

**Государственное учреждение  
«Гродненский областной центр гигиены, эпидемиологии и  
общественного здоровья»**

**ТРЕБОВАНИЯ  
К ОФОРМЛЕНИЮ И СОДЕРЖАНИЮ  
ИНФОРМАЦИОННЫХ СТЕНДОВ  
ПО ТЕМАТИКАМ ЗДОРОВОГО  
ОБРАЗА ЖИЗНИ, ПРОФИЛАКТИКЕ  
ЗАБОЛЕВАНИЙ**

**Инструктивно-методические рекомендации**

Разработали: заведующая отделом общественного здоровья государственного учреждения «Гродненский областной центр гигиены, эпидемиологии и общественного здоровья» И.И. Дубок;  
врач-валеолог отдела общественного здоровья государственного учреждения «Гродненский областной центр гигиены, эпидемиологии и общественного здоровья» И.Г. Казаровец;  
редактор отдела общественного здоровья государственного учреждения «Гродненский областной центр гигиены, эпидемиологии и общественного здоровья» О.И. Парчевская.

Инструктивно-методические рекомендации рассмотрены и утверждены на коллегии управления здравоохранения Гродненского областного исполнительного комитета

Протокол от 19.10.2017 № 12/1

В связи с профилактической направленностью работы организаций здравоохранения и все более возрастающим интересом населения к своему здоровью работа по формированию здорового образа жизни является неотъемлемой составной частью деятельности всех учреждений здравоохранения. Эффективным средством дистанционного гигиенического воспитания в учреждении здравоохранения является информационный стенд по пропаганде здорового образа жизни и профилактике заболеваний.

Авторы инструктивно-методических рекомендаций предлагают ознакомиться с рекомендациями по оформлению и содержанию информационных стендов по ФЗОЖ и активно использовать их в работе.

Рекомендуется для медицинских работников.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|   |    |
|---|----|
| Введение  | 4  |
| 1. Информационный стенд   | 5  |
| 2. Требования к оформлению и содержанию информационного<br>стенда по ФЗОЖ                 | 5  |
| 3. Перечень информационных материалов для размещения на стенде                            | 8  |
| 4. Варианты информационных стендов  | 9  |
| 5. Виды информационно-образовательных материалов,<br>размещаемых на информационном стенде | 10 |

## Введение

Среди различных видов пропагандистской деятельности наглядная агитация занимает одно из наиболее заметных мест. Причиной тому являются особенности ее воздействия.

Метод изобразительной пропаганды (наглядный метод) – это действенное и эффективное средство пропаганды. Возможность создания яркого, убедительного художественного образа, красочность и в то же время доступность исполнения сыграли в этом выборе решающую роль. Этот метод предполагает использование графических, живописных и прочих средств с целью воздействия на формирование у населения адекватного отношения к личному и общественному здоровью.

Одним из средств гигиенического воспитания и просвещения населения в организациях здравоохранения и санитарно-эпидемиологических учреждений являются информационные стенды, представляющие собой актуальный и эффективный способ донесения информации до населения.

На современном этапе информационный стенд – это не просто обычная доска с различными извещениями, а интересная и оригинально оформленная тематическая конструкция. Благодаря яркости оформительского решения стенд становится особенно заметным, в результате чего на него обращает внимание большое количество людей.

## 1. Информационный стенд

**Информационный стенд** – это специальный щит с размещенной на нем печатной информацией, который используется для того, чтобы поставить в известность людей о ней.

Обычно стенды размещают в холлах учреждений и организаций, чтобы посетители могли легко ознакомиться с информацией. Широкое применение информационных стендов объясняется простотой их использования и высокой эффективностью.

Обязательным атрибутом современного организаций здравоохранения должен быть информационный стенд, посвященный профилактике заболеваний, различного рода зависимостей и пропаганде здорового образа жизни.

Информационный стенд по ФЗОЖ – стационарная конструкция, предназначенная для размещения текстовых или графических информационных материалов профилактического характера, тематик Единых дней здоровья. Такой стенд должен размещается в местах, обеспечивающих широкую доступность данной информации (например, первый этаж учреждения, фойе). Доступ к стенду должен быть свободным, не ограничен какими-либо внешними препятствиями.

Стенд должен быть привлекательным, оформленным по определенным правилам.

## 2. Требования к оформлению и содержанию информационного стенда по ФЗОЖ

Требования к оформлению информационного стенда предусматривают соблюдение наличия трех составляющих: функциональность, эстетичность, эргономичность.

### **Функциональные требования:**

располагать материалы в логической последовательности в читаемом виде;

обеспечить наличие обязательного организационного блока (заголовок/девиз – краткое изречение, выражающее цели), эмблема, графики, расписание и т.д.) и дополнительного информационного блока;

контролировать соотношение постоянных и временных материалов: актуальность, оперативность (своевременность), систематичность, познавательная ценность, профилактическая эффективность;

сохранять соотношение текстового и изобразительного материала;

соблюдать стилевое единство: шрифты, цветовая гамма, символы;

предусмотреть простоту и удобство смены информационных материалов;

стендовая информация должна регулярно обновляться в зависимости от рубрики: ежедневно, еженедельно, но не реже одного раза в месяц.

### **Эстетические требования:**

информационные стенды рекомендуется выполнять в одном стиле с общим оформлением помещения. Количество информационных стендов (табло, стоек) определяется, исходя из объема размещаемой информации и возможностей пространства;

при размещении материалов соблюдать высокое художественное качество визуальной информации (стилевое единство: шрифты, цветовая гамма, символы);

информационный материал может быть изготовлен типографским способом либо при помощи компьютера. Информация оформляется черным или цветным шрифтом на белом фоне. Размер шрифта должен обеспечить возможность ознакомления с текстом для лиц с ослабленным зрением. Информация дается крупным печатным шрифтом на светлом фоне так, чтобы ее можно было прочесть с расстояния 2-3 метров. Тема выделяется цветом и более увеличенными размерами;

название информационного стенда (табло) и название каждого вопроса, по которому предоставляется информация, выделяются жирным шрифтом 24 пт.;

соблюдать удобочитаемость шрифта: (размер шрифтовых знаков от 16 и выше; длина строки – не менее 1 см от края листа; интервал между строками не менее 1,5; форма строк – рекомендовано выравнивание по ширине; четкость, ясность шрифта - отношение цвета шрифта к цвету фона);

самую важную, ключевую информацию размещать в левом верхнем углу;

информацию следует четко визуальнo структурировать: делать некие «зацепки», по которым глаз и движется;

материал должен включать в себя заголовки, подзаголовки и основной текст. Рекомендуется использовать краткие, ярко оформленные заголовки, состоящие из двух-трех слов;

приветствуется использование различных иллюстраций, элементов оформления, а также фотографий, подобранных согласно содержанию материала;

поля рекомендуется делать достаточно большими;

использовать выделение информации. Выделение – это контрасты, однако, не имеет смысла выделять 50 % информации, это не воспримется. Выделять необходимо только ключевые моменты, самую важную информацию (цветом, например, красным, другим шрифтом, либо подчеркиванием);

немаловажную роль в подаче наглядной информации играет цветовая гамма: правильно подобранные цвета, которые условно можно поделить на теплые и холодные. Самые теплые цвета — красный и оранжевый. Они очень агрессивны. Если делать большие площади таких цветов, то очень быстро устают глаза. Холодные цвета — синий, фиолетовый. Они наоборот создают какую-то отстраненность. Для лучшего восприятия информации рекомендуется использовать нейтральные тона — это белый, зеленый (он абсолютно нейтральный и создает нечто мягкое). Общие рекомендации

следующие – фон должен быть неярким, приглушенным. Буквы должны быть сильно контрастные по отношению к фону. Причем, контрастные не только по оттенку, но и по яркости;

чтобы посетители не только прочитали, но и усвоили размещенный вами материал, он должен быть кратким и лаконичным. Обычно лучше запоминается начало и конец сообщения, чем его середина. Старайтесь размещать значимую информацию в начале листа, а также делайте выводы, подводите итоги в сообщении;

материал большого объема необходимо разбивать на несколько страниц. Это связано с особенностью кратковременной памяти. Есть такое правило — 7 плюс, минус 2. Кратковременная память человека удерживает до семи объектов. Как только их становится больше – все, усвоение материала затруднено;

материал разнообразный и необычный воспринимается и запоминается лучше;

материал должен быть кратким; информационно насыщенным; оригинальным, хорошо запоминающимся; и, наконец, просто красивым;

в случае недостаточной освещенности помещения, затрудняющей ознакомление граждан с информацией, обеспечить постоянное освещение мест размещения информации, в темное время суток наличие освещения обязательно;

обеспечить регулярное обновление, упорядочивание информационных материалов, наполнение ячеек стенда тематическими материалами.

**Эргономические требования** (эргономика – наука о приспособлении рабочих мест, предметов и объектов труда для наиболее безопасного и эффективного использования, исходя из психических и физических особенностей человеческого организма):

возможность санитарной обработки;

гигиеничность материалов и красок;

простота и удобство смены информационных материалов;

размер каждого стенда определяется самостоятельно. Высоту размещения целесообразно рассчитывать на средний рост человека (не выше 170 см и не ниже 140 см). Оптимальное размещение стенда - вверх от горизонтального взгляда – 50-60 см., вниз – 70-80 см., в обе стороны – 60-62 см.

**Запрещается** приклеивание информационных материалов к стене, а также использование кнопок, скрепок и других острых предметов.

### **3. Перечень информационных материалов для размещения на стенде**

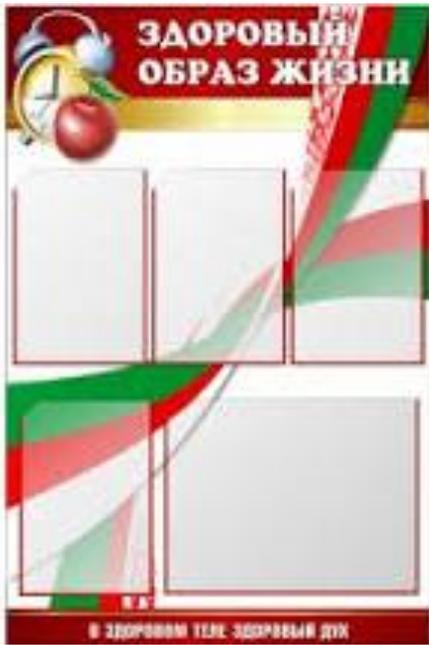
При оформлении информационных стендов по ФЗОЖ рекомендуется предусмотреть наличие материалов:

- по тематикам Единых дней здоровья;
- по профилактике инфекционных и неинфекционных заболеваний (специфика учреждения/отделения; сезонные, эндемичные заболевания и т.д.);
- по профилактике поведенческих факторов риска (пропаганда физической активности и рационального питания, отказ от табакокурения и злоупотребления алкоголем и т.д.);
- информация о запрете курения в организации здравоохранения;
- малые носители информации, выполненные типографским способом (листовки, памятки, буклеты и т.д.);
- информация о профилактических, культурно-массовых, физкультурно-оздоровительных и других мероприятиях;
- информация о предстоящем Едином дне здоровья (тематика, дата, время и место проведения);
- информация о работе в организации здравоохранения «школ здоровья» и «телефона доверия» по вопросам формирования здорового образа жизни;
- информация о «телефоне доверия - 170».

Размещение информации, не относящейся к вопросам здорового образа жизни, на стенде запрещено.

Для обеспечения системности данной работы необходимо установить контроль смыслового содержания, эстетического оформления и своевременного обновления стендовых материалов сотрудниками учреждения.

#### 4. Варианты информационных стендов



## 5. Виды информационно-образовательных материалов, размещаемых на информационном стенде

Для оформления информационных стендов по формированию здорового образа жизни применяются информационно-образовательные материалы – памятки, листовки, буклеты, плакаты и др.

**Памятка** – печатное средство гигиенического воспитания, содержащее конкретные рекомендации, перечень советов, правил, сведений гигиенического характера и по пропаганде здорового образа жизни. Формат – книжный, сложенный вдвое (карманный вариант памятки может быть меньше). Памятки составляются на разные темы и имеют конкретного адресата, предназначаются для отдельных целевых групп населения (например, памятка для молодых родителей, школьников, будущих мам и т.д.), но, несмотря на их многообразие, существует общий порядок оформления. Памятка посвящается конкретному вопросу и не касается других тем. Информация в ней должна быть актуальной и достоверной. Не стоит включать сведения, вызывающие сомнения.

**Листовка** – печатное средство гигиенического воспитания, представляющее собой издание в виде листка агитационно-информационного характера и адресованное широкому кругу населения. Она содержит мотивированный призыв к участию в тех или иных профилактических мероприятиях либо лаконичные медико-гигиенические советы и рекомендации. Как правило, размер листовки – это формат листа бумаги А4 и А5. Данному виду информационно-образовательных материалов характерна максимальная сжатость языка. Желательно наличие броской, четкой иллюстрации, которая держит на себе весь каркас листовки.

Яркость и броскость оформления, обязательный изобразительный центр, побуждающий девиз, слоган (сжатая, легко запоминающаяся фраза) – это атрибуты *агитационной* листовки. В *информационной* листовке допускается больше текста.

Объем написанного должен быть небольшим, так как листовка не читается от начала до конца, а просто просматривается.

**Буклет** – печатное средство гигиенического воспитания, представляющее собой сложенный в два или более сгибов (по вертикали или горизонтали) лист бумаги, на обеих сторонах которого размещена текстовая и графическая информация. Это издание с ярким дизайном и оригинальным способом складывания при отсутствии клеящих веществ и скрепок. Размеры буклета в полностью развернутом виде соответствуют формату листа бумаги А4.

В отличие от памятки буклет содержит в себе информацию общего характера, проблемные аспекты могут быть представлены широко, с нескольких позиций. В идеале хороший дизайн буклета – это сочетание внешнего вида, информационного содержания и цветового решения.

**Плакат** – броское изображение на крупном листе формата А3 либо А2 с кратким пояснительным текстом. Главная мысль в плакате передается через образ, представленный в изображении. Изображение может представлять собой рисунок или фото, а иногда и то и другое. Текст на плакате (до 2-х предложений) несет основную смысловую нагрузку или поясняет зрительный образ. Если изображение настолько выразительно, что не нуждается в пояснении, текст на плакате может отсутствовать. Используется как *агитационный* плакат – одно крупное яркое изображение и короткий лозунг, призыв, оригинальность композиции, так и *пропагандистский* (информационный) – может включать несколько фрагментов, рисунков, логические цепочки изображений, разъяснительный текст, более спокойные краски и композицию.