы, связанных объектов, структуры, модели вычисления и т.п.

Выводы (суждения), как результат обработки и анализа некоторой информации полезны для эффективной деловой инфографики, как некоторые ключевые результирующие точки. Выводы добавляют динамику в информацию, включаемую в инфографику, когда на основе некоторой статически собранной и размещенной информации формируются и отображаются некоторые итоги её обработки и анализа. Выводы могут быть представлены как итоговыми расчетными показателями, так и логическими заключениями. Но в большинстве своем выводы (суждения) требуют разъясняющего представления, т.е. требуют сопровождающей информации, которая покажет его суть, значение, результат и следствие.

Схемы и структуры отображают взаимозависимые сущности, в том числе представляя их характеристики, типы связей между ними, динамику взаимодействия. Информация, содержащаяся в схемах и структурах, как правило уже обладает высокой ценностью и является результатом обработки и аналитики иной информации. Допустимо напрямую включать схемы и структуры в деловую инфографику, с внесением отдельных изменений, целью которых будет более понятное их представление. Сложные схемы и структуры несут высокую информационную нагрузку и для применения в деловой инфографике, как и объемные статистические ряды, требуют обработки и аналитики. Одним из недостатков информации представленной в виде схем и структур для целей деловой инфографики является отсутствие достаточных для эффективного восприятия количественных данных.

Тексты в своем первоначальном виде совсем не подходят для деловой инфографики. Если есть необходимость их использовать, то предварительно проводится разбор текстов для выделения наиболее важной информации (связанных единиц информации), которая определенным образом структурирована и соответствует цели (задачам) или соотнесена с другой исходной информацией. Текст интересен в качестве дополнения к другим формам исходной информации. С другой стороны, при создании обучающей деловой инфографики, наиболее доступными будут учебные публикации, т.е. в чистом виде тексты, возможно сопровождаемые иллюстрациями и примерными данными. В таком случае ответственный этап – это обработка и анализ текстов перед непосредственным созданием экземпляров инфографики.

В качестве исходной информация для создания деловой инфографики допускается использовать многообразные её виды и формы. Информация должна удовлетворять целям и задачам инфографики, а также установленным требованиям актуальности, объективности, релевантности, измеримости, управляемости и привязки к источнику. Обработка и анализ информации позволит существенно повысить её качество, дополнить или исключить лишнее и привести её к целостному виду.

СРЕДСТВА И РЕШЕНИЯ ВИЗУАЛИЗАЦИИ

Визуальное пространство деловой инфографики организует совокупность графических и текстовых средств, которые позволяют репрезентовать исходную информацию.

Средством визуализации деловой инфографики называется графический, текстовый или иной способ представления информации в пространстве инфографики. Решением по визуализации в деловой инфографике называется выбор и применение средства визуализации деловой инфографики для представления конкретной информации в рабочем пространстве инфографики.



Рисунок 4. Визуализация деловой инфографики.

Основные средства визуализации делятся на три группы.

Символы – графическое или текстовое средство в виде какого-либо изображения или надписи.

Трансформация – псевдографическое средство в виде контекстного размещения в пространстве инфографики.

Фон – графическое средство в виде специального контекста отображения пространства инфографики.

Средства визуализации применяются для представления в пространстве деловой инфографики: исходной информации; целей и задач инфографики (прямо или косвенно); способов разработки и формирования пространства инфографики.

Совокупность средств визуализации экземпляра деловой инфографики составляет его базовый набор. Совокупность решений визуализации экземпляра деловой инфографики составляет его комплексное решение.

Средства визуализации выбираются в соответствии с сущностью, которую они представляют. От принимаемого решения визуализации зависит эффективность деловой инфографики.

Комплексными типовыми решениями деловой инфографики являются: метафора, стиль оформления и формат.

Метафора – способ представления элементов инфографики в некотором трансформированном, преобразованном, упрощенном виде, с помощью средств визуализации, применяемых в переносном значении.

Стиль оформления – способ представления различных составляющих инфографики в predetermined графическом (художественном, стилистическом) оформлении.

Формат – общий технический способ построения и подачи средств визуализации размещенных в пространстве деловой инфографики.

Символы: фигуры, надписи, стили

Символ, как средство визуализации, представляет собой законченное изображение, имеющее определённую форму и стилевое оформление и воспринимается как некоторая целостность (или логически обособленная часть целостности).

Символ имеет чёткое восприятие целостности и может представлять некоторую отдельную сущность: объект, модель, явления, понятие, событие, функцию, блок и т.п.

Графическую основу символа представляет фигура, выбор которой обусловлен решениями визуализации. Фигура превращается в символ с помощью конкретного стиля её отображения. Символ включает надпись или представляется только надписью определённого стиля. Символы в виде простых надписей, которые не вписаны в фигуру – это второстепенные на инфографике элементы, для которых выбираются нейтральные или комментирующие стили.

Для различных визуальных решений применяются разные по яркости и насыщенности стили, например:

- «нейтральный» стиль – указывает на обычность символа (рекомендуется для большинства символов на деловой инфографике);
- «выделяющий» стиль – указывает на важность символа и предлагает обратить на него особое внимание;
- «особо выделяющий» стиль – указывает на особую важность символа и на то, что на него следует обязательно обратить внимание;
- «стартовый» стиль – указывает на начальный символ, с которого рекомендуется начать изучать инфографику;
- «второстепенный» стиль – указывает на не особую важность символа, который рассматривается при детальном изучении деловой инфографики;
- «комментирующий» стиль – указывает на комментирующий, пояснительный смысл символа (характерен для надписей, которые не вписаны в фигуры).

Разумное соотношение видов стиля в рамках поля деловой инфографики повышает её читаемость. Выделять стоит действительно значимые символы, а прятать – вспомогательные и второстепенные.

Стиль символов определяется художественными элементами и свойствами. Стиль формируется: толщиной, цветом и формой линий, способом заливки и цветом фигуры, форматом шрифта, обводкой и теневым оформлением и т.п. Выбор элементов стиля осуществляется в рамках решений визуализации и устоявшихся традиций восприятия того или иного художественного оформления.

Если форма, надпись или стиль символа в рамках деловой инфографики наделяются особым дополнительным смыслом, то это указывается отдельно в описании инфографики.

Несколько простых по исполнению символов в рамках деловой инфографики могут объединяться в смысловые наборы. Для связи символов в набор применяются вспомогательные символы (например, соединительные линии).

Трансформации: положение, переходы, очередность

Трансформация, как средство визуализации, представляет собой увязанное контекстно-зависимое размещение в пространстве инфографике и воспринимается как отдельное или взаимовязанное положение в рабочей графической области рисунка инфографики некоторого отдельного символа или набора символов.

Трансформация способна показать в рамках деловой инфографики не меньше чем символы. Именно правильное использование трансформации позволяет обогатить символьный ряд дополнительным смыслом и динамикой. Трансформация включает такие элементы как: положение (позиционирование, координирование), переходы (изменения, динамика) и очередность (последовательность, значимость).

Простым элементом трансформации является определение на деловой инфографике некоторого координатного поля и размещения в поле символов инфографики. Данный прием активно используется при построении маркетинговых

матриц. При этом координатное поле может определяться навигационными символами или комментированием. Традиционно, при внесении некоторого координирования в поле деловой инфографики, принимается за «положительный» тренд (т.е. направление роста, развития, увеличения, улучшения, позитива) – движение по направлению письма по горизонтали и движение вверх по вертикали. Изменение возможно в ряде весомых случаев.

Взаимное расположение символов учитывается при построении деловой инфографики. Так или иначе, пользователь рассматривает изображение и читает текст в определенном и характерном для его культуры направлении. Поэтому, для русского или английского языка, например, всегда символ, размещенный справа от другого символа будет «следующим», но не «предыдущим», а символ расположенный выше от другого – «главным», но не «подчиненным». Это учитывается, если координатная сетка явно не задается на деловой инфографике.

Особую динамику информации на деловой инфографике придают переходы. Это средство визуализации, которое предусматривает отображение некоторого изменения символа (символов) из одной формы или стиля к другой форме или стилю. Переходы могут быть различны и вписываются в явно или неявно скоординированное поле деловой инфографики. Наиболее часто встречающимся примером перехода служит «круговая» диаграмма: несколько символов-сегментов расположенных в определенном порядке составляют целостность-пирог. Такие сегменты, отображаемые по-отдельности не дают комплексного визуального эффекта как представленные вместе. Переходы чаще всего выражаются набором увязанных символов. Один из способов выделить переход на деловой инфографике – это правильные стили оформления элементов.

Дополнительное средство визуализации на деловой инфографике – это размещение символов или их наборов при котором становится понятным приоритет и очередность. В отличие от скоординированного положения символов, их очередность определяется выбранными особыми стилями, фигурами и надписями. Чем больше стиль выделяет символ, тем он более значимый и первоочередной. Чем объемней и полней фигура символа, тем он также более значим. Надписи могут напрямую указывать очередность (индексами или буквенно-символьными знаками). Простым примером является нумерация символов.

Фон: блоки (регионы), бэкграунд (рамка), контекст (заголовок)

Фон, как средство визуализации, представляет собой контекстно-определяющее стилевое оформление пространства инфографики и воспринимается как графическая область на которой размещаются символы инфографики. Фон определяет в целом настроение «первого взгляда» на поле деловой инфографики и имеет особое значение для упорядочивания символов и элементов трансформации.

Фон может быть единым или разделенным на несколько блоков (регионов). Отдельные блоки выделяются соответствующими стилями оформления, которые не доминируют над стилями символов, находящихся в блоке или на границе с ним. Основная задача блока – объединить, сгруппировать схожие по определенным свойствам или признакам символы. В более сложных решениях, региональное разделение общего пространства деловой инфографики сочетается с наборами символов и трансформациями. Выделяемые регионы могут иметь различную форму и назначение, они могут демонстрировать пространственное или временное изменение символов, определять последовательности. Блоки могут располагаться не только в плоскости деловой инфографики, но и определять несколько плоскостей (многослойное пространство инфографики).

Бэкграунд (задний план) – это общее оформление фона, которое выражается в выборе единого поля для деловой инфографики в целом, задавая некоторые рамки для её пространства. Бэкграунд включает указания (ссылки) на иные экземпляры деловой инфографики, который данный детализирует или дополняет (продолжает). Силевое оформление для бэкграунда выбирается не сложное, не перегруженное и зависит от

конкретных решений по визуализации. К бэкграунду относится блок с условными обозначениями и аналогичные элементы.

Контекст фона – это заголовочные надписи, которые объясняют, как сам экземпляр деловой инфографики, так и отдельные его блоки. К контексту фона не относятся названия символов или элементов трансформации. Выбор стиля оформления контекста фона зависит от выбранных решений визуализации деловой инфографики.

Стиль оформления

Стиль оформления – это решение по выбору способа художественного отображения средств визуализации деловой инфографики в целом или для отдельной её части. Стиль оформления включает выбор цветовой палитры, стилизованных способов отображения фигур символов и начертания текста, вариантов представления трансформации символов и т.п.

Стиль оформления деловой инфографики в целом определяется как совокупность отдельных оформительских изобразительных предпочтений и манеры отображения символов, элементов трансформации и фона. Для стиля характерен выбор определенных ограниченных по составу приемов и вариантов визуализации, непосредственно связанных со смыслом элементов деловой инфографики.

Наиболее отчетливым и понятным является применение и классификация стилей в отношении символов деловой инфографики. Однако, не стоит забывать о разумном употреблении стиля оформления для эффективного отображения положения, переходов и очередности символов, а также для формирования удобного, читаемого фона, состоящего из блоков, бэкграунда и заголовков.

Формат

Формат – это решение по организации и построению пространства деловой инфографики в соответствии с выбранным стилем, жанром и предпочтениями целевой аудитории. Формат обуславливает выбор размера шрифтов для надписей, фактических и относительных размеров элементов инфографики, их взаимное согласованное размещение в поле деловой инфографики.

С технической точки зрения, формат – это решение по выбору общей размерности экземпляра деловой инфографики и цифрового формата хранения. К решению по выбору формата деловой инфографики относится способ представления деловой инфографики целевой аудитории, включая дополнительные эффекты (звуковые, навигационные, анимационные).

В некоторых случаях, рассматривается особый динамичный способ представления деловой инфографики целевой аудитории в формате презентации или интерактивной схемы.

Правильный выбор формата влияет непосредственно на успешное привлечение внимания к её содержимому и удерживания такого внимания, предлагая пользователю комфортное её восприятие и чтение.

Метафора

Метафора – это решение по сюжетному построению деловой инфографики с использованием некоторого переносного смысла в отношении отображаемой информации, с последовательным применением переносного значения для выбора как стиля оформления, так и формата представления разных элементов.

Метафора может применяться как глобально к деловой инфографике в целом, так и поэлементно, например, на уровне стиля, цвета, фигуры символа. Наличие общей метафоры для экземпляра или для нескольких связанных экземпляров деловой инфографики представляет целевой аудитории информацию интересно и эффективно.

Метафора для деловой инфографики в целом включает сюжетные элементы (сценарий, роли, героев, фразы или цитаты, специальные стили). Метафора для отдельных элементов деловой инфографики строится на схожих признаках информации включенной в инфографику и некоторых иных сторонних художественных, дизайнерских, научных

образах. Иногда, метафора, выбранная для экземпляра деловой инфографики в целом, позволяет объединить несколько слабо или неявно связанных репрезентуемых фрагментов инфографики.

Метафора предлагает красочную подачу информации в деловой инфографике и помогает расширить её восприятие, активизируя творческие факторы восприятия.

МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ ИНФОГРАФИКИ

Разработка качественной деловой инфографики процесс непростой и итеративный. Выбрать эффективный и эффектный способ подачи сложных, порой много-размерных данных или структурированной насыщенной информации без подготовки и определенного опыта, с учетом ограничения по времени, не просто даже профессиональным дизайнерам и аналитикам. Тем более, что специалист, занимающийся разработкой деловой инфографики должен уметь разбираться в природе информации и предметной области, к которой она относится, и одновременно уметь выразить это с художественной точки зрения. Создавать особо объемную и структурированную деловую инфографику разумно в командном режиме.

Последовательность разработки

Очевидно, что в каждом конкретном случае представления информации путем разработки деловой инфографики, потребуется выполнять вполне конкретные шаги сильно зависящие от характера информации и целевых установок.

В целом же можно предложить некоторую общую схему последовательности разработки отдельного экземпляра деловой инфографики. Последовательность приведена линейно, но любая проблема или сомнение на одном из её этапов – это повод вернуться на несколько шагов назад и внести коррективы.



Рисунок 5. Последовательность разработки деловой инфографики.

1. Идея

Идея или замысел могут возникнуть при просмотре каких-либо интересных данных или при обнаружении убедительной информации. Проблемная задача по разработке деловой инфографики может быть получена из вне (от заказчика). Но всегда требуется некоторая предварительная её оценка и формулирование. Желательно на этом этапе определиться с целесообразностью разработки экземпляра инфографики и о «размере» такого экземпляра.

Формализация идеи пока преждевременна, но понять задачу в целом необходимо, в том числе определиться с целевой аудиторией и сориентироваться по видам целей и по классификации инфографики.

2. Первичная подготовка информации

Исходя из выбранной идеи (замысла) собирается и изучается исходная информация, которая уже имеется в распоряжении. Теперь стоит определиться со следующими вопросами: в чем суть информации и какие процессы она отражает, какая предметная область и часть бизнес-модели описывается информацией, какое качество у информации (данных), чем дополнить информацию и какие источники получения дополнительной или уточнённой информации доступны.

Первичная подготовка – это этап разработки деловой инфографики, который необходим для критической оценки информации, используемой для её создания. Именно теперь оценивается соответствие идеи (замысла) тому набору информации (данных, сведений), которая составляет её базу. Как ни парадоксально, но может так оказаться, что было задумано больше и не совсем то, о чем рассказывает исходная информация. Можно ли тогда найти дополнительную информацию из различных источников или следует переосмыслить саму идею инфографики.

3. Формализация целей

Первичная подготовка информации заканчивается и начинается формализация целей разработки экземпляра деловой инфографики, когда её идея становится очевидна и востребована, и когда понятно какую информацию и как включить в инфографику.

Формализация целей требует фиксирования или записи по правилам (нотации). На этом этапе разработки деловой инфографике начинается формирование сопроводительной документации, в которой отражаются все ключевые моменты.

Цели, которые ставятся перед создаваемой деловой инфографикой, формулируются четко и понятно. Их регистрация сопровождается уточнением и профилированием целевой аудитории. Кроме того, на этапе формализации целей складывается и обосновывается мотивация заказчика (разработчика), а также точка зрения, ограничения и характерные особенности разработки деловой инфографики.

Сформулированные цели утверждаются у заказчика.

4. Анализ предметной области

В рамках формализации целей уточняется предметная область деловой инфографики. Теперь проводится её анализ и понимание какую сторону отразить в поле инфографики и чем её дополнить для полноценной реализации поставленных целей.

При анализе предметной области важно понять основные элементы её составляющие, прояснить общую структуру и динамику объектов, процессов, событий. Анализ предметной области – это способ понять какой информации нам не хватает, а какая информация у нас лишняя.

Анализ предметной области отражается в сопроводительной документации деловой инфографики.

5. Сбор и обработка информации

После того, как стали понятны цели разработки деловой инфографики и очерчена предметная область, можно переходить к этапу сбора и обработки дополнительной информации.

Сбор информации осуществляется итеративно из доверенных источников, которые способны предоставить целостную информацию в рамках predetermined предметной

области (с сохранением идентификации авторства). Обработка информации осуществляется по известным или создаваемым алгоритмам из расчета формирования достаточного набора информационных единиц, которые будут отражены в поле деловой инфографики.

К сбору и к обработке информации предъявляются обычные в таких случаях требования по качеству и количеству.

Результаты сбора и обработки информации, методы, источники, характеристики, алгоритмы и иное фиксируется в сопроводительной документации. Собранная информация хранится обособлено в выделенном месте и не подлежит изменению.

6. Предварительное структурирование элементов

Разобравшись с массивами информации следует перейти к «контурному» структурированию элементов, которые будут включены в деловую инфографику. Это необходимо, чтобы от информации перейти к непосредственному построению самого пространства инфографики. На данном этапе разграничиваются элементы, определяется их взаимная связь и соотношение, предварительно определяется их размещение в некотором упорядоченном (координируемом) пространстве.

Не исключено, что на этапе предварительного структурирования элементов возникнет дополнительная потребность сбора или вычисления недостающей информации. Если в намечаемой структуре есть пробелы или вопросы, проблемные или трудно-воспринимаемые места – это повод чем-то дополнить имеющуюся информацию.

Предварительное структурирование элементов деловой инфографики пролог к визуализации информации в пространстве экземпляра деловой инфографики.

Общую структуру или контур деловой инфографики можно включить в сопроводительную документацию.

7. Выбор формата

Первым решением по визуализации деловой инфографики должен стать выбор формата. Он основывается на: формализованных целях, целевой аудитории, предварительной структуре элементов. Выбор формата зависит от способа фактического демонстрирования и распространения деловой инфографики.

Обоснование выбора и описание конкретных решений по формату деловой инфографики фиксируются в сопроводительной документации.

При выборе формата определяются в том числе:

- технические средства воспроизведения инфографики;
- размерность и технический стиль;
- цифровой формат хранения;
- язык деловой инфографики;
- вспомогательные средства и инструментарий для работы с инфографикой;
- цифровая (условная) кодировка и обозначения.

8. Выбор метафоры

Следующим решением по визуализации деловой инфографики является выбор некоторой метафоры, которая позволяет представить через относительно сторонние образы, информацию деловой инфографики в некотором переносном смысле. Выбор метафоры основывается на: формализованных целях, целевой аудитории, предметной области. Метафора выбирается так, чтобы она иллюстрировала некоторые моменты отображаемой на инфографике информации, но не скрывала и не искажала такую информацию.

Метафора может быть выбрана в целом для деловой инфографики или для отдельных её частей. В последнем случае следует правильно оформить и совместить такие части.

Обоснование выбора и описание конкретных решений по метафоре деловой инфографики фиксируются в сопроводительной документации. Метафорический смысл, закладываемый в основу визуализации описывается четко и полно, чтобы в последующем правильно прочитать представляемую информацию.

При выборе метафоры определяются в том числе:

- общий сценарий, предыстория, мораль, диалоги;
- основные и дополнительные роли и персонажи;
- факторные явления и события;
- увязка по времени и пространству;
- фактурные объекты и процессы;
- элементы интерактивного развития;
- дополнительные художественные и литературные элементы.

9. Выбор стилового оформления

Заключительное решение по визуализации деловой инфографики – стиловое оформление.

Стиловое оформление выбирается исходя из: формализованных целей, целевой аудитории, формата и метафоры. Стиловое оформление отражает эти вещи и соответствует правилам графического иллюстрирования (дизайна).

Стиловое оформление обосновывается и описывается в сопроводительной документации и включает как стиль оформления деловой инфографики в целом, так и отдельные стили оформления символов, трансформаций и фона.

При выборе стилового оформления определяются в том числе:

- рабочая цветовая палитра;
- стандартный набор применяемых фигур;
- размеры и стили линий;
- текстуры и цветовые фоны;
- шрифтовое оформление надписей;
- принципы построения контуров фигур (сглаживание, сдвиги и т.п.);
- художественные и технические эффекты: отражение, использование градиентов, отбрасывание тени, размытие, трехмерный эффект, анимация, звуковое сопровождение, интерактивность и т.п.).

10. Макетирование фона

Макетирование фона начинается после того, как определены и выбраны все ключевые решения по визуализации информации. Макет фона формируется от общего к частному в рамках выбранного формата, метафоры и стилового оформления.

Промежуточные варианты или альтернативные варианты фона для особых экземпляров деловой инфографики фиксируются в сопроводительной документации.

Макетирование фона может осуществляться параллельно с макетированием трансформации и символов. Но если для деловой инфографики выбрана общая метафора, то все-таки начинать следует с разработки макета фона.

11. Макетирование символов

Макетирование символов выполняется параллельно с макетированием фона или после него. Возможна фрагментарная разработка макетов.

Макет каждого символа разрабатывается в зависимости от вида и содержимого информации, которую он представляет в рамках выбранного стилового оформления. Для каждого символа выбирается адекватное метафоре графическое выражение в прямом или переносном смысле.

Макетирование символов увязывается между собой и с макетированием фона.

12. Макетирование трансформации

Макетирование элементов трансформации – это достаточно сложная задача, которая выполняется в увязке с разработанными символами и фоном деловой инфографики. Корректное отображение трансформации добавляет динамику. Сама сложность и вторичность элементов трансформации обуславливают включение дополнительных комментариев и пояснений по их форме и стиловому оформлению. Особо сложные варианты отображения трансформации четко описываются в сопроводительной документации.

13. Проверка информации и корректура

Не будет лишним, после того, как макетирование полностью завершено, проверить точность и качество отражения исходной информации (данных и сведений) в полученном экземпляре инфографики. Одновременно провести корректуру надписей и цифровых данных по общим и принятым для данного экземпляра правилам их нанесения и указания численных экономических (маркетинговых) данных, включая размерность, сокращения и условные обозначения.

14. Проверка достижения целей

Стоит ещё раз вернуться к формализованным целям и сравнить их тем, что удалось отобразить на конкретном экземпляре деловой инфографики. Полностью ли они реализованы и не следует ли внести какие-либо коррективы.

Готовую инфографику оценивают с точки зрения целевой аудитории. А если позволяет время и средства и, если того требует представляемая информация, хорошо бы провести тестирование на фокус-группе.

15. Проверка сопроводительной документации

В завершении, тщательно проверяется полнота и качество сопроводительной документации. Вся трудная и системная работа, которая реализована в «красивой» деловой инфографике, должна найти отражение в сопроводительной документации, чтобы не быть забытой или проигнорированной. Это важно, как для чтения деловой инфографики, так и для последующего внесения изменений или актуализации.

Комплект инфографики: графика, информация, резюме

При описании последовательного процесса разработки деловой инфографики упоминалась некая сопроводительная документация. Разберемся зачем она нужна и из чего она состоит.

Деловая инфографика, помимо самого графического воплощения информации на некотором носителе, включает набор информации и сопроводительную документацию. Это связано с тем, что данный вид инфографики – это рабочий документ для принятия решений, который может потребовать детализации определенных моментов и критической оценки.

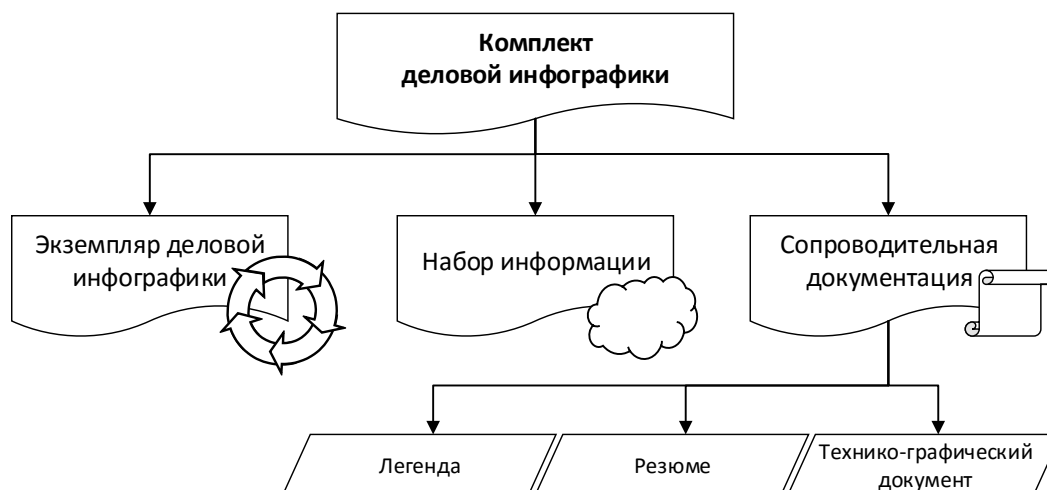


Рисунок 6. Комплект деловой инфографики.

Для уточнения некоторых деталей и для проверки корректности информации в деловой инфографике, она сопровождается полным набором информации, на основе которого разрабатывалась. В настоящее время отсутствуют какие-либо значимые проблемы с сохранением информации, особенно в электронном виде, поэтому зафиксировать исходные данные и промежуточные расчеты, на базе которых создана деловая инфографика – не сложно. В ряде случаев достаточно сохранить вторичные, расчетные и сводные данные и информацию, с указанием источника первичных данных.

Сопроводительная документация деловой инфографики – это набор документов, которые фиксируют ключевые моменты и особенности разработки деловой инфографики. Сопроводительная документация объединяет: технико-графический документ, резюме и легенду.

Технико-графический документ полностью описывает все особенности разработки деловой инфографики, за исключением целевых аспектов и содержит:

- обоснование и выбор источников информации;
- проверку качества исходной информации;
- описание алгоритмов обработки информации;
- указание на применение специальных средств анализа информации;
- итоговую расчетную и отображаемую информацию;
- краткую схему отображаемой информации;
- мотивацию и выбор формата, стилового оформления и метафоры;
- мотивацию и принципы макетирования символов, трансформации и фона;
- краткое описание последовательности разработки деловой инфографики;
- профиль команды, которая разработала деловую инфографику;
- список сопутствующей документации.

Резюме подводит итоги работы по разработке деловой инфографике и содержит:

- постановку целей и детализацию задач;
- определение целевой аудитории (профиль);
- указание на заказчика;
- перечень авторов и экспертов, которые принимали участие в разработке;
- краткое описание предметной области;
- перечень источников информации и их временную маркировку актуализации;
- краткое извлечение из технико-графического документа;
- текстовое пояснение (комментарии);
- выводы по сути информации отображенной на инфографике.

Легенда – это извлечение из резюме и технико-графического документа, которое помогает читать и понимать деловую инфографику. Легенда формируется как отдельный документ или как врезка условных обозначений в поле деловой инфографики и включает подсказки, комментарии, сокращения и иные разъясняющие элементы.

Технико-графический документ предназначен для внутреннего использования и максимально полно отражает весь процесс создания экземпляра деловой инфографики. Резюме сопровождает экземпляр деловой инфографики и служит дополнительным подробным пояснением для внешнего использования в рамках целевой аудитории. Легенда - это предельно краткое пояснение, которое визуальное и неотрывно сопровождает экземпляр деловой инфографики облегчая её чтение и понимание.

Цикличность разработки деловой инфографики

Разработка сложного экземпляра деловой инфографики осуществляется циклично. При этом возможно постепенное уточнение целей, постепенный отбор информации и её обработка.

Для получения максимального эффекта некоторые варианты деловой инфографики требуют тщательного многовариантного макетирования. Чтобы сделать правильный выбор могут составляться варианты в разных форматах, с использованием разного стилового оформления, с применением или без применения различных художественных и графических метафор.

Циклическая разработка требует автоматизированного поддержания процесса создания и обновления сопроводительной документации. Для циклической разработки деловой инфографики лучше подходит организация работы команды из нескольких специалистов с учетом принципов проектного управления.

Актуализация деловой инфографики

Есть некоторые виды деловой инфографики, которые требуют периодической актуализации информации на основе которой они разрабатываются. Это интерактивные

экземпляры отображающие текущие данные или регулярные варианты инфографики, характеризующие некоторые временные периоды.

Актуализация деловой инфографики – это внесение изменений в содержание и оформление ранее созданной инфографики с целью привести информацию к состоянию на определенную дату (иной момент времени) или по реализации определенного события. Актуализация наиболее эффективно осуществляется с использованием хорошо составленной сопроводительной документации. Не подлежат пересмотру формализованные цели, целевая аудитория, метафора, формат, стилевое оформление. Но могут быть изменены: количество и качество символов, элементы трансформации и фона. Сопроводительная документация к актуализированной деловой инфографике готовится как дополнение к основной.

Несколько версий деловой инфографики

На основе одного набора информации могут разрабатываться несколько готовых вариантов (версий) деловой инфографики.

Несколько версий создается с разными уровнями детализации либо в разных форматах. Нельзя говорить о нескольких версиях одной деловой инфографики, если они ориентированы на совершенно неупорядоченную или непонятную целевую аудиторию или если они имеют существенное различие в выбранных метафорах. При разработке нескольких версий деловой инфографики, вариативности подлежат формат, фон и элементы трансформации. Иные составляющие и решения по визуализации предпочтительно фиксировать для нескольких вариантов. Очевидно, что вариативность возможна при постоянстве формализованных целей, целевой аудитории и набора базовой информации и элементов.

В ЗАКЛЮЧЕНИИ

Некорректно называть инфографикой набор или отдельные диаграммы, графики, таблицы любого качества художественного оформления. Инфографика демонстрирует данные и информацию разъясняя их смысл. Разместить на одном листе два графика и одну диаграмму, скомпоновать несколько чисел, сопроводить текст схематичным изображением, раскрасить таблицу в три базовых цвета «светофора» – это не примеры инфографики, а примеры творческого оформления данных.

Конкретному пользователю, который взял в руки лист с инфографикой или перешел на страницу в сети Интернет, где она опубликована: должно быть понятно, о чем она и как связаны её элементы, должно быть интересно следовать за выводами, которые в ней сделаны и не жаль времени, потраченного на её изучение.

Не стоит представлять деловую инфографику исключительно как художественное статичное полотно. Она должна быть «верхней точкой» в сложной автоматизированной аналитической конструкции панелей индикаторов или монитора ключевых факторов успеха. Качественная деловая инфографика компании, помогающая действительно принимать сложные решения – это показатель высокого профессионального уровня менеджмента в целом и аналитического функционала в частности. Организация работ по разработке сложной, периодически актуализируемой деловой инфографики – это отдельная управленческая задача. Главным при создании инфографики является специалист (эксперт) предметной области, которую она представляет. Дизайнер выступает в роли специалиста по качественному художественному исполнению графики.

В активном деловом мире, где бизнес строится на идеях и интенсивных потоках разнообразной информации, важнейший тренд стратегического развития формирует информационная доказательная аналитика, один из ключевых элементов которой – качественная и интересная визуализация информации с помощью деловой инфографики.