**Визуальные коммуникации в образовании.**

В настоящее время российская система образования переживает очень важный и ответственный период своего развития, характеризующийся кардинальным пересмотром сложившихся в сознании педагогов профессиональных стереотипов. В связи с этим обостряется проблема изменений, прежде всего, в педагогическом образовании.

Трудности решения проблемы повышения качества педагогического образования, во многом определяются неоднозначным и многоплановым контекстом российского образования. Современные исследования показывают, что контексту принадлежит центральная роль в решении социальных проблем, в том числе образовательных. Это означает, что решение практических проблем не может быть отделено от условий, в которых эти проблемы проявляются.

Современная эпоха характеризуется как информационное общество, общество услуг, общество знания, обучающееся общество. Основной средой взаимодействия и существования человека в информационном обществе становится медийное и виртуальное пространство, центральным звеном которых является визуальный образ. Если традиционно визуальный образ рассматривался как основа художественного восприятия мира (изобразительное, театральное искусство и др.), то сейчас он становится средством коммуникации визуализирующегося мира во всех сферах жизни, в том числе образовании.

Это, в свою очередь, обостряет противоречие между преобладанием визуальных коммуникаций в среде жизнедеятельности современных детей и традиционными технологиями в системе их обучения и воспитания.

Для того чтобы образование стало фактором развития общества, гарантом его устойчивости, оно должно, с учетом вышеназванного контекста, обеспечить достижение нового уровня образованности, который предполагает свободное владение способами поиска, обработки, восприятия и создания информации, новомедийными визуальными коммуникациями, сформированность визуальной грамотности.

Современный ребенок, человек вообще, сильно изменились за последние годы. У современного ребенка объем долговременной памяти намного больше, а проходимость оперативной выше, что позволяет ему воспринимать и перерабатывать большое количество информации за единицу времени. Эта способность дана современным детям для того, чтобы они могли ориентироваться в информационном потоке в век высоких информационных и компьютерных технологий.

Названные особенности развития детей, обладающих новым типом сознания, свидетельствуют о том, что они отличаются от своих сверстников прошлого века и требуют современного подхода в воспитании и обучении, более широкого использования тех технологий, которые более привычны для их повседневной жизни, составляют основу их коммуникаций. Основные изменения в подходах к обучению заключаются в увеличении скорости обучения; системном использовании визуализации («одна картинка стоит тысячи слов»); возрастании мультизадачности и высокой мотивации учения; более широком применении системы поощрений и положительных подкреплений; побуждении к самостоятельности мысли, решению учебных и жизненных задач, к новому, переменам.

Виды визуальных коммуникаций. Для образовательных целей будет удобна следующая классификация:

1) Визуальные тексты:

• элементарные – текстовое сообщение, визуализированное с помощью шрифтового решения;

• комбинаторные – сообщения, основанные на сочетании (комбинации) не более двух разных элементов (текст + изображение, текст + ссылка на некий ресурс, текст + график, текст + видео и т.п.);

• интегративные – комплексная визуальная система объектов, которые интегрируются и взаимодействуют между собой;

• альтернативные – сообщение, для создания которого используются нетрадиционные каналы передачи, неординарные и неожиданные материалы.

2) Изобразительный визуальный контент:

• фотографии: портреты, фото объектов, репортажные фото;

• иллюстрации: графические, репродукции;

• видеоролики и анимация: документальное видео, видеопрезентация, флеш-анимация, gif-анимация.

3) Оформительский контент:

• логотип;

• элементы фирменного стиля: фирменные декоративные графические композиции, фирменные шрифты;

• орнаментально-декоративные элементы: орнаменты, копирайты, водяные знаки, гербы, экслибрисы и др.

4) Служебный контент:

• гиперссылки в теле тексте;

• любые другие гиперссылки: как гиперссылка может работать на любой объект − иллюстрация, логотип, видеоролик и т.д.;

• специальные значки социальных сетей;

• QR-коды.

Субъекты визуальной коммуникации. Наиболее активными разработчиками и сторонниками визуальной коммуникации являются молодые педагоги. Для них характерен более широкий спектр визуального контекста, в том числе создание интегративного и альтернативного визуального текста, умелое применение оформительского контента, создание видеороликов и анимации и т.д.

Для учителей с большим стажем педагогической работы характерно использование преимущественно элементарных и комбинированных визуальных текстов, иллюстраций, репродукций. Также имеются различия в процессе создания визуального контента. Среди молодых педагогов преобладают «создатели», среди стажистов – «потребители», предпочитающие использовать готовый продукт. Также педагоги со стажем чаще задают детям в качестве домашнего задания разработку презентаций. Молодые учителя используют более сложные задания – разработка роликов, анимации, интерактивных проектов в социальных сетях и т.д. Анализ особенностей в зависимости от преподаваемого предмета не выявил специфики использования визуальных коммуникаций.

Реалии современной образовательной ситуации пока далеки от нормативных требований, что обусловлено, прежде всего, узким пониманием визуальной коммуникации, несформированностью специальных умений по созданию новомедийного визуального контента, большими временными затратами на его создание, неготовностью к интеграции широкого арсенала приемов различных дисциплин: изобразительного искусства (графики, рисунки, иллюстрации); фотографии (в том числе искусства коллажа); веб-дизайна; современных технологий (в том числе цифровой фотографии, голографии, видеоарта); современных компьютерных технологий (специальные программы) и др.

Таким образом, сегодня меняются взгляды на сущность и содержание педагогического мышления, осмысление и учет которых необходим для построения адекватной модели становления нового типа педагогического мышления, позволяющего решать задачи современной теории и практики образования, важнейшей из которых является владение способами создания и восприятия новомедийных визуальных коммуникаций.

Новомедийные визуальные коммуникации изучаются сегодня в разных аспектах: социакультурном, рекламном, экономическом, PR и др. Однако они имеют мощный педагогический потенциал, который требует своего анализа и осмысления. В условиях избытка визуальных образов у современных детей, взаимодействующих с ними в постоянном режиме через средства масс-медиа, учителю необходимо формировать визуальную грамотность учащихся, обеспечить адекватное восприятие визуальной информации, критическое к ней отношение, уметь создавать самому и учить детей создавать визуальные контенты, владеть визуальным языком. Решение этих задач невозможно без развитого творческого педагогического мышления современного педагога.

---------------------------------------------------------------------------------------------------

Литература:

1. Берулава Г.А. Методологические основы развития личности в системе высшего образования //Вестник практической психологии образования. – №4(21). – 2012 г. – С.27-33.

2. Профессиональный стандарт педагога. [Электронный ресурс].

3. Тряпицына, А.П. Новая школа и новый учитель: обобщение результатов работы дискуссионных площадок Педагогической Ассамблеи. Электронный научный журнал. – Январь 2014, ART 1377. – CПб., 2014г.