Управление образования Администрации

Гурьевского муниципального округа

Муниципальное казенное образовательное учреждение

для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей,

Детский дом № 1 г. Гурьевска Кемеровской области

**Основные требования к составлению**

**буклета, памятки, листовки**

*Методические рекомендации*

Гурьевский муниципальный округ

2021

Составитель Нарышева Надежда Евгеньевна, Почётный работник общего образования, методист МКОУ Детский дом №1 г. Гурьевска

Нарышева, Н.Е. Основные требования к составлению буклета, памятки, листовки: методические рекомендации/ Н.Е. Нарышева – Гурьевск: МКОУ Детский дом № 1г. Гурьевска - 2021. - 9 с.

Являясь частью общей культуры личности, информационная культура отражает в своем содержании уровень ее практического применения, т.е. включает умение создавать новые информационные продукты.

Методические рекомендации «Основные требования к составлению буклета, памятки, листовки: методические рекомендации» представляют комплекс сформулированных предложений и указаний, способствующих внедрению в практику подготовки и оформления буклета, памятки, листовки.

**Буклет**

**Буклет -** это произведение печати, изготовленное на одном листе, сложенном параллельными сгибами в несколько страниц так, что текст на буклете может читаться без разрезки, раскрывается напечатанный буклет, как ширма и содержит краткую информацию по отдельным вопросам.

Буклет является рекламным продуктом, презентационным материалом, оказывающим влияние на формирование имиджа учреждения. Это вид печатной публикации, которая может содержать информацию о различных сторонах жизнедеятельности образовательного учреждения.

Создаваться буклет может с помощью текстового редактора Microsoft World, Microsoft Publisher. Программа Microsoft Publisher представляется наиболее удобной для создания информационного буклета, так как в ней имеются шаблоны публикаций для печати, что позволяет упростить процесс их создания. Если в компьютере нет данной программы, то создание буклетов возможно и в текстовом редакторе Microsoft World. В этом случае рекомендуется в пункте меню «Параметры страницы» выбрать альбомную ориентацию листа и разбить его на три колонки («Формат» - «Колонки»), или создать таблицу с тремя колонками, для размещения в них информации.

Работая над созданием буклета, необходимо учитывать **целевую аудиторию**, для которой он готовится. Буклеты можно разделить по целевой аудитории на три группы:

-информационный буклет для родителей;

-буклет для представителей педагогического сообщества;

-презентационный буклет по реализации проекта для спонсоров, на получение гранта и т.д.

Помните, от целевой аудитории, вида буклета обязательно зависит его содержание и оформление!

Содержание буклета для родителей должно соответствовать определенным требованиям:

-Содержание буклета, терминология должна быть понятна читателям.

-Буклет для родителей в большей мере может быть посвящен кругу услуг, оказываемых учреждением.

-Планируя содержание буклета необходимо хорошо представлять себе, какие вопросы могут возникнуть у потребителя. Например, созданный буклет может помочь родителям в сборе необходимых документов для поступления в образовательную организацию.

-Рекламный буклет должен содержать полную контактную информацию об образовательном учреждении (адреса, телефоны и т.д.).

-Поскольку буклет является достаточно компактным по своему объему, то и представленная в нем информация должна быть оформлена в компактном виде, тезисно.

-При подготовке буклета главное - увлечь читателей, создать положительный имидж учреждения.

-Буклет может содержать рисунки, фотографии, при его подготовке необходимо придерживаться единого стиля оформления.

-Работая над буклетом, постоянно помните, какие цели и задачи вы ставите при его подготовке.

**Требования к оформлению буклета:**

-Красочное оформление на плотном альбомном листе.

-Соответствие заголовка актуальности данной проблемы.

-Может содержать рисунки, схемы небольшого формата, относящиеся к данной теме, или символы - условные знаки, вызывающие ассоциацию с определёнными понятиями.

-Выразительность стиля, целесообразное использование стилей и шрифтов.

-Ясность написания текстов. Необходимо правильно определить оптимальный объем информации - её должно быть достаточно для раскрытия какого-то вопроса, но не должно быть слишком много, что повлечет за собой уменьшение размера шрифта и негативно скажется на «читаемости» текста.

-Продуманность деталей.

-Привлекательность общего дизайна.

-Соответствие размещения и содержания информации общей идее.

В буклете нужно указать:

-тему работы;

-авторов (Ф.И.О. полностью);

-почтовый или электронный адрес, контактный телефон;

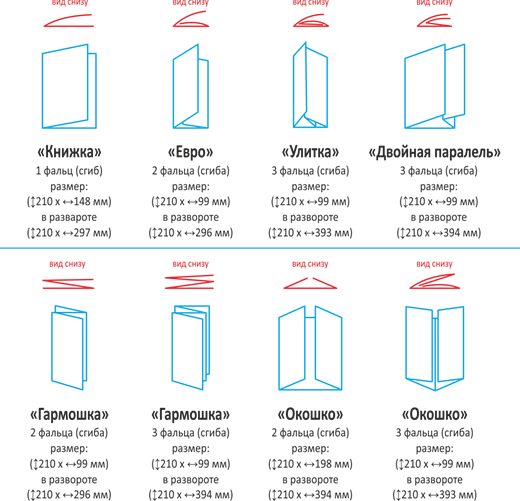
-год создания;

-информацию, которая раскрывает тему работы: фотографии, рисунки, иллюстрации (не более 5 штук).

**Как выглядит буклет?**

Наиболее распространенный вариант - это евробуклет, сфальцованный на 2 части. Фальц - это линия сгиба. Такой буклет создает три двусторонние секции, обеспечивая достаточное количество места для отображения информации и визуальных деталей.

Да, чаще всего выбирают буклет формата «Еврокнижка», но бывают и другие варианты фальцовки листа:



«Зиг-заг» или «гармошка» - лист бумаги сложен 2 раза и напоминает форму Z;

«Окошко» - лист сложен таким образом, что создается эффект «ворот» или «ставней», которые не перекрывают друг друга.

«Книжка» - одна горизонтальная страница складывается посередине, создавая 4 равные области.

«Двойная параллель» - такой буклет складывается 3 раза и выглядит нестандартно, кажется будто у него несколько страниц.

«Улитка» - буклет с 3 сгибами, где один край листа складывается во внутрь.

**Памятка**

**Понятие и виды памяток**

Слово «памятка» в словарях русского языка определяется как «книжечка, содержащая короткие наставления о чем-нибудь, руководство к чему-нибудь».

В современном понятии памятка - это средство вербальной и/или визуальной передачи информации, краткое изложение какого-либо вопроса или проблемы, а также самые важные сведения, которыми надо руководствоваться в определенных жизненных ситуациях или при выполнении определенной операции.

Памятка относится к особому речевому жанру, не только информационному, но и оказывающему воздействие на эмоции и эстетические чувства людей.

Памятка может включать в себя:

-факты по проблеме;

-советы;

-алгоритм действий в определенных случаях;

-информацию об адресах и телефонах учреждений и т.п.

Используются памятки в ситуациях, когда нет возможности непосредственного общения с аудиторией, и как дополнение к общению. По сравнению с другими средствами пропаганды памятки имеют ряд преимуществ, а именно:

-воздействуют на конкретные группы людей, определенную аудиторию, что дает наибольший эффект;

-дешевы и просты в изготовлении и распространении.

По характеру содержания можно выделить следующие виды памяток.

**Памятка-алгоритм**, в которой все предлагаемые действия довольно жестко фиксированы, их последовательность обязательна (например, комплекс упражнений лечебной гимнастики и т.п.).

**Памятка-инструкция**, в которой даются вполне конкретные указания о необходимости конкретных действий, шагов (пример: измерение АД и т.п.)

**Памятка-совет**, рекомендация. В ней целевая группа получает рекомендации о том, при каких условиях то или иное действие осуществляется успешно (например, как сознательно ограничить употребление алкогольных напитков; способы быстрого снятия стресса и т.п.).

**Памятка-разъяснение**, в которой опровергаются устоявшиеся мнения и стереотипы и утверждаются другие, основанные на более современных научных исследованиях.

**Памятка-стимул**, целью которой является стимулирование человека, раскрытие перспектив его деятельности и т.п. (например, сопоставление жизни с наркотиками и без них).

**Памятка «вопрос-ответ».**

Деление это условно, поскольку в каждом виде памяток есть общее: информация, представленная с помощью выразительных средств. Выбор той или иной модели содержательной части и художественного оформления во многом зависит от целеполагания, тематики, характера целевой аудитории, представлений и вкусов создателей данной памятки.

**Рекомендации по составлению памяток**.

Разрабатывая информационное сообщение, всегда опирайтесь на вопросы:

-чего мы хотим добиться?

-что люди должны понять в результате?

-какие действия они должны предпринять?

Четко следуйте цели. Не включайте в памятку материал, не относящийся к теме: он только отвлечет от основной идеи вашего сообщения. Следует помнить, что небольшой объем информации не позволяет в тексте одной памятки затрагивать слишком много аспектов проблемы. Целесообразнее выделить лишь один из них и именно ему посвятить содержание памятки.

Особое внимание уделяйте правильно составленному и рационально размещенному тексту. Текст памятки должен быть написан доступным неспециалисту языком, основываться на достоверных фактах (информационная памятка) или на алгоритмах выполнения манипуляции (рекомендательная памятка). Название должно четко определять тематику и направленность памятки. Предложения должны быть краткими, набранными небольшими блоками. Шрифт должен быть простым, легко читаемым. Ни в коем случае нельзя набирать текст декоративным, трудноразличимым шрифтом.

Иллюстрации, ключевые слова, тематические строки информационного сообщения должны быть простыми и ясными. Все незнакомые специальные термины лучше объяснять. Текст нужно представить на проверку нескольким читателям, чтобы убедиться, что он не содержит двусмысленных фраз.

Очень важно выбрать ту цветовую гамму, на фоне которой текст будет восприниматься лучшим образом. Для облегчения восприятия материала используйте не слишком сложное оформление. Цвет может служить для выделения наиболее важной информации. Выбирайте его осторожно, поскольку разные цвета вызывают разные эмоции, могут ассоциироваться с определенными идеями, образами.

Проверяйте грамотность текста будущей памятки, т.к. грамматическая ошибка или стилистическая неточность могут вызвать недоверие к материалу.

Иллюстрация в памятке всегда привлекает внимание. Могут использоваться фотографии, рисунки, диаграммы и т. п. Но изобразительная часть не должна перегружать памятку. Используемые зрительные образы должны обладать определенной силой воздействия.

Структурно текст памятки обычно представляет следующие блоки:

-заголовок должен быть точным, кратким, набираться большими буквами; его цель - привлечь внимание; здесь же может быть указание, кому предназначена памятка (для подростков, для родителей и т. д.);

-ведущий абзац (заставляет читать текст дальше, интригует);

-средний абзац (развивает понимание и оценку предмета, отвечает на все вопросы);

-заключительный абзац (дает понять, какое действие от читателя желательно).

Материал памятки подбирается с расчетом на конкретную аудиторию. Внимание к той или иной информации зависит от того, насколько значимые сведения она содержит для определенной группы людей. И, например, памятка, призывающая подростков не употреблять наркотики, должна отличаться от памятки, обращенной по этой же проблеме к их родителям.

Идейное содержание материалов памятки не должно вызывать у людей страха и отрицательных эмоций. При составлении памяток для детско-подростковой аудитории крайне важным является принцип преимущественного позитива в изложении материала.

Надо показать подростку не то, как плохо курить, а как хорошо быть здоровым и не курить; раскрыть преимущества жизни, свободной от никотина.

В конце или в начале памятки обязательны выходные данные: указание на ее разработчиков.

Убедительность материалов памятки зависит не от длинного перечня правил, советов, запретов и рекомендаций, не от сухой назидательности, а от того, насколько интересен и несложен текст. Можно «оживить» его, используя афоризм, четверостишие.

<https://4laya.uralschool.ru/?section_id=145> Памятки, буклеты

**Листовка**

**Листовка -** это информационно-пропагандистское печатное издание, отличающееся небольшим объемом (не более двух страниц), сжатым и доступным текстом, броским типографическим оформлением.

Листовка является важнейшим средством пропагандистского и психологического воздействия. Поскольку содержание листовки всегда предельно сжато, постольку оно легко воспринимается даже при вынужденно быстром чтении.

Листовка обладает рядом преимуществ по сравнению с другими видами печатной продукции. Она намного оперативнее, чем журнал или брошюра. Ее достаточно быстро готовят к печати (иногда в течение нескольких часов), издают большими тиражами на любой полиграфической базе, в короткие сроки распространяют. Одну и ту же листовку можно многократно переиздавать и в больших количествах распространять.

Расставляя по-разному смысловые акценты в нескольких листовках, посвященных одному и тому же вопросу, можно учесть психологические особенности различных групп населения. Специфическое полиграфическое оформление листовки способствует усилению ее эмоционального воздействия на аудиторию. Воспроизведение в листовке фотографий, копий официальных документов повышает ее убедительность.

**Требования к листовке**

**Концентрированность содержания*.*** Текст листовки должен быть кратким. Чтение ее не должно занимать более 30-60 секунд.

Листовка - это текст, выражающий какую-то одну идею. Для ее обоснования можно привести несколько различных аргументов (фактов), но все они ставят своей целью подведение читателя к усвоению одного тезиса, являющегося стержнем всего материала. Сосредоточенность на одном основном положении (тезисе, идее, лозунге) - важнейшее требование к любой листовке.

**Аргументированность.**Основное положение листовки надо не просто декларировать, а обосновывать и подтверждать разносторонними убедительными доказательствами. Листовка должна, не вступая в полемику, нейтрализовывать предубеждение к тем, кто ее создал, и заставлять верить в их правоту.

**Простота и доходчивость.**Листовка обязана учитывать особенности аудитории, но в любом случае она должна быть написана простыми словами. Задача листовки - внушить определенную мысль (идею). Чем проще эта мысль, чем яснее она изложена, тем больше шансов, что ее поймут и примут. Никаких туманных намеков, никаких недомолвок в листовке не должно быть. Нельзя также перегружать текст и оформление листовки деталями.

**Композиционная четкость.**Листовка, несмотря на свою краткость, должна иметь четкую композиционную и логическую структуру. Это достигается хорошо продуманной логикой изложения материала.

**Привлекательность, броскость.**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 и т.д. Чем крупнее шрифт, тем легче читать листовку.

Особое значение имеет выбор цвета. Желательно, чтобы листовка была яркой.

**Структура листовки**

Заголовок - это вводная фраза текста, рекламы или объявления. Это наиболее важный элемент информационного сообщения или объявления. Его основное назначение - привлечь внимание читателей и побудить прочитать основной текст.

Важность заголовка связана с тем, что вероятность его прочтения - более 90%, так как глаз автоматически замечает на полосе все слова, написанные крупным жирным шрифтом.

Требования к заголовку:

-Заголовок должен быть лаконичным, содержать не более 10 слов.

-Заголовок должен быть оригинальным. Подбирая слова для заголовка, надо постараться не использовать штампы, тривиальные и заезженные обороты.

-Надо избегать двусмысленности в заголовках, как, например, во фразах «Обуем всех!» (реклама зимней резины).

-Если имеется иллюстрация, то заголовок обязательно должен с ней взаимодействовать.

-Заголовки не следует набирать прописными буквами (такой текст воспринимается медленнее). Лучше - жирным шрифтом или курсивом.

-Шрифт заголовка должен быть крупнее, чем шрифт остального текста.

-Нельзя печатать заголовок на иллюстрации, особенно на близком по цвету (неконтрастном) фоне.

-Точка в конце заголовка не ставится.

Иллюстрации используются для передачи эмоциональной атмосферы, визуализации и демонстрации описываемого объекта, предмета и т.д.

Выходные данные - составная часть выходных сведений, включающая данные о месте выпуска издания, имени издателя и годе выпуска издания.