

УДК 004.9:614.8

Е.В. ВАЛЯЕВ, нач. сектора; М.В. ОРЛОВА, ст. науч. сотр.; А.Н. КУРЕННОЙ, ст. науч. сотр.; А.Б. КУРИЦЫН, нач. отд. (ФГБУ ВНИИПО МЧС России)

### **ИНФОРМАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН. РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННО-ПРЕЗЕНТАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ, НАПРАВЛЕННАЯ НА ДОСТУПНОЕ ВОСПРИЯТИЕ ИНФОРМАЦИИ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МИНИСТЕРСТВА**

Настоящая статья посвящена проблеме пропаганды деятельности МЧС и представления различной полезной информации в наиболее доступной форме.

Большой поток информации, разнообразие сообщений и образов нередко препятствуют ее пониманию и усвоению. На помощь приходит инфографика – способ сделать сложные вещи доступными для восприятия и в то же время передать всю необходимую информацию. А благодаря ее постоянному развитию и усовершенствованию эта информация будет выглядеть более эффективной, привлекательной и убедительной. С помощью инфографики даже статистические данные можно превратить в картинку, которую хочется рассматривать. Также ее использование позволяет сформировать доступное информационное пространство для людей с ограниченными возможностями.

**Ключевые слова:** *инфографика, информационный дизайн, чрезвычайная ситуация, художественное восприятие*

Перелистывая какой-либо буклет, глядя на социальную рекламу, пропагандистскую листовку или рассматривая информационный стенд, мы обычно не задумываемся о подаче информации, шрифте, цветовом решении данных материалов. Но все эти нюансы не случайны! Прежде чем представить информацию, над ней трудились непосредственно те люди, которые хотели донести ее до нас и долго думали, как именно это сделать, как привлечь наше внимание. В первую очередь они создали идею, а ее визуальное воплощение – это и есть информационный дизайн.

Информационные технологии в дизайне – это не просто графическое представление знаний и данных, это отдельная сфера в дизайне, которая направлена на перенос информации в иллюстрации с учетом различных критериев восприятия информации человеком.

Информационный дизайн – отрасль дизайна, практика художественно-технического оформления и представления различной информации с учетом эргономики, функциональных возможностей, психологических критериев восприятия информации человеком, эстетики визуальных форм представления информации и некоторых других факторов.

Информационный поток должен быть подан не просто как набор цифр или фактов, его необходимо преподнести так, чтобы информация легко воспринималась, запоминалась, а в некоторых случаях – заставляла задуматься.

Формула информационного дизайна включает в себя три основные составляющие: сложность (делает сложные наборы фактов доступными восприятию) + междисциплинарность (сочетает графический дизайн, трехмерный дизайн, цифровые технологии, теорию информации, культурологию) + экспери-

мент (развитие в направлении экспериментирования, расширение репертуара средств, не исключая из рассмотрения сложные системы).

Основной целью информационного дизайна является ясность коммуникации: сообщение должно не только быть точно передано отправителем, но и правильно понято получателем.

Принципы, на которых строится информационный дизайн, делятся на две категории: функциональные и эстетические.

К функциональным принципам можно отнести:

- облегчение понимания и обучения;
- четкую структуру сообщения;
- ясность;
- простоту;
- единство элементов сообщения;
- обеспечение высокого качества сообщения;
- уменьшение стоимости.

К эстетическим принципам относятся гармония и пропорциональность.

Информационный дизайн находит применение в таких областях деятельности, как:

- информационные материалы (в любом виде) и формы для получения информации;
- внутренний документооборот организации;
- указатели и организация среды для ориентации в пространстве.

Понятия «иллюстрация» и «инфографика» весьма близки по своей сути. Иллюстрация – это часть визуального оформления издания, то есть составляющая его дизайна. Однако задача дизайна – растиражировать большое количество изображений с определенными правилами стилистики. Задача же инфографики – передать знания, сделать так, чтобы историю смог «прочитать» даже человек, который не умеет читать. В этом и заключается главное отличие инфографики от иллюстрации: инфографика – не стилистика, а содержание того, что вы высказываете, только в другой форме. Разработка инфографики требует графического и схематичного подхода и особого внимания к тексту, к подаче текста как части общей картины.

Инфографика позволяет предельно просто рассказать о самом сложном, а также:

- придать информации наглядность;
- придать ей «эффект распространения» (пользователи делятся инфографикой с гораздо большей охотой, чем текстами);
- легко размещать инфографику в социальных сетях;
- значительно увеличивать охват аудитории.

Все перечисленные свойства дают возможность эффективно использовать инфографику в информационно-пропагандистской деятельности.

В сложившихся условиях острой информационной перенасыщенности у людей появилась насущная потребность максимально лаконично и быстро представлять большие массивы данных. Текст с иллюстрациями воспринимается людьми легче и лучше, чем обычный печатный. На этом основании специалисты заметили, что текст объемом около 6000 знаков умещается лишь в одном графическом рисунке. Это серьезно влияет на развитие информационного дизайна – он становится динамичным и интерактивным [1].

Развитие телекоммуникаций и современных компьютерных технологий, оперативный сбор данных и возможность их динамичного отображения в Интернете дало новый импульс для развития инфографики, привело к расширению спектра программ по созданию инфографических проектов и сформирова-

ло особую среду для нее.

Секрет успеха инфографики состоит в характере данной эпохи – эпохи визуально ориентированной культуры, так как информационные рисунки, наполненные большим объемом данных, на сегодняшний день являются идеальной формой подачи информации [2].

Инфографика представляет собой визуальное изложение информации, и это неспроста. Человек воспринимает информацию лучше всего с помощью зрения (до 80 % информации).

Визуальная информация строится на ассоциациях и поэтому более эффективна. Она состоит из текста и иллюстрированных объектов (рисунки, графики, диаграммы и т. п.). Иллюстративный подход – наиболее привычный для восприятия, именно его чаще всего использует МЧС России.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день в МЧС России инфографика является достаточно развивающимся способом представления информации, а значит, при удачном создании информационных графических изображений аудитория значительно увеличится.

Рассмотрим несколько примеров использования инфографики в деятельности МЧС России. Так, на официальном сайте МЧС-медиа mchsmedia.ru размещено много интересной и полезной инфографики [3].

Например, на рис. 1 приведены методические рекомендации по восстановлению утраченных документов в результате чрезвычайной ситуации (ЧС). Последовательная блок-схема дает представление о порядке восстановления документов, указывает на наличие необходимых для оформления документов. Называются органы, в которые необходимо обратиться для решения того или иного вопроса. Такой материал легче воспринимается и гораздо легче читается.



**Рис. 1. Методические рекомендации по восстановлению утраченных в результате ЧС документов**

Многочисленные вариации информационной графики можно разделить на две большие группы:

- диаграммы, гистограммы, номограммы и графики, которые подразделяются на подгруппы (точечные, линейные, круговые и т. п.). Эти виды используются для подачи количественных (числовых) данных;

- многочисленные типы карт, схем, изображений. Такие виды организации информации используют для представления совокупности (например, иерархий) объектов и качественных данных.

Существуют и более сложные объекты инфографики, создающие полноценное графическое повествование, – комбинирующие тексты, таблицы и изображения (например, фотографии) с видами элементарной инфографики – картами, диаграммами, схемами, указателями. Такого рода коллаж, наделенный интерактивными свойствами, способен передавать не образы, а объединяющие их концепции.

Используя в работе информацию разного рода: графики, фотографии, диаграммы, иллюстрации, мастера информационного дизайна наиболее полно и доступно передают важные сообщения, освещающие конкретную тему [4].

Инфографика – идеальный язык для передачи данных. Инструкции, представленные в графическом виде, четко поясняют даже самую специфическую информацию (рис. 2).



Рис. 2. Инструкция «Как предотвратить пожар в автомобиле»

Инфографика является эффективным методом донесения актуальной информации до населения, поэтому должна использоваться в информационно-пропагандистской деятельности по важнейшим направлениям политики Министерства. Также она позволяет сформировать доступное информационное пространство для людей с ограниченными возможностями.

Востребованность инфографики неоспорима, поскольку люди в век информации и высоких скоростей желают как можно быстрее получить нужную им информацию. Визуальная информация не только легко воспринимается, но и очень разнообразна. Существует несколько ее видов, у каждого из которых имеются свои особенности и задачи:

1. Статичная инфографика – отражает факты и цифры. Она также может содержать и отображать связи и зависимости, включать в себя простейшие диаграммы, графики и др.

2. Динамичная инфографика – показывает динамику развития или процесс. К примеру, если нам необходимо отобразить или сравнить, сколько боевых расчетов личного состава участвовали в тушении здания в начале, в середине и в конце пожара и сколько единиц техники потребовалось для его тушения на различных этапах возгорания.

3. Видеоинфографика. Относительно новый вид инфографики, очень востребованный сегодня. Ее ценность состоит в представлении письменного или знакового отображения основных фактов в сопровождении видеоряда.

4. Инфографика для презентации. Текстовые презентации или презентации в картинках и фотографиях устаревают, поэтому те, кто идут в ногу со временем, выбирают инфографику как основного помощника для создания деловых презентаций и бизнес-проектов именно в этом формате.

5. Инфографика-инструкция. Отображает процесс, цепочку действий, последовательность чего-либо, объяснение устройства, принципа работы. К этому виду можно отнести инструкции, хронологические карты, рецепты, представленные в виде графических или символьных схем [5].

По типу источника различают три основных вида инфографики:

- аналитическая инфографика, подготавливаемая по аналитическим материалам. Наиболее часто используется экономическая инфографика: аналитика проводится исключительно по экономическим показателям и данным исследований;

- новостная инфографика, подготавливаемая под конкретную новость в оперативном режиме;

- инфографика реконструкции, использующая за основу данные о каком-либо событии, воссоздающая динамику событий в хронологическом порядке.

Для максимального использования всех преимуществ инфографики должна быть правильно разработана с учетом особенностей восприятия информации человеком.

Также следует отметить, что при проектировании инфографики важно обращать внимание на существующие тенденции и следить за их изменениями. Такие изменения могут быть вызваны влиянием технологии, моды, культуры, средств массовой информации, а также других отраслей.

Живя в эпоху визуально ориентированной культуры, современный человек ежедневно попадает в многочисленные информационные потоки. Происходит бурный рост объема информации, из-за разрозненных сообщений и образов возникает проблема ее усвоения и понимания. На помощь приходит инфографика, которая способна облегчить восприятие самой разнообразной и необходимой информации. А благодаря постоянному развитию и усовершенствованию эта информация будет выглядеть более эффективной, привлекательной и убедительной.

## Список литературы

1. Методические рекомендации по использованию методов активного информационного воздействия на население и персонал в условиях чрезвычайных ситуаций для специалистов МЧС России / под общ. ред. В.А. Пучкова. М.: ООО «Олтей», 2010. 193 с.
2. Инфографика вместо слов. URL: <http://infographicsmag.ru/> (дата обращения: 03.09.2018).
3. Примеры инфографики. URL: <http://mchsmedia.ru/infographics> (дата обращения: 05.09.2018).
4. *Каптерев А.* Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир / пер. с англ. С. Кировой. М.: Манн, Иванов и Фербер: Эксмо, 2012. 336 с.
5. *Шишов О.В.* Современные технологии и технические средства информатизации: учебник. М.: ИНФРА-М, 2012. 460 с.

*Материал поступил в редакцию 06.08.2019 г.*

**Валяев Евгений Владимирович** – начальник сектора. Тел. (495) 524-82-58. E-mail: [vnipo56@yandex.ru](mailto:vnipo56@yandex.ru); **Орлова Марина Владимировна** – старший научный сотрудник. Тел. (495) 524-81-53. E-mail: [vnipo56@yandex.ru](mailto:vnipo56@yandex.ru); **Куренной Антон Николаевич** – старший научный сотрудник. Тел. (495) 524-81-53. E-mail: [vnipo56@yandex.ru](mailto:vnipo56@yandex.ru); **Курицын Антон Борисович** – начальник отдела. Тел. (495) 524-82-91. E-mail: [vnipo56@yandex.ru](mailto:vnipo56@yandex.ru) (Всероссийский ордена "Знак Почета" научно-исследовательский институт противопожарной обороны Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий (ФГБУ ВНИИПО МЧС России)), г. Балашиха, Московская область, Россия.

*E.V. Valyaev, M.V. Orlova, A.N. Kurennoy, A.B. Kuritsyn*

## INFORMATION DESIGN.

### DEVELOPMENT OF INFORMATION AND PRESENTATION MATERIALS FOR AVAILABLE PERCEPTION OF INFORMATION ABOUT THE MINISTRY ACTIVITIES

This article presents the problem of promoting the activities of the Ministry of Emergency Situations and delivering various useful information in the most available form.

Large flow of information, various messages and images obstruct understanding and digesting this information. Infographics is a way to make complex things accessible to perception and at the same time convey all the necessary information. By means of infographics it is possible to transform statistics into picture. Also, its use allows to create an accessible information space for people with disabilities.

**Keywords:** *infographics, information design, emergency situations, artistic perception*

**Evgeny V. Valyaev** – Chief of Sector. Phone: (495) 524-82-58. E-mail: [vnipo56@yandex.ru](mailto:vnipo56@yandex.ru); **Marina V. Orlova** – Senior Researcher. Phone: (495) 524-81-53. E-mail: [vnipo56@yandex.ru](mailto:vnipo56@yandex.ru); **Anton N. Kurennoy** – Senior Researcher. Phone: (495) 524-81-53. E-mail: [vnipo56@yandex.ru](mailto:vnipo56@yandex.ru); **Anton B. Kuritsyn** – Chief of Department. Phone: (495) 524-81-03. E-mail: [vnipo56@yandex.ru](mailto:vnipo56@yandex.ru).

All-Russian Research Institute for Fire Protection (VNIPO), Ministry of the Russian Federation for Civil Defense, Emergencies and Elimination of Consequences of Natural Disasters (EMERCOM of Russia), Balashikha, Moscow region, Russia.