ИНФОГРАФИКА

Визуализация данных

инфографика

 Инфографика (от лат. informatio осведомление, разъяснение, изложение; и др.греч. γραφικός — письменный, от γράφω — пишу) — это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и чётко преподносить сложную информаци. Одна из форм графического и коммуникационного дизайна.

Работа над инфографикой

складывается из трех вещей:

- данные;
- история;
- форма \ подача.

Разновидности

категории инфографики:

- Числа в картинках
- Расширенный список
- Процесс и перспектива

Разновидности

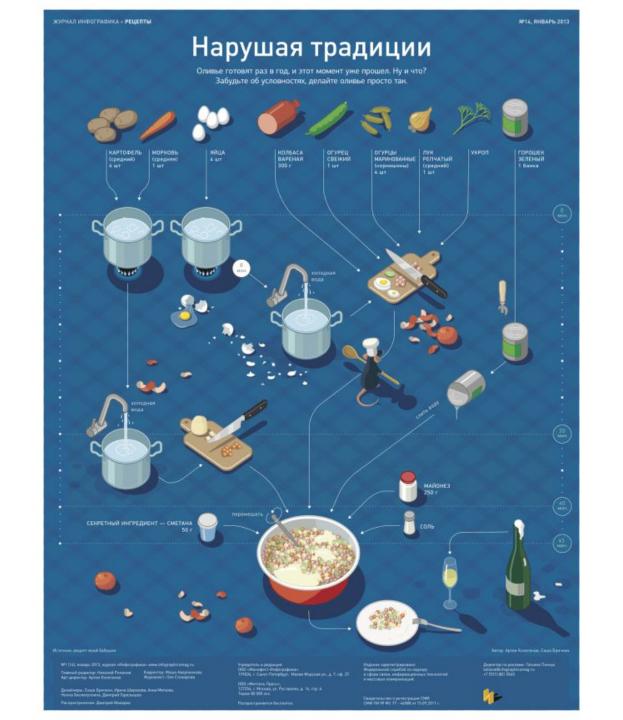
По способу отображения инфографика подразделяется на следующие виды:

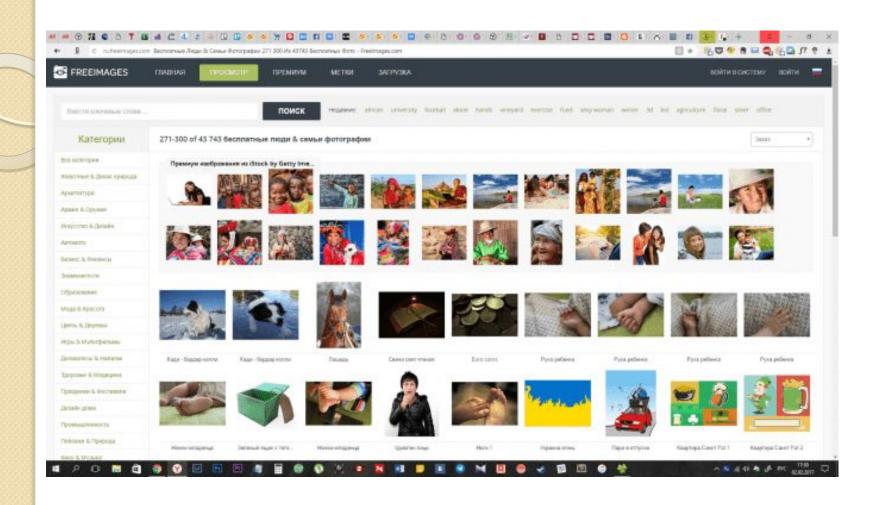
- Статичная инфографика одиночные изображения без элементов анимации.
- Динамическая инфографика инфографика с анимированными элементами.
- Интерактивная визуализация информации.

Разновидности

По типу источника различают 3 основных вида инфографики:

- Аналитическая инфографика графика подготавливаемая по аналитическим материалам.
- Новостная инфографика инфографика, подготавливаемая под конкретную новость в оперативном режиме;
- Инфографика реконструкции инфографика, использующая за основу данные о каком-либо событии, воссоздающая динамику событий в хронологическом порядке.









6. Thenourproject.com Blazer icons | Noun Project





By Chameleon Design

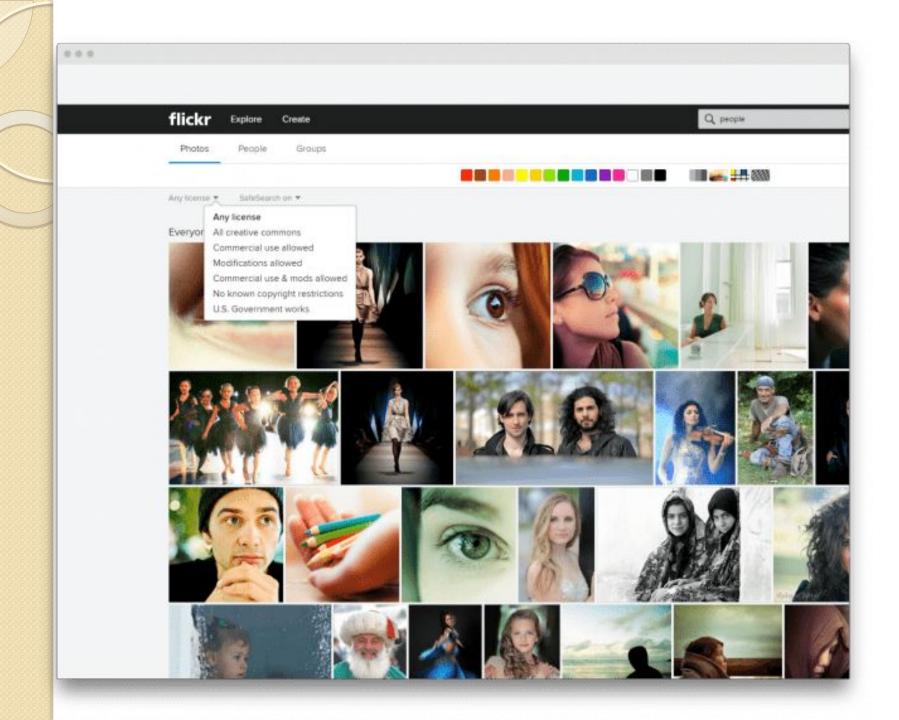
Choose a license

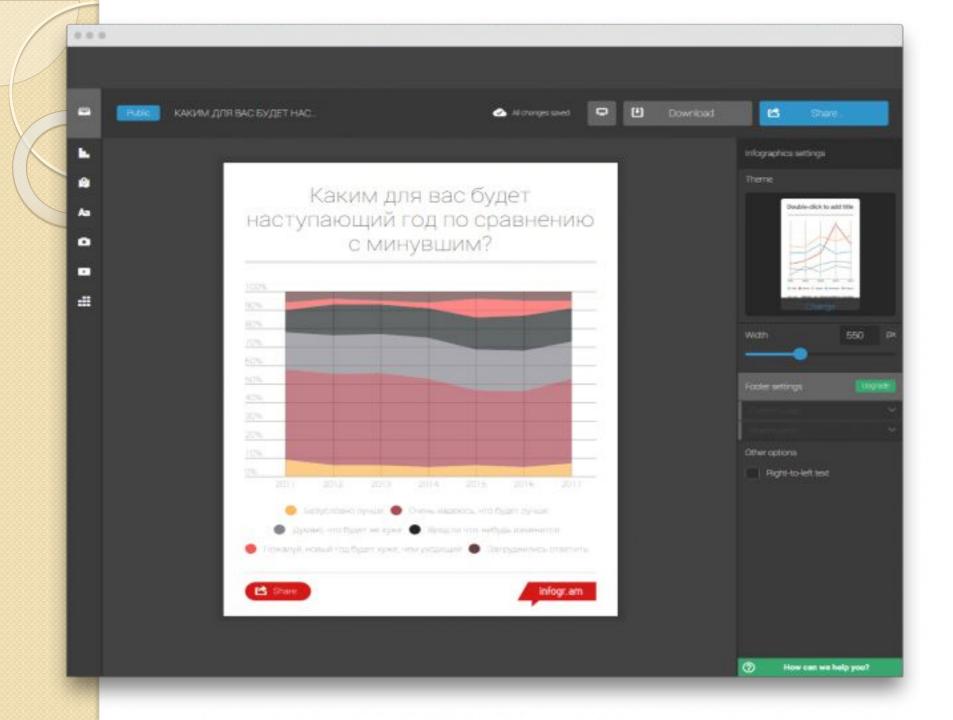
±	Royalty Free
	or —
*	Creative Commons

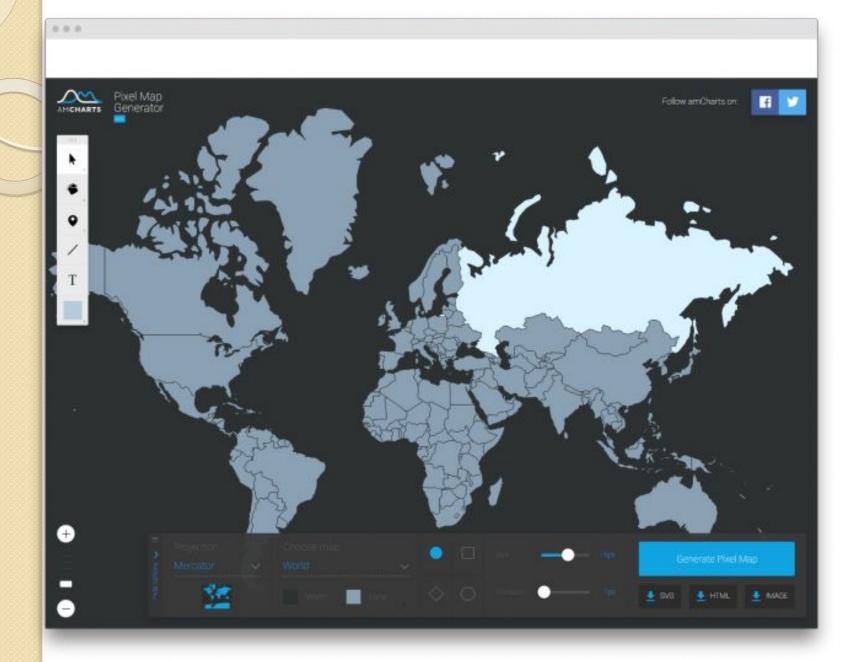
What's the difference @



- Hosex Kentence Kan	nu Play YouTube Новости Почта Евдё+	Nina Bolayu 📑
Google		
² асширенный пои	OK .	
айти картички		Как это работает в обычном поиске
о словами	дземд боуи	Видите сточивые стоке зальнай иней
о словосочетаниям.		Заключите сповосочетание в казычих: "анхариуемие рыбки:"
побым из спов:		Вставые оператор се между сповзани полстан от пераво, тровы се полоситан
62 C/108		Поставьте енак минуса перед словами: -ростення
(опопнительные встройки		
жимер картинок	notos	т Поиск картиног нужного разында.
азмер картинок горма картинок	notes	Поиск картиное нужного размера. Поиск картинок нужной формы.
	скба	
юрма картинок: млытр цвета	либов 2	 Поеск картнеок нузеной формы.
орыя картычок:	янобые (цветные (черно-бельи (Прозрачные (преоб	Поиск картнеок куляной формы. Бладающий цвете. Поили картнеок мужных цветов.
орма картинок: мльтр цвета ит картинок:	любые (претные иерно-бельм (прозрачные преоблековые)	Поеск картнеск кулекой формы. Бладающий цве Поили картнеск кулекой цветов. Поерк картнеск аградаевиной формы.
орма картинок: млытр цвета еп картинок: трана	любые (претные иерно-бельм (прозрачные преоблековые)	Поиск картинов музекой формы. Поиск картинов музекой формы. Поиск картинов определенной формы. Поиск картинов определенной формы. Поиск картинов определенной отределенной отрале. Поиск на определенное сойго (например. of none.
орых картычок: ильтр цвега еп картинок: трана; айт или дован:	любые цветные черно-белые Прозрачные преоблюбые любые	Поеск картинок кухеної формы. Гонах картинок кухеної цепов. Поеск картинок впрадательної формы. Поеск картинок впрадательної формы. Поеск на опредательної озапрадетельнії отрате. Поеск на опредательної съйге (заправетельнії отрате. Поеск на опредательної съйге (заправеть, отрательної страте. Уключнойть Безопательнії поеск, чтобы койвенться от ветрептных и



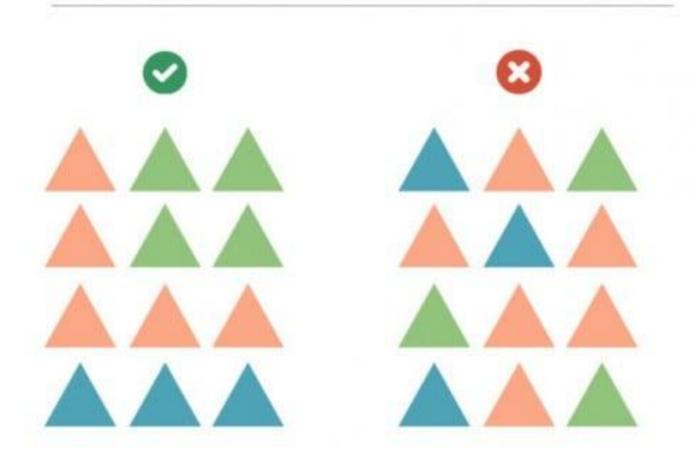




Преимущества инфографики

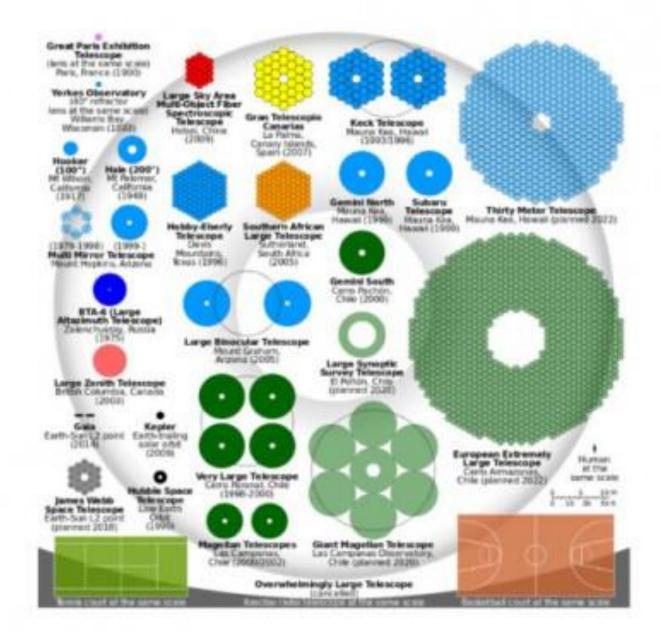
- Легкость восприятия человеком.
- Эффективность подачи информации.
- «Вирусный» потенциал.
- Узнаваемость бренда.
- Демонстрация экспертности.

Сходство



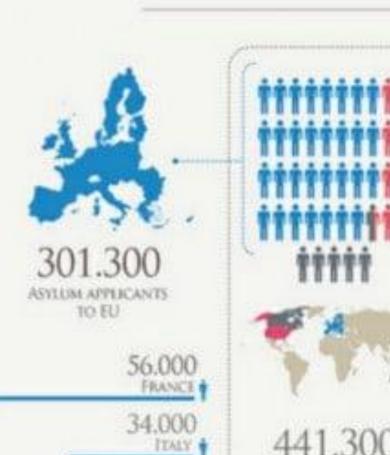


Мозг пытается группировать элементы по сходству цвета, но автор использовал цвета в случайном порядке





Автор использует цвета по смыслу, группируя нужные элементы



30.000

SWEDEN

441.300
ASYLUM APPLICANTS
TO ALL INDUSTRIALISED
COUNTRIES*



74.000 ASYLLIM APPLICANTS TO US

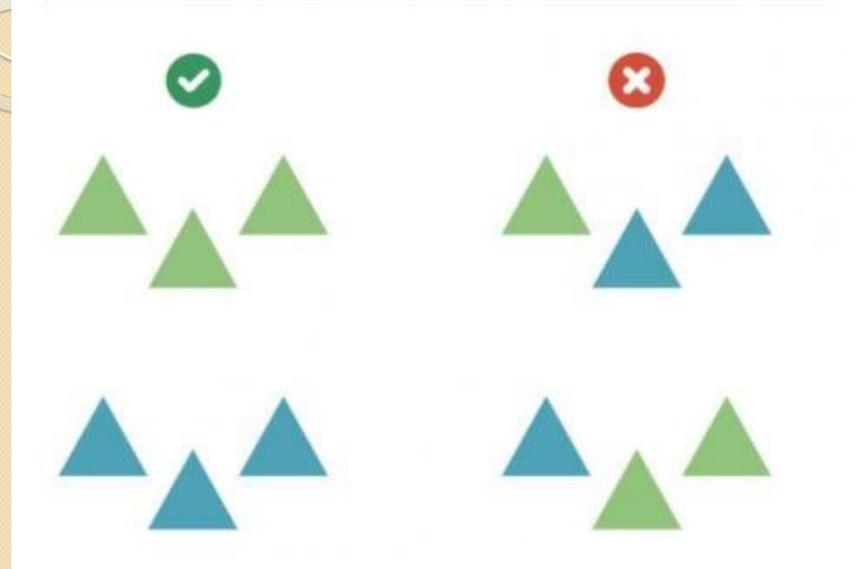
53.000 GERMANY

31.000 BELGIUM

26.000 United Kingdom



Близость





Минусы группируются друг с другом в левом нижнем углу, а должны продолжать столбцы (сравнение + и -)

Как оплатить коммунальные услуги?

Четыре способа оплаты ЖКХ



R RACCE BANKA MAIN HA DOVTE

STIGON:

MININFERM

Q (desprise) a sinesion

CHIERDA, INVESTMENT

Коммоски за 7 да 10%

Save or increase

pathyper



БАНЕВНАТ ИЛИ ПЛАТЁЖНЫЙ ТЕРМИНАЛ

плисы:

Omnomina ductor
 Appropries

Padement apyrhocytomic

HOROTON:

PERSON GRANDWING PARTY

О Терменалыне деет

CONTRACTOR CONTRACTOR

HHTEPHET-SANK

PERSONAL PROPERTY.

VC.NOBINE:

Sweepe w reporter
 Sweepe w reporter

Sen reservation in Garnell

Q us sharer sidts an etta

mecu.

Descript a resolution of the control of the control

DOPTAS (DPOSCHIKE

PERYT PEU MOS RU

The common

The reported eights to regard

 Педпаска на Единий поитовный документ

VCR08HD

Plyant Topportrainer autopost Spinis Tolyanea parricipacións

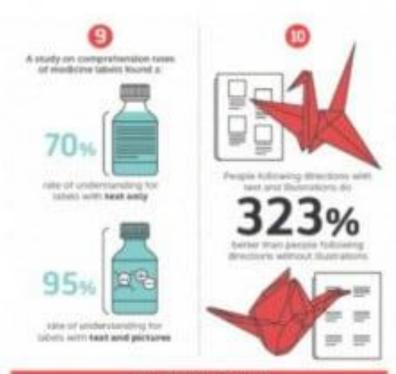


 Подомога на ветомотическум республу Срения изименния документа ВПАД повесием погрумов инференция: в задалеженности на инполумента почту или проведен.



Связанные по смыслу элементы располагаются ближе друг к другу

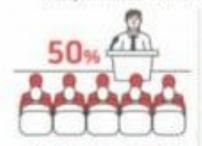
Есть свободное пространство



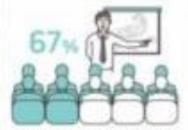
THEY ARE MORE PERSURENCE



A study constacted at the Wharton School of Business toured that:



of the suderca were personed by a purely werbal presentation



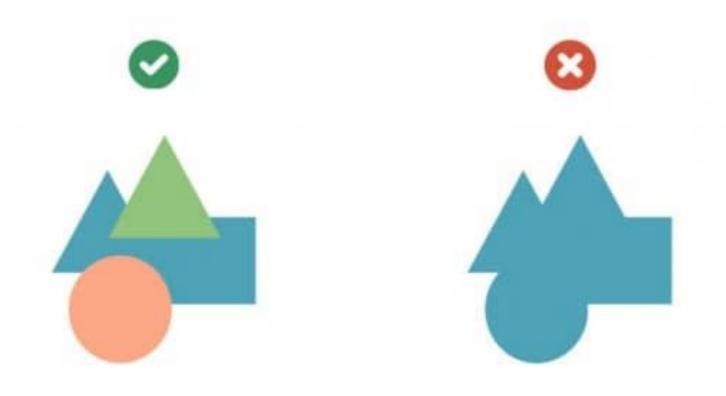
of the auditrice into percushed by the outbut presentation with accompanying channels



Нет смысловой близости элементов из-за отсутствия свободного пространства



Простота



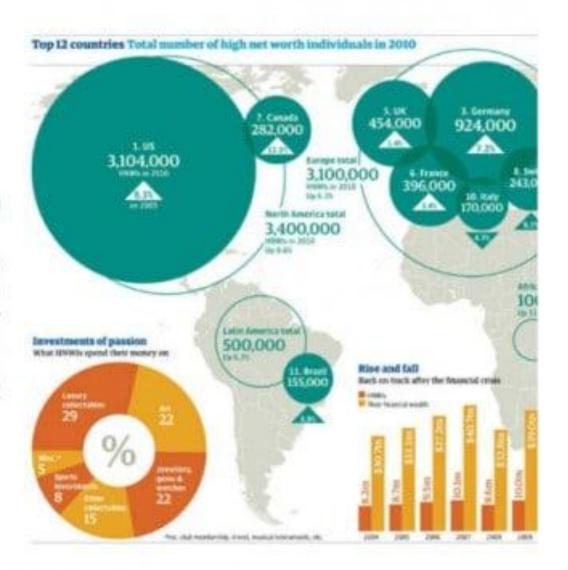


Композиция не вписывается в хорошую фигуру

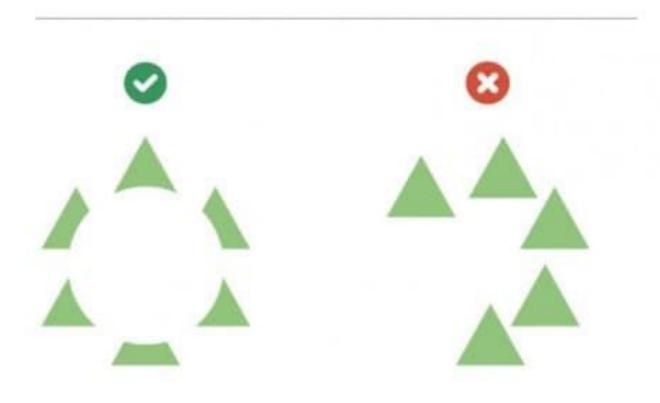




Восприятие опирается на базовые фигуры: круг, квадрат, треугольник

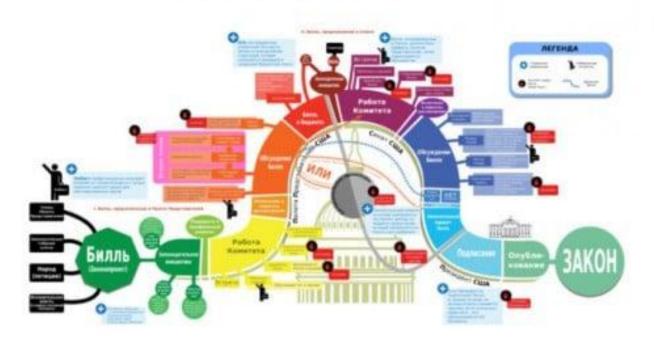


Завершенность



Незавершенный образ, подсознание "достраивает" отталкивающий образ (червяка или дикобраза)





Ощущение завершенности, гармонии (слева)

Восприятие завершает черные пятна в целостный образ (справа)







КАК ПОЯВИЛСЯ AIRBNB

или как 3 парня дошли от аренды матрасов до 10-ти миллиардной компании

Анна Виталь

(floon)

(Брайан)



2007







два парня в Сан-Франциско

не могут заплатить аренду

неделю

спустя

они приду-мали

сдавать 3 матраса. на полу людям и готовить завтрак

они сделали простои свит

(блог с картой) airbedandbreakfast.com 2 мужчин,1 одна женцина

пришли. заплатив по \$80

INIO GTOTE BEDOX решили, что это — большая

идея

DAN TIDAT PROTEIN CHARLISTO. соседа стать

кофаундером чтобы развивать сайт

2008

запустили

на SXSW - полу чили два заказа

брайан, и надмор. что это не еденственное. ниц чим ты работанию



ходили

из квартиры в квартиру в NY и снимали сами



поняли,

Het

что фото мест быти пложими



получали \$200 в неделю месяцами.

не было роста от Попа Грома

Aha!



2009

получили \$20,000

инвестиций

Y Combinants



продавали "Оваты О.У хлогья перед выборами. по \$40, заработав

первые деньги \$30,000

2010-2011







заработали \$400 за неделю, стали

расти

получили ОТКАЗ от известного VC a NY (tipea Yimosi)

Барабанции Барри Манилау ревестного DOMEST CHARGET

весь дом

получили \$600,000 B seed round

от Seguoia

получили \$7.2 млн. потом \$112 млн

от МНОГИХ инвесторов и Эштона Катчера.



\$10 **миллиардов**

поревод Мария Илюцина, пузразо, ус.

Funders and Founders

основано на материалах Telegraph, WSJ и The Atlantic



Как правильно мыть кошку. Инструкция

можно использовать:

- воду температурой
 33-35 °C
- неглубокий таз, заполненный примерно на половину
- гипоаллергенный шампунь, детское мыло или шампунь для животных
- зоощетку для мытья и чистки шерсти
- льняное полотенце



НЕЛЬЗЯ ИСПОЛЬЗОВАТЬ:

- холодную или горячую воду
- глубокую емкость, в которой животное может утонуть
- хозяйственное мыло, средства с насыщенным запахом
- массажную щетку для волос, щетку для обуви, губку
- фен для сушки волос

На заметку:

- Закройте дверь в ванную. Если кошка вырвется, ее будет очень сложно поймать.
- Погружайте кошку в воду медленно, придерживайте голову, чтобы влага не попала в нос и уши.
- Намыливая, держите животное за передние лапы. Тщательно смывайте пену! Кошка слижет все, что останется.
- Заверните кошку и подержите 10 минут на руках.













КРУПНЕЙШИХ ГОРОДОВ РОССИИ С РАСПРОСТЕРТЫМИ объятиями приняли ЛЕТНИЙ ПАРК COCA-COLA



ПУБЛИКАЦИЙ С ХЭШТЕГОМ #МОЯКОКАКОЛА ОПУБЛИКОВАЛИ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ INSTAGRAM (ДАННЫЕ НА MOMENT ЗАКРЫТИЯ ЛЕТНЕГО ПАРКА СОСА-COLA).



ЕАНКИ СОСА-СОЬА ПЕРСОНАЛИЗИ-РОВАНЫ В СПЕЦИАЛЬНОМ АВТОМАТЕ

102 260

EAHOK COCA-COLA **BUTINTO BICE BAR**

647 000

JULY DO COCA-COLA **МЫ РАЗДАЛИ ПОКЛОННИКАМ**



5 850 ПУБЛИКАЦИЙ С ХЭШТЕГОМ ММОЯКОКАКОЛА ОПУБЛИКОВАЛИ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ВКОНТАКТЕ (ДАННЫЕ НА МОМЕНТ ЗАКРЫТИЯ ЛЕТНЕГО ПАРКА COCA-COLA)



САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ НЕБУКВЕННЫЙ символ, который посетители ЛЕТНЕГО ПАРКА РАСПЕЧАТЫВАЛИ HA EAHKAX COCA-COLA

COCA-COLA



ЧЕЛОВЕК ПОСЕТИЛИ ЛЕТНИЙ ПАРКСОСА-COLA

САША— САМОЕ ПОПУЛЯРНОЕ ИМЯ (И МУЖСКОЕ, И ЖЕНСКОЕ), КОТОРОЕ ПОСЕТИТЕЛИ ЛЕТНЕГО ПАРКА РАСПЕЧАТЫВАЛИ НА БАНКАХ СОСА-СОLA

18 ДНЕЙ И 7 УИКЕНДОВ В ОБЩЕЙ СЛОЖНОСТИ РАБОТАЛ ЛЕТНИЙ ПАРК СОСА-СОLА

1. Сбор информации

Ни одна инфографика, даже с самым красивым дизайном и идеально подобранными цветами не сможет заинтересовать без соответствующего текстового наполнения.

Не важно, какой тип инфографики вы собираетесь создать, текстовый контент всегда будет на первом месте.

Качественная инфографика это не просто набор картинок и текста: это изложение своей точки зрения. Так что, нужнопораскинуть мозгами и подумать как превратить факты в историю.

Да, и нужно не забыть придумать запоминающееся, интригующее название.

Советы — рассказ о том, как поступить в том или ином случае. Рассчитаны на определенную категорию читателей, отличаются тем, что со временем не устаревают.



Факты, которые вы не знали —

инфографика представляет новые или малоизвестные факты в интересном свете. Можно также комбинировать известные факты и представить их по-новому.



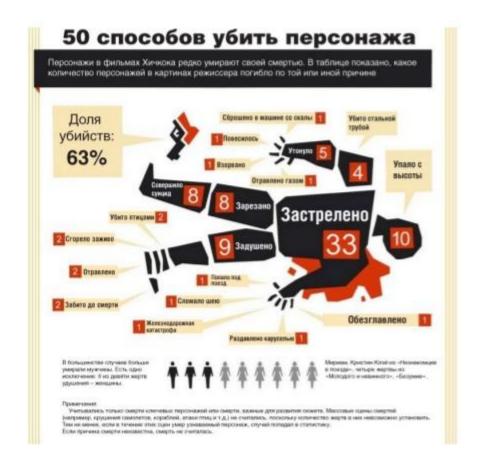
Новости/тренды —

могут включать: биографию или факты из жизни звезд, научные новинки, фестивали, войны и т.д.



Сравнение —

в основном, используются для выделения преимущества одного продукта над другим.



3. Эскизы/раскадровка

В сети информацию представляют поэтапно – по частям. Степень детализации в эскизах или раскадровке зависит от глубины проработки темы.

Эскизы используются в печатной инфографике, а раскадровка в интернет-инфографике.

4. Основной и второстепенные объекты

Основной объект в печатных СМИ – это центральное изображение. Оно должно привлекать внимание читателя.

В интернет-проекте позиция того или иного аргумента зависит не от размера элемента, а от его положения в цепи логических представлений, так как порядок представления информации следует по принципам цифровой презентациию.

5. Макетирование

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 собирает все воедино, анимирует элементы, накладывает текст или звук, при необходимости.



