**Средства визуальной коммуникации.**

Среди визуальных средств коммуникации целесообразно выделить специальным образом подготовленные изображения и текст, у которых появляются соответствующие функции и признаки при выполнении следующих условий:

1. их можно классифицировать в пределах одного ресурса и объединять или различать по сформулированным существенным критериям, например, основной информационный объект, второстепенный (пояснение), фоновый, что в равной степени относится и к текстам и к изображениям;

2. с каждым из информационных элементов можно связать набор метаданных, однозначно определяющих значение, назначение, категорию или другое значимое свойство элемента;

3. их появление в ресурсе носит систематический характер и сопровождается «легендой» - описанием соответствия типа визуального представления или маркировки элементов их назначению;

4. их визуальное представление обосновано, целесообразно, ориентировано на пользователя, а не на разработчика или внешнего критика;

5. все метаданные и сами элементы объединены в систему, интуитивно понятную пользователю (учет феномена WYKIWYL - «то, что вы знаете и есть то, что вы любите»).

I. Информационная графика

В настоящее время наглядное представление информации, данных и знаний посредством иллюстраций и графики в целом считается актуальным, эффективным и выразительным для большинства источников информации: газет, учебников, инструкций и их электронных аналогов. Это связывают с тем, что все больше людей ориентированы и легче воспринимают зрительные образы (визуалы) - изображения, схемы, коллажи, клипы, и в меньшей степени - текст. Таким образом, можно сделать

вывод о процессе формировании цивилизации, ориентированной на визуальные образы - image oriented civilization [18]. В своем крайнем проявлении этот процесс приводит к «клиповому мышлению», для которого характерна поверхностная и упрощенная обработка визуальной информации. Стремление потребителей разного уровня к быстрому получению первичной информации, сканирование пользователями больших информационных блоков без тщательной проработки, предпочтение изображений или мультимедиа-объектов тексту - это фактически сложившаяся ситуация, которую следует учитывать при создании информационных и образовательных ресурсов:

- формируя семантику иллюстративных материалов;

- насыщая иллюстрации дополнительной когнитивно-продуктивной информацией (дающей возможность пользователю генерировать новое знание, например, производить анализ, устанавливать причинно-следственные связи, видеть тенденции и давать прогнозы);

- целенаправленно формируя навыки выделения главного и значимого посредством акцентирования;

- прививая потребности и способности к детальному анализу с помощью нюансировки и модуляции оформления фрагментов.

Изображение - это одно из средств коммуникации, играющее важную роль в презентации идей. Заменяя и уточняя многословные тексты, оно способно упростить смысл излагаемого материала и в то же время передать всю необходимую информацию, визуально представляя, обозначая и интегрируя идеи, факты, связи, выводы. Однако существует особая категория изображений [16], в которых плотность концентрации коммуникативных возможностей выше, чем у прочих -объекты информационной графики (инфографики или ИГ).