

Государственное бюджетное учреждение здравоохранения
"Волгоградский областной центр медицинской профилактики", Волгоград

В ПОМОЩЬ РАБОТНИКУ ОМП/КМП
Выпуск 1

"Печатные средства наглядной агитации"

Утверждено
методическим советом
(протокол № 2 от 31.05.2018)

Волгоград, 2018

Важнейшим направлением работы сотрудников кабинетов/отделений медицинской профилактики является санитарное просвещение - совокупность образовательных, воспитательных, агитационных и пропагандистских мероприятий, направленных на формирование здорового образа жизни, профилактику заболеваний, сохранение и укрепление здоровья, повышение трудоспособности людей, продление их активной жизни. В проведении санитарно-просветительской работы важная роль отводится печатным средствам наглядной агитации – листовкам, плакатам, памяткам, буклетам.

Листовка

Листовка – это информационно-пропагандистское печатное издание, отличающееся небольшим объемом (не более двух страниц), сжатым и доступным текстом, броским типографическим оформлением. Листовка незаменима в тех случаях, когда население надо быстро предупредить о необходимости срочных мероприятий по охране здоровья.

Требования к листовкам:

1. Концентрированность содержания. Текст листовки должен быть кратким. Чтение ее не должно занимать более 30-60 секунд.
2. Аргументированность. Основное положение листовки надо не просто декларировать, а обосновывать и подтверждать разносторонними убедительными доказательствами.
3. Листовка обязана учитывать особенности аудитории, но в любом случае она должна быть написана простыми словами. Нельзя также перегружать текст и оформление листовки деталями.
4. Листовку необходимо оформлять так, чтобы она привлекала к себе внимание и вызывала желание ее прочесть. Для этого следует умело использовать яркие, броские иллюстрации (фотографии, рисунки, схемы), подбирать цвет бумаги и краски, различные шрифты.
5. Листовка должна стать необходимостью для человека, который взял её в руки. Для этого можно использовать добавочную дополнительную информацию на обороте листовке (например, телефоны учреждений, имеющих отношение к содержанию листовки).

Памятки

Памятка – это краткий документ, который содержит важные сведения для выполнения каких-то действий. В отличие от листовки, памятку можно рассматривать как вторичную форму работы, закрепляющую сведения, полученные слушателями во время лекции или беседы (метод устного слова). Иногда памятка приобретает размер небольшой брошюры (например, памятка больному), но и в этом случае она обычно является дополнением к указаниям врача, которые он дает больному в устной форме.

Памятка всегда пишется для каких-то определенных групп людей. Поэтому памятке принято давать заголовок, в котором и пишут, для кого этот документ предназначен. Памятка представляет собой перечень правил, которыми надо руководствоваться.

Важный аспект памятки о здоровье – побуждение человека к определенным действиям, направленным на профилактику заболеваний, и формирование сознательной установки на здоровый образ жизни.

Памятка может включать в себя:

- факты по проблеме;
- советы;
- алгоритм действий в определенных ситуациях;
- информацию об адресах и телефонах специализированных медицинских организаций и других учреждений и т.п.

По сравнению с другими средствами пропаганды здорового образа жизни памятки имеют ряд преимуществ:

- воздействуют на конкретные группы людей, определенную аудиторию, что дает наибольший эффект;
- относительно просты в изготовлении и распространении

Виды памяток:

По характеру содержания выделяют следующие виды памяток:

- памятка-алгоритм, в которой все предлагаемые действия жестко фиксированы, их последовательность обязательна (например, комплекс упражнений утренней гимнастики, действия при проявлении первых признаков инсульта и т.д.);
- памятка-инструкция, в которой даются конкретные указания о необходимости конкретных действий, шагов (например, техника измерения АД, подсчет индекса массы тела и т.д.);
- памятка-совет, в которой конкретной целевой группе даются рекомендации о том, при каких условиях то или иное действие (деятельность) осуществляется успешно (например, как сознательно снизить потребление соли, способы быстрого снятия стресса и т.д.);
- памятка-разъяснение, в которой опровергаются устоявшиеся мнения и стереотипы и утверждаются другие, основанные на более современных научных исследованиях;
- памятка-стимул, доминантой которой является стимулирование человека, раскрытие перспектив его деятельности и т.п. (например, сопоставление жизни с наркотиками и без);
- памятка «вопрос – ответ».

Деление это условно, т.к. в каждом виде памяток есть общее: информация представляется с помощью выразительных средств. Выбор той или иной модели содержательной части и художественного оформления во многом зависит от целей, тематики, характера аудитории, на которую рассчитана информация, размещаемая в памятке.

Рекомендации по составлению памяток

1. Разрабатывая информационное сообщение, необходимо учитывать следующее:
 - Чего Вы хотите добиться?
 - Что люди должны понять в результате?

– Какие действия они должны предпринять?

2. Необходимо четко следовать запланированной цели. Не следует включать в памятку материал, не относящийся к теме, он только отвлечет от основной идеи сообщения.
3. Следует помнить, что памятка представляет собой материал, содержащий сравнительно небольшой объем информации, поэтому в тексте одной памятки не следует затрагивать слишком много аспектов проблемы. Целесообразнее выделить один из них и именно ему посвятить содержание памятки.
4. Текст памятки должен быть написан живым, ясным, доступным неспециалисту языком; предложения – краткими, набранными небольшими блоками; шрифт – простым, легко читаемым. Крупный шрифт облегчает прочтение материала людьми пожилого возраста. Нельзя набирать текст декоративным, трудноразличимым шрифтом. Иллюстрации, ключевые слова, тематические строки информационного сообщения должны быть простыми и ясными. Все незнакомые термины должны быть разъяснены. Текст не должен содержать двусмысленных фраз.
5. Категорически недопустимы грамматические ошибки или стилистические неточности, так как это может вызвать недоверие к материалу.
6. Цветовая гамма должна так выделять текст, чтобы он воспринимался наилучшим образом. Для облегчения восприятия материала не следует использовать слишком сложное оформление и яркие цвета, нужно помнить, что разные цвета вызывают разные эмоции и могут ассоциироваться с определенными идеями или образами. Цветом можно выделить наиболее важную информацию.
7. Иллюстрации, используемые в памятке, должны соответствовать излагаемому тексту и обладать определенной силой воздействия.
8. Материал памятки должен подбираться с расчетом на конкретную аудиторию. Внимание к той или иной информации зависит от того, насколько значимые сведения для определенной группы людей она содержит. Так, памятка для подростков, призывающая не употреблять наркотики или не курить, должна отличаться от памятки по этой же проблеме, обращенной к их родителям.
9. Идею содержание материалов памятки не должно вызывать у читателя страха или отрицательных эмоций. При составлении памяток, особенно для детской или подростковой аудитории, крайне важен принцип преимущественного позитива в изложении материала. Надо показать не то, как плохо курить, а как хорошо быть здоровым и не курить, раскрыть преимущества жизни, свободной от никотина.
10. Убедительность материала памятки зависит не от длинного перечня правил, советов, запретов или рекомендаций, не от сухой назидательности, а от того, насколько интересен и несложен текст.

«Оживить» текст можно афоризмами, четверостишьями, при расчете суточного рациона здорового питания можно привести рецепт блюда.

11. Памятка не должна содержать непроверенную информацию, так как это может повлечь за собой нарушение одного из важнейших принципов профилактической медицины – принципа «Не навреди!».
12. Советы по лечению недопустимы!

Буклет

Буклет – это информационно-иллюстрированный материал, представляющий собой лист формата А4, сложенный вдвое, втрое и так далее. Буклет более информативен и компактен, чем листовка. В нем можно поместить любую графическую (фотографии, схемы, картинки) и текстовую информацию.

При разработке дизайна буклета стоит учитывать цель буклета, потенциальную аудиторию (для кого и для чего он предназначен?), места его распространения. Текст и дизайн буклета должен содержать элементы, формирующие импульсный интерес, заставляющий прочесть или рассмотреть главную информационную составляющую. Дизайн буклета не должен быть перегружен текстовой составляющей, иначе его просто не будут читать. Информация должна быть представлена лаконично и предельно ясно. Иллюстрации и таблицы должны быть к месту и органично дополнять текст.

Плакаты

Плакат является произведением печатной графики, изображение и текст которого выражают его общую идею. Плакат является одним из основных видов наглядной агитации и пропаганды, информации, рекламы, инструктажа или обучения. Как полиграфическое издание плакат представляет собой листовое издание, отпечатанное, как правило, на одной стороне печатного листа, удобное для расклейки. Основные требования к плакатам составляют хорошая видимость на расстоянии плюс привлекательный вид изделия.

При составлении плаката необходимо определить:

- название темы;
- назначение и конкретную задачу плаката (например, убедить пациента соблюдать правила личной гигиены);
- целевую аудиторию (плакат всегда приобретает большую действенность в тех случаях, когда он как можно точнее обращается к определенному кругу лиц (по полу, возрасту, профессии, образованию));
- название (текст) плаката;
- описание ситуации (содержание изображения).

Требования к тексту плаката:

1. Краткость текста – одно из условий его быстрого восприятия и запоминания. Известно, что человеком оптимально воспринимается и запоминается 7 (\pm 2) слов. Следует учитывать, что текст легче

запоминается в виде краткого призывного лозунга. Наиболее доходчив текст ритмически построенный, поэтому тексты, основанные на употреблении пословиц, поговорок, фразеологических оборотов, отрывков из известных стихов в прямом или перефразированном виде, запоминаются и воспроизводятся наиболее легко.

2. Текст лучше давать в утвердительной форме – призывы в отрицательной форме (с употреблением отрицания "не") психологически вызывают у человека противодействие. Плохо воспринимаются побудительные предложения в назидательном тоне ("Не ходи", "Не делай", «Не кури»).
3. Текст должен быть конкретным, целенаправленным. Такие общие слова, как "запрещается", "необходимо", "опасно" являются малоконкретными, не несут ценной информации. В тексте лучше употреблять не безличную, а личную форму обращения («уважаемые родители», «студенты, обратите внимание»).
4. Следует учитывать, что наиболее доходчив текст, приближенный к разговорной речи, однако в нем недопустимо употреблять просторечные слова и выражения.
5. Доходчивость текста плаката значительно снижается, если нет смысловой связи между текстом и изображением. Основная мысль плаката должна быть выражена в смысловом единстве текста и изображения.
6. Для повышения эмоциональности и выразительности высказывания можно с успехом использовать восклицательные и вопросительные предложения, особенно риторические вопросы. Можно использовать приемы: повторение одного и того же слова в начале двух или нескольких отрезков речи ("Научился сам – научи другого") или противопоставление отдельных понятий ("Минимум затрат – максимум эффекта").

Санитарный бюллетень

Художественно оформленный санбюллетень всегда привлекает внимание и является одним из самых доходчивых средств пропаганды.

Санбюллетень – это иллюстрированная санитарно-просветительская газета, посвященная только одной теме. Тематика должна быть актуальной, с учетом задач, стоящих перед современным здравоохранением, а также сезонностью и эпидемиологической обстановки в данном режиме. Крупным шрифтом выделяется заголовок. Название его должно быть интересным, интригующим, желательно при этом не упоминать слово «болезнь» и «профилактика».

Санбюллетень состоит из двух частей: текстовой и иллюстративной. Текст должен быть написан доходчивым для широкой массы языком, без медицинской терминологии, с обязательным использованием местного материала, примеров правильного гигиенического поведения по отношению к своему здоровью, случаев из врачебной практики.

Художественное оформление – рисунки и фотографии должны быть изящными, иллюстрировать материал, но не дублировать его. Рисунок может быть один или несколько, но один из них – основной – должен нести главную смысловую нагрузку и привлечь внимание.

В правом нижнем углу указывается ответственный и дата выпуска. Как правило, санбюллетень выпускается не реже 1–2 раз в квартал.

Уголок здоровья

Уголок здоровья – это информационный пункт, который призван помочь медицинским работникам вести грамотную профилактику различных заболеваний у населения и способствовать формированию у него здорового образа жизни.

Организации уголка должна предшествовать определенная подготовительная работа:

- согласование организации уголка с руководством данного учреждения;
- выбор места, такого, где постоянно или часто бывает масса людей;
- подборка соответствующего иллюстративного материала: плакатов, памяток, листовок, рисунков.