

**Elaborarea materialelor de informare  
și educare pentru promovarea sănătății  
și educație pentru sănătate**

**Ghid metodologic național**

**Acest volum a apărut în cadrul Programului Național 1 al Ministerului Sănătății Publice din România, Programul comunitar de sănătate publică, pentru anul 2006, subprogramul 1.5, Promovarea sănătății și educație pentru sănătate, obiectivul 2.**

**Copyright © 2006, SNSPMS, pentru prezenta ediție**

**D.L. legea 111/1995**

**Consultanți (menționați în ordine alfabetică):**

**Liliana Bodac  
Cristina Donca Coman  
Elvira Gheorghiu  
Oana Cătălina Grigore  
Irinel Mihaela Rădulescu  
Cornelia Stanciu  
Val Vâlcu**

**Redactor coordonator: Cătălin Tufănaru  
Redactor: Luminița Barbu  
Tehnoredactare computerizată: Elena Enciu  
Fotografie: Dragoș Cîrstea**

**Cuvinte cheie:** promovarea sănătății, educație pentru sănătate, informare, educare, materiale de informare și educare, materiale tipărite, ghid metodologic, redactare, tehoredactare.

Acest ghid metodologic se adresează tuturor celor implicați în activitățile de promovarea sănătății și educație pentru sănătate și care sunt interesați de principii și norme privind elaborarea, redactarea și tehoredactarea materialelor de informare și educare.

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

**TUFĂNARU, CĂTĂLIN**

**Elaborarea materialelor de informare și educare pentru promovarea sănătății și educație pentru sănătate : ghid metodologic național / Cătălin Tufănaru, Luminița Barbu, Elena Enciu. - București : Public H Press, 2006**

Bibliogr.

ISBN (10) 973-87776-5-8 ; ISBN (13) 978-973-87776-5-1

I. Tufănaru, Cătălin  
II. Barbu, Luminița  
III. Enciu, Elena

613(498)

**Imprimat la Tipografia ALPHA MDN  
Buzău, Str. Col. Ion Buzoianu Nr. 94  
Tel.: 0238.721.303; Fax: 0238.721.304  
E-mail: [alpha@buzau.ro](mailto:alpha@buzau.ro); Website: [www.alphamd.ro](http://www.alphamd.ro)**

**Școala Națională de Sănătate Publică și Management Sanitar**

**Cătălin Tufănar, Luminița Barbu, Elena Enciu**

**ELABORAREA MATERIALELOR  
DE INFORMARE ȘI EDUCARE  
PENTRU PROMOVAREA SĂNĂTĂȚII  
ȘI EDUCAȚIE PENTRU SĂNĂTATE**

**Ghid metodologic național**

**București  
Public H Press 2006**



## CUPRINS

<b>I. INTRODUCERE .....</b>	<b>7</b>
<i>Cătălin Tufănaru</i>	
<b>II. ELABORAREA MATERIALELOR DE INFORMARE ȘI EDUCARE.....</b>	<b>16</b>
<i>Cătălin Tufănaru</i>	
<b>III. REDACTAREA .....</b>	<b>45</b>
<i>Luminița Barbu</i>	
<b>IV. TEHNOREDACTAREA.....</b>	<b>65</b>
<i>Elena Enciu</i>	
<b>ANEXE.....</b>	<b>74</b>



# I. INTRODUCERE

*Cătălin Tufănar*

În acest moment, în România nu există o metodologie unitară și explicită, formal acceptată, de elaborare a materialelor de informare și educare necesare activităților de promovare a sănătății și educație pentru sănătate. Materialele de informare și educare sunt elaborate în mod diferit de către profesioniștii implicați în promovarea sănătății și educație pentru sănătate. Astfel, se constată că există materiale adecvate, de calitate, dar există și materiale a căror calitate este îndoielnică nefiind potrivite promovării sănătății și educației pentru sănătate. La nivel european și internațional există o preocupare constantă pentru îmbunătățirea calității materialelor de informare și educare fiind propuse principii și criterii privind elaborarea și evaluarea acestor materiale. Se impune ca și în România materialele de informare și educare pentru sănătate să respecte criteriile de calitate recunoscute pe plan european și internațional în vederea îmbunătățirii calității lor. De asemenea, trebuie ca procesul de elaborare a acestor materiale de informare și educare pentru sănătate să fie transparent și să urmeze o secvență logică de activități obligatorii recomandate în literatura europeană și internațională de specialitate. De aceea, este necesar să existe în România un ghid metodologic național care să specifice principiile și criteriile care trebuie respectate în procesul de elaborare a materialelor de informare și educare din domeniul promovării sănătății și educației pentru sănătate.

Scopul Ghidului este standardizarea la nivel național a modalităților de elaborare a materialelor de informare și educare necesare activităților de promovare a sănătății și educație pentru sănătate. Standardizarea trebuie să fie aplicată activităților de elaborare științifică a conținutului materialelor de informare și educare. Ghidul prezintă recomandări pentru elaborarea științifică a conținutului materialelor. De asemenea, standardizarea trebuie aplicată cu privire la

redactarea științifică și tehnoredactarea materialelor de informare și educare. Standardizarea elaborării științifice, a redactării și tehnoredactării materialelor se va realiza prin respectarea de către toți cei care vor utiliza Ghidul a aceluiași principii, norme, recomandări prezentate în Ghid.

Ghidul prezintă abordarea rațională a elaborării materialelor de informare și educare, abordare în care informațiile corecte din punct de vedere științific, relevante pentru cititor, de calitate, sunt prezentate direct și explicit. Ghidul prezintă în mod explicit faptul că elaborarea materialelor de informare și educare pentru promovarea sănătății și educație pentru sănătate trebuie realizată ținând cont de dovezile științifice existente la momentul respectiv, și în concordanță cu dovezile științifice cu privire la teoriile și modele specifice de promovarea sănătății, educație pentru sănătate, schimbarea comportamentului sau comunicare, teorii și modele științifice existente la un moment dat, teorii și modele corecte, validate științific și recunoscute de comunitatea științifică.

Având în vedere scopul acestui Ghid metodologic și multitudinea și complexitatea teoriilor și modelelor din domeniul promovării sănătății și al educației pentru sănătate și a celor din domeniul comunicării, precum și necesitatea de a respecta dovezile științifice existente la un moment dat, Ghidul metodologic național nu prezintă și nu recomandă în mod explicit și direct nici o teorie sau model specific de promovare a sănătății, educație pentru sănătate, schimbarea comportamentului, comunicare, elaborarea mesajului în cadrul comunicării, ci prezintă doar principii și recomandări general valabile privind elaborarea științifică a conținutului materialelor de informare și educare, redactarea științifică și tehnoredactarea, pentru elaborarea materialelor de informare și educare necesare activităților de promovarea sănătății și educație pentru sănătate.

Ghidul are un grad de generalitate, dar și de specificitate, astfel încât să poată fi folosit pentru elaborarea materialelor de informare și educare necesare pentru promovarea sănătății și educație pentru sănătate, care să fie adecvate unor situații, probleme și populații dintre



cele mai diferite, ținând cont de diferite aspecte sociale, educaționale, culturale, religioase și de gen.

Ghidul metodologic național pleacă de la recunoașterea sănătății publice drept știința și arta promovării sănătății, prevenirii bolilor și a prelungirii vieții prin efortul organizat al societății. Fundamentul demersului nostru este definirea promovării sănătății drept procesul complex prin care se dă posibilitatea oamenilor de a-și crește controlul pe care îl au asupra propriei sănătăți și de a-și îmbunătăți sănătatea. S-a ținut cont de faptul că promovarea sănătății este un proces social și politic complex, prin care se dă posibilitatea oamenilor de a-și crește controlul asupra determinantilor sănătății. Educația pentru sănătate este o componentă fundamentală a promovării sănătății; aceasta cuprinde toate situațiile organizate deliberat pentru învățare, prin anumite forme de comunicare, realizate pentru a îmbunătăți cunoașterea în domeniul sănătății, incluzând creșterea cunoștințelor, și pentru dezvoltarea abilităților pentru viață care favorizează sănătatea individului și a comunității. În acest context, cunoașterea în domeniul sănătății reprezintă abilitățile cognitive și sociale care determină motivația și capacitatea indivizilor de a obține acces la informații și de a înțelege și utiliza informații, astfel încât să fie promovată și menținută sănătatea. Educația pentru sănătate include și comunicarea de informații cu privire la condițiile sociale, economice și de mediu care influențează sănătatea, factorii de risc pentru sănătate și comportamentele care implică riscuri pentru sănătate, dar și cu privire la utilizarea sistemului de îngrijiri de sănătate. Acest tip de educație nu constă numai în comunicarea de informații, ci și în susținerea motivației și întărirea abilităților și a încrederii în sine, necesare pentru a acționa în vederea îmbunătățirii sănătății.

Elaborarea ghidului metodologic a ținut cont de faptul că au fost descrise trei tipuri de educație pentru sănătate: educația pentru sănătate cu privire la corpul uman și îngrijirea lui; educația pentru sănătate prin furnizarea de informații despre accesul la serviciile de sănătate și cu privire la utilizarea cea mai adecvată a serviciilor de sănătate; educația cu privire la politicile, structurile și procesele de la nivel național, regional și local care privesc aspecte ale mediilor fizic,

social, economic, cultural, care influențează sănătatea. De asemenea s-a ținut cont de faptul că în educația pentru sănătate au fost descrise două abordări opuse. Astfel, abordarea denumită abordare tradițională a fost descrisă ca având următoarele caracteristici: orientarea spre aspectele negative ale sănătății; orientarea spre aspectele fizice ale bolii; informațiile furnizate reflectă doar perspectiva medicală și informațiile sunt furnizate doar de către educatori; implică comportamentul rațional al indivizilor; se consideră că prin furnizarea de informații de către educatori se vor modifica atitudinile țintei care își va modifica comportamentul în sensul dorit de către educator; sunt neglijate determinanții sociali și politici ai sănătății; se consideră că oamenii sunt liberi să aleagă comportamentul dorit; eforturile sunt îndreptate la nivel de individ, iar aspectele colective, comunitare sunt neglijate. Elaborarea ghidului metodologic național s-a bazat pe abordarea modernă a educației pentru sănătate, abordare care prezintă următoarele caracteristici: ține cont de complexitatea sănătății și a factorilor care o determină; nu urmărește doar prevenirea bolii ci și promovarea aspectelor pozitive ale sănătății; ține cont de aspectele fizice, mentale și sociale ale sănătății; comunicarea urmărește să-i ajute pe oameni să-și clarifice propriile valori, să dobândească abilități pentru viață și să-și dobândească stima de sine; procesul educațional este participativ; comunicarea este bidirecțională; se ține cont de constrângerile care limitează libertatea de alegere; se ține cont de dimensiunile colective, comunitare ale sănătății. Elaborarea ghidului a ținut cont de faptul că în promovarea sănătății sunt utilizate tipuri complexe de activități: activități de comunicare; activități educaționale; modificarea comportamentului; schimbarea mediului; reglementare; *advocacy* la nivel comunitar; activități legate de cultura organizațională; design de stimulente și factori de descurajare; activități de evaluare a stării de sănătate; activități sociale; activități prin intermediul unor diverse tehnologii. De asemenea, elaborarea ghidului s-a bazat pe principiul că trebuie recunoscute explicit presuposițiile de la care se pleacă în promovarea sănătății: starea de sănătate poate fi modificată; teoriile, modelele și principiile cu privire la apariția bolilor și cu privire la prevenirea bolilor pot fi înțelese; pot

fi dezvoltate strategii preventive adecvate pentru problemele de sănătate identificate; sănătatea individului este afectată de o varietate de factori, nu numai stilul de viață; modificarea comportamentului individual și al comportamentului la nivelul societății afectează în mod pozitiv starea de sănătate a individului; indivizii, familiile, grupurile mici și comunitățile pot învăța să-și asume responsabilitatea pentru propria sănătate, ceea ce va determina schimarea comportamentelor și a stilului de viață; responsabilitatea individuală nu trebuie să implice blamarea individului; pentru ca schimbarea comportamentului să fie permanentă, individul trebuie să fie motivat și gata pregătit pentru schimbare.

Materialele de informare și educare utilizate în activitățile de promovarea a sănătății și educație pentru sănătate sunt foarte utile pentru atingerea unor scopuri și obiective ale promovării sănătății și ale educației pentru sănătate: creșterea conștientizării existenței unor probleme sau a soluționării acestora; creșterea cunoștințelor; schimbarea atitudinilor; întărirea atitudinilor; menținerea interesului și a motivației; exemplificarea unor abilități utile pentru sănătate.

Deși Ghidul nu prezintă și nu recomandă în mod explicit și direct nici o teorie sau model specific de promovarea sănătății, educație pentru sănătate, schimbarea comportamentului sau comunicare, trebuie subliniat faptul că elaborarea materialelor de informare și educare pentru promovarea sănătății și educație pentru sănătate trebuie realizată ținând cont de teoriile și modele specifice de promovarea sănătății, educație pentru sănătate, schimbarea comportamentului sau comunicare, teorii și modele științifice existente la un moment dat, corecte, validate științific și recunoscute de comunitatea științifică.

Materialele de informare și educare pentru sănătate trebuie să fie de calitate și să respecte criteriile de calitate recunoscute pe plan internațional. Aceste criterii de calitate se referă și la următoarele aspecte: precizarea explicită a autorilor materialelor, a titlului lucrării, a editurii, a anului de apariție, a locului publicării, a bibliografiei. De aceea, în Ghid sunt prezentate pe larg recomandări privind aceste aspecte. Totodată, prin respectarea acestor criterii de calitate se va

realiza standardizarea acestor aspecte ale materialelor de informare și educare.

Materialele de informare și educare pentru sănătate create la nivel internațional respectă structura unui material tipărit. De aceea, în Ghid sunt prezentate pe larg recomandări privind structura unui material tipărit, respectiv coperta, pagina de titlu, pagina de drepturi, cuprinsul lucrării, corpul lucrării.

Materialele de informare și educare de calitate prezintă clar și explicit informații legate de condițiile în care se poate face reproducerea și difuzarea publicației. Astfel, un element important de standardizare este pagina de drepturi care prezintă informații cu privire la drepturile reproducerii și difuzării publicației.

Conform legii, în România ca și pe plan internațional exemplare din materialele tipărite trebuie depuse la Biblioteca Națională în vederea constituirii depozitului legal. Biblioteca Națională a României este autorizată prin lege să exercite funcția de Agenție Națională pentru Depozit Legal. De aceea, Ghidul prezintă și acest aspect extrem de important, astfel încât să se realizeze și o standardizare în acest domeniu în promovarea sănătății și educație pentru sănătate. Astfel, prin respectarea acestor reglementări la nivel național de către toți cei care elaborează materiale tipărite de informare și educare pentru promovarea sănătății și educație pentru sănătate, ar exista și în România, colectarea formală, oficială, conform legii, de către statul român a tuturor acestor materiale de informare și educare tipărite, materiale care vor fi conservate în bibliotecă și vor fi păstrate pentru viitor, pentru a putea fi consultate de către oricine.

Materialele de informare și educare pentru sănătate, la nivel internațional, prezintă o descriere oficială a lucrării, așa cum este descrierea CIP, și utilizează un număr unic internațional de identificare (ISBN). De aceea, Ghidul prezintă și aceste două aspecte ale unui material tipărit, respectiv, descrierea CIP și ISBN. Descrierea CIP reprezintă o procedură gratuită de catalogare a publicațiilor ce urmează a fi tipărite și se derulează în cadrul Bibliotecii Naționale a României. Descrierea CIP și precizarea ISBN reprezintă o modalitate de standardizare a materialelor de informare și de educare și reprezintă

criterii de calitate a materialelor. Materialele de informare și educare pentru sănătate precizează dovezile științifice utilizate, precum și resursele informaționale consultate. De aceea, Ghidul prezintă pe larg regulile generale de redactare a bibliografiei, precum și regulile privind citarea surselor bibliografice și problemele implicate de plagiat. Materialele de informare și educare de calitate utilizează un limbaj adecvat cu scopul comunicării și caracteristicile cititorilor materialelor, de aceea în Ghid sunt prezentate norme de limbaj. Tehnoredactarea materialelor de informare și educare pentru sănătate, la nivel internațional, respectă norme de tehnoredactare. De aceea, Ghidul prezintă recomandări de tehnoredactare cu privire la regulile de paginatie, caracterele utilizate, regulile privind alineatul și paragraful, regulile privind punctuația, contrastele grafice, marcatorii și numerotarea. Cei care elaborează materialele de informare și educare și urmează recomandările Ghidului vor putea realiza astfel chiar ei tehnoredactarea corectă a materialelor, sau în cazul în care vor apela suplimentar și la profesioniștii din domeniu pentru tehnoredactarea materialelor, vor fi în cunoștință de cauză cu privire la regulile tehnoredactării și vor putea cere respectarea acestor norme.

Ghidul prezintă principii și norme privind elaborarea din punct de vedere științific al conținutului materialelor, precum și norme privind redactarea și tehnoredactarea. Principiile și normele de elaborare științifică, de redactare și tehnoredactare prezentate în acest ghid nu pot fi aplicate mecanic, ci trebuie aplicate în mod diferențiat, ținând cont de toate recomandările și explicațiile oferite în Ghid. Astfel, anumite principii și norme se aplică tuturor materialelor, iar unele norme sunt valabile doar pentru anumite tipuri de materiale. Ghidul precizează aceste aspecte.

Prezentarea pe larg, evidențiată prin ponderea mare acordată în economia lucrării, a aspectelor legate de redactarea științifică și tehnoredactare este pe deplin justificată de accentul pus la nivel internațional pe respectarea regulilor și normelor privind aceste aspecte. Ghidul prezintă aceste reguli și norme iar prin aplicarea lor se va obține o standardizare a calității materialelor de informare și educare.

Acest ghid se adresează tuturor celor implicați în activitățile de promovarea sănătății și educație pentru sănătate, atât din cadrul organizațiilor publice cât și din organizațiile private non-profit sau din organizațiile neguvernamentale. Ghidul se adresează în primul rând profesioniștilor din domeniu, celor care dezvoltă, elaborează astfel de materiale de informare și educare. De asemenea, ghidul se adresează și publicului larg și tuturor celor interesați să cunoască principiile, criteriile de calitate și normele care trebuie să fie luate în considerare în elaborarea acestor materiale de educare și informare. Scopul ghidului este de a prezenta repere clare, principii și norme care trebuie respectate în elaborarea materialelor de informare și educare utilizate în activitățile de promovarea sănătății și educație pentru sănătate. Prezentarea și înțelegerea acestor principii, norme și repere reprezintă condiția *sine qua non* pentru standardizarea calității procesului de elaborare a acestor materiale. Ghidul se referă la elaborarea materialelor tipărite. Sunt prezentate principii și norme care se aplică următoarelor tipuri de materiale tipărite: broșură, pliant, afiș, fluturaș, calendar, autocolant, pancartă. Ghidul prezintă principii și norme privind elaborarea din punct de vedere științific a conținutului materialelor, precum și norme privind redactarea și tehnoredactarea. Principiile și normele de elaborare științifică, de redactare și tehnoredactare prezentate în acest ghid nu pot fi aplicate mecanic, automat, indiferent de materialul care urmează a fi elaborat, tema abordată sau audiența pentru care este elaborat materialul. Ghidul trebuie citit cu atenție și gândire critică iar aplicarea recomandărilor lui în practică trebuie făcută cu discernământ.

Anumite principii și norme se aplică tuturor materialelor. Unele norme sunt valabile doar pentru anumite tipuri de materiale. În mod inevitabil un astfel de ghid va avea un oarecare grad de generalitate a recomandărilor. Cititorul trebuie să facă efortul de adaptare a principiilor și normelor generale la contextul și condițiile sale specifice.

Materialul a fost elaborat în decursul anului 2006. Revizuirea ghidului este planificată pentru noiembrie 2007.

## **Date de contact**

Pentru informații suplimentare, întrebări sau feedback privind aspectele prezentate în acest ghid puteți contacta următoarele persoane:

Cătălin Tufănaru – elaborarea materialelor de informare și educare  
[ctufanaru@incds.ro](mailto:ctufanaru@incds.ro)

Luminița Barbu – redactarea materialelor  
[lbarbu@incds.ro](mailto:lbarbu@incds.ro)

Elena Enciu – tehnoredactarea materialelor  
[eenciu@incds.ro](mailto:eenciu@incds.ro)

Școala Națională de Sănătate Publică și Management Sanitar  
Str. Vaselor Nr. 31, sector 2, București, cod 021253  
București, ROMÂNIA  
Telefon: 021 2527834  
Fax: 021 2523014

## II. ELABORAREA MATERIALELOR DE INFORMARE ȘI EDUCARE

*Cătălin Tufănaru*

Elaborarea unor materiale de informare și educare de calitate implică respectarea unor principii, norme, recomandări cu privire la elaborarea din punct de vedere științific a conținutului acestor materiale, dar și respectarea normelor și principiilor privind redactarea științifică și tehnoredactarea. În acest capitol sunt prezentate recomandările privind elaborarea științifică a materialelor de informare și educare.

Aspectele cu privire la care se referă recomandările sunt:

- tema abordată
- informațiile furnizate
- audiența intenționată pentru materialele de informare și educare
- relevanța materialelor
- corectitudinea științifică a informațiilor furnizate
- accesibilitatea materialelor
- înțelegerea materialelor de către audiența intenționată
- respectarea valorilor audienței intenționate
- respectarea demnității umane
- sursele suplimentare de informare
- promovarea unor servicii alternative
- prezentarea dovezilor științifice
- judecarea calității informațiilor furnizate
- impactul asupra vieții de zi cu zi
- informații despre beneficii dar și despre riscuri

Principiile și normele de elaborare științifică prezentate în continuare nu pot fi aplicate mecanic, ci trebuie aplicate în mod diferențiat, ținând cont de toate recomandările și explicațiile oferite în Ghid. Astfel, anumite recomandări, principii și norme se aplică tuturor



materialelor, iar unele recomandări, principii și norme sunt valabile doar pentru anumite tipuri de materiale.

### **Tema sau subiectul trebuie să fie clare**

**Materialele pentru promovarea sănătății și educație pentru sănătate trebuie să menționeze în mod explicit tema sau subiectul prezentat.**

În cazul în care materialul elaborat este o broșură sau un pliant este indicat să se menționeze clar, explicit, tema sau subiectul prezentat. De exemplu, se poate menționa tema astfel: *Această broșură se referă la automedicație*. Alt exemplu: *Acest pliant prezintă efectele nocive ale consumului de droguri (heroină)*. În cazul afișelor, fluturașilor, calendarelor, autocolantelor și pancartelor subiectul este implicit. Astfel, de la început cititorul va ști tema abordată și poate decide în cunoștință de cauză dacă este interesat sau nu este interesat de respectivul material. De exemplu, un material va menționa clar dacă tema abordată se referă la obezitate, bulimie, sau dietă mediteraneană. Este indicat ca broșurile și pliantele să poarte și un titlu sugestiv și explicit. Astfel, devin mai atractive pentru cititor. De exemplu, titlul *“Nu lua medicamente fără sfatul medicului”* este un titlu potrivit pentru o broșură cu privire la automedicație. Recomandări privind formularea titlului sunt prezentate în Capitolul III, capitol privind redactarea materialelor.

### **Nu faceți promisiuni fără acoperire**

Cititorul are anumite așteptări legate de conținutul materialului de promovarea sănătății. Este important ca aceste așteptări să fie satisfăcute prin furnizarea acelor informații care se presupune că trebuie furnizate. Dacă materialul specifică explicit ce informații vor fi prezentate, atunci trebuie prezentate exact acele informații. Astfel,

dacă fluturașul se referă la infecțiile cu transmitere sexuală, atunci conținutul materialului trebuie să fie corespunzător. Un material de informare și educare va furniza acele informații care erau anunțate, promise că vor fi prezentate. Un material de informare și educare eficient va furniza cu prioritate informațiile care sunt anunțate pe copertă. Astfel, dacă broșura anunță că oferă informații privind riscurile medicale, sociale și economice la care se expun cei care consumă droguri, atunci chiar vor fi prezentate în textul său informații despre toate aceste riscuri.

**Materialul de informare și educare trebuie să prezinte toate informațiile anunțate explicit sau implicit în temă și titlu.**

### **Cui se adresează materialul de informare și educare**

Un material de informare și educare menționează explicit cui se adresează. Astfel, cititorul poate să constate de la început dacă materialul respectiv se adresează publicului larg sau medicilor, pacienților sau familiilor acestora.

**Un material de informare și educare precizează în mod clar cui se adresează.**

De asemenea, este important să se menționeze dacă materialul se adresează unei anumite categorii de vârstă, dacă se adresează bărbaților sau femeilor. Este indicat să se precizeze dacă materialul se adresează profesorilor sau altor categorii de specialiști/profesioniști implicați în promovarea sănătății sau care fac educație pentru sănătate. De exemplu, se poate menționa: *Această broșură se adresează elevilor de liceu, băieți și fete, din clasele a X-a și a XI-a.*

## **În conceperea materialelor trebuie ținut cont de publicul țintă**

**Materialele de informare și educare trebuie să fie relevante pentru persoanele pentru care au fost elaborate.**

Dacă materialul este adresat publicului larg, atunci trebuie să prezinte informații care au relevanță pentru publicul larg și nu informații care au relevanță doar pentru medici ori pentru un număr redus de profesioniști specializați, cu privire la o anumită temă. Astfel, cei care concep materiale de informare și educare trebuie să cunoască audiența căreia i se adresează. Lipsa de relevanță a materialelor va determina o accepare redusă sau chiar respingerea lor, deci o utilizare necorespunzătoare a resurselor. De exemplu, sunt relevante pentru pacienții cu cardiopatie ischemică informațiile legate de gradul de efort și tipul de efort pe care îl pot face. Dar este lipsit de relevanță prezentarea structurii mușchiului cardiac. Sunt relevante pentru fumătorii care doresc să se lase de fumat informațiile despre tipurile de intervenții care îi pot ajuta să se lase de fumat. Dar este lipsită de relevanță pentru aceștia compoziția chimică a fumului de țigară. De asemenea putem spune că este relevantă pentru populația generală prezentarea regulilor de igienă în cazul contactului direct cu păsări în cazul suspiciunii de gripă aviară. Dar, este puțin important pentru populația generală dacă tulpina virală identificată într-un anumit caz diferă foarte puțin sau foarte mult de o altă tulpină izolată anterior.

### **Datele științifice, aduse la zi**

Materialele de informare și educare trebuie să aibă acuratețe științifică. Este absolut obligatoriu ca informațiile prezentate să fie corecte științific și să corespundă cunoașterii științifice verificate și validate de la momentul respectiv. De exemplu, dacă se elaborează în anul 2006 un material informațional cu privire la prevenirea bolilor

cardiovasculare trebuie ca informațiile furnizate să corespundă cunoștințelor științifice corecte din anul 2006. Este posibil ca informații științifice care erau corecte în 1956 sau chiar în 1986 sau în 1996 să nu mai fie corecte în 2006.

**Informațiile prezentate în materialele de informare și educare trebuie să fie corecte științific și să corespundă cunoașterii științifice verificate și validate de la momentul elaborării materialului respectiv.**

Acuratețea științifică a materialelor reprezintă nu numai un criteriu de calitate, dar reprezintă și o obligație morală a celor care produc materiale de informare și educare. Cei care elaborează materiale de informare și educare trebuie să se asigure de acuratețea celor afirmate. Astfel, aceștia trebuie să țină cont de toate aspectele cunoscute, de toate informațiile corecte cunoscute. Trebuie să se facă o sinteză a informațiilor corecte. Este posibil ca cele prezentate să nu mai fie corecte la un moment dat după elaborarea și diseminarea materialelor respective. Dar, este obligatoriu ca cele afirmate să fie corecte la momentul diseminării materialului.

### **Alegerea tipului de material, în funcție de audiența vizată**

Materialele de informare și educare trebuie să fie ușor accesibile celor pentru care au fost dezvoltate.

**Materialele de informare și educare trebuie să fie produse, distribuite și puse la dispoziția cititorilor într-o formă materială tipărită atractivă și utilă celor pentru care au fost realizate.**

Astfel, în funcție de audiența aleasă, de volumul informațiilor furnizate, frecvența utilizării materialului, dar și de rapiditatea accesului la informație, se pot dezvolta fie materiale tipărite complexe, de tipul broșură și pliant, fie materiale cu impact vizual imediat, de tipul afiș, autocolant, pancartă. O broșură permite furnizarea de informații complexe și amănunțite. Aceasta este adecvată pentru cei care au timp și doresc să citească și să afle mai multe informații. Un autocolant permite afișarea lui în cele mai diverse locuri. Un calendar permite furnizarea de informații diferite în fiecare zi.

### **Termenii folosiți trebuie să fie pe înțelesul publicului țintă**

Este foarte important ca materiale informaționale să fie elaborate ținând cont capacitatea intelectuală a utilizatorilor potențiali și de capacitatea acestora de înțelegere a termenilor utilizați.

**Materiale de informare și educare adecvate sunt numai acelea care sunt înțelese de către cei pentru care au fost concepute.**

Scopul întregului proces de elaborare a materialelor de informare și educare este acela de a furniza cititorului materiale care să-i fie de folos, iar pentru aceasta, cititorul trebuie să fie capabil să înțeleagă aceste materiale. Este imorală furnizarea de informații greșite, dar sunt inutile informațiile corecte care nu pot fi înțelese. Fiecare material de informare și educare trebuie elaborat ținând cont de capacitatea de înțelegere specifică a celor pentru care este elaborat materialul. De cele mai multe ori, un material elaborat pentru o anumită audiență va trebui modificat și adaptat pentru o altă audiență, care are o altă capacitate de înțelegere.

## **Materialele de informare și educare să nu atace valorile publicului țintă**

**Materialele de informare și educare trebuie să țină cont de valorile acceptate de către cei pentru care au fost elaborate.**

Cei care concep materiale de informare și educare trebuie să cunoască audiența țintă, să-i cunoască valorile și nevoile. Dacă informațiile sunt furnizate fără a ține cont de valorile și contextul specific, atunci aceștia nu le vor accepta. Este foarte important ca informațiile furnizate să fie corecte, să fie de calitate. Dar, mult mai important este ca informațiile corecte să fie acceptate de către cei pentru care au fost elaborate materialele de informare și educare. De exemplu, oricât de corecte sunt informațiile despre utilizarea prezervativului, dacă acestea sunt prezentate unui grup de tineri cu anumite valori religioase care le interzic utilizarea prezervativului, aceștia nu le vor accepta, deoarece vin în contradicție cu valorile lor religioase. Dacă acestor tineri li se va prezenta un material de informare și educare specific, care respectă valorile lor religioase, atunci materialul va fi acceptat, pentru că este în consonanță cu credința lor.

## **Persoana, în centrul campaniilor de promovare**

**Materialele de informare și educare vor fi elaborate astfel încât să fie relevante pentru utilizator și să țină cont că acesta este o persoană umană demnă, ale cărei nevoi, valori, alegeri, resurse și autonomie sunt respectate.**

### **Pot fi date trimiteri către alte surse de informare**

Nici un material de informare și educare nu poate să prezinte toate informațiile disponibile despre o temă. De aceea, este recomandată indicarea de surse informaționale suplimentare. Astfel, un material de promovarea sănătății și educație pentru sănătate poate indica și surse de informații suplimentare, cum ar fi alte instituții, organizații profesionale, organizații ale pacienților, organizații neguvernamentale, biblioteci, reviste, cărți, articole, ghiduri, manuale, adrese de Internet etc., altele decât cele citate și folosite pentru elaborarea materialului respectiv.

**Într-un material de informare și educare pot fi prezentate și alte surse suplimentare de informații.**

Cei care elaborează materiale de informare și educare trebuie să fie foarte selectivi în alegerea surselor informaționale suplimentare furnizate. Este recomandat să se menționeze doar surse a căror valoare și acuratețe științifică au fost verificate critic. De exemplu, se poate menționa pe un afiș: *Informații suplimentare la adresa de Internet [http.....](http://...)*

### **Materialele de informare și educare pot promova servicii alternative**

Materialele de informare și educare îi pot ajuta pe cititori să identifice și alte modalități de sprijin sau ajutor. Astfel, într-un material de promovarea sănătății și educație pentru sănătate se pot indica numele, adresa, persoane de contact și serviciile furnizate de instituții, organizații, grupuri care pot asigura sprijin profesionist, sprijin și suport psihologic, susținere materială sau ajutor în anumite probleme concrete. Este foarte important să se cunoască instituțiile, organizațiile și grupurile care acționează într-un anumit domeniu

medical, social sau psihologic. Pe lângă sursele informaționale suplimentare este recomandat să fie indicate surse concrete de sprijin material, psihologic, legal.

**Materialele de informare și educare îi pot ajuta pe cititori să identifice și alte modalități de sprijin financiar, psihologic, juridic.**

De exemplu, un afiș despre maladia Alzheimer poate menționa numele și adresa unei organizații ce poate furniza îngrijirea la domiciliu a pacienților afectați de această boală. Un fluturaș privind infecția HIV poate prezenta numele și adresa unui birou de avocatură specializat în acordarea de asistență juridică persoanelor infectate cu acest virus.

### **Dovezile științifice**

**Un material de informare și educare trebuie să prezinte explicit și clar sursa dovezilor științifice și a tuturor informațiilor utilizate pentru elaborarea materialului respectiv.**

Un material informațional de calitate va prezenta explicit sursa dovezilor științifice și a tuturor informațiilor utilizate pentru elaborarea materialului respectiv. Astfel, sunt prezentate în mod transparent toate dovezile științifice care susțin și garantează corectitudinea științifică a celor afirmate. Pentru o broșură sau un pliant este destul de ușor de prezentat explicit și pe larg sursa dovezilor științifice. Acestea vor fi menționate în text și vor fi enumerate la bibliografia lucrării respective. Recomandarile privind elaborarea bibliografiei sunt prezentate pe larg în Capitolul III, capitol



despre redactarea materialelor tipărite. Dacă se elaborează un afiș sau un fluturaș, se poate folosi metoda verificată de industria reclamei, cu o „steluță” care face trimitere spre un text scris cu caractere mai mici și plasat într-o zonă de minim impact vizual, pentru a nu perturba textul și mesajul principal.

### **Calitatea informațiilor furnizate trebuie să poată fi evaluată de publicul țintă**

Este foarte important ca materialele de informare și educare să permită cititorilor să evalueze credibilitatea informațiilor furnizate și a surselor. Astfel, materialele informaționale de calitate prezintă într-un mod transparent, onest, toate acele informații și detalii necesare pentru evaluarea materialului respectiv.

**Materialele de informare și educare ar trebui să prezinte într-un mod transparent toate acele informații și detalii necesare pentru a evalua materialul respectiv.**

În broșuri pot fi menționate explicit și transparent toate informațiile cu privire la:

- autorii materialului,
- pregătirea profesională a autorilor,
- instituția sau organizația care a susținut/aprobat elaborarea materialului,
- sursele informaționale utilizate,
- data publicării materialului,
- data publicării cărților, articolelor sau ghidurilor pe baza cărora a fost elaborat materialul,
- existența sponsorilor și modul concret în care au sponsorizat elaborarea materialului,

- data la care a fost revizuit ultima dată materialul,
- conflicte de interese ale autorilor.

Astfel, un material de informare de calitate va prezenta explicit informațiile care permit evaluarea corectitudinii informațiilor furnizate și a competenței autorilor.

### **Impactului asupra vieții de zi cu zi a individului este bine să fie menționat**

Un material de informare și educare poate să descrie impactul informației conținute asupra calității vieții de zi cu zi. Este foarte important ca cititorul materialului să înțeleagă cu adevărat ce efect și ce impact vor avea asupra vieții și familiei lui, asupra comunității și societății acțiunile, intervențiile, deciziile și schimbările propuse în acel material.

**Un material de informare și educare poate descrie impactul informației conținute asupra calității vieții de zi cu zi.**

Astfel, deciziile pe care cititorul le poate lua pe baza informațiilor furnizate de materialul de informare și educare pot afecta viața acestuia sau a familiei lui, a organizației din care face parte, a comunității. Așa cum trebuie furnizate informații corecte despre beneficii și riscuri asupra stării de sănătate, tot așa trebuie furnizate informații corecte despre impactul asupra calității vieții, a vieții de familie, a vieții profesionale etc. Astfel, decizia de a preveni accidente grave la coloana vertebrală poate duce la schimbarea tipului de mișcări permise sau chiar la schimbarea locului de muncă, pentru un alt gen de muncă. Decizia de a fi de acord cu efectuarea unei anumite intervenții chirurgicale obstetricale sau ginecologice poate afecta viața de familie și viața de cuplu.

## **Informații despre beneficii și riscuri, efecte și consecințe pozitive și negative**

Materialele de informare și educare de calitate prezintă explicit și informații corecte privind riscurile asociate, efectele și consecințele negative dar și beneficiile recomandărilor, precum și ce se poate întâmpla dacă nu se schimbă nimic. Sunt foarte puține intervențiile/recomandările care nu au efecte și consecințe negative, indiferent cât de puțin grave sunt acestea. Este important ca materialele să prezinte în mod echilibrat atât efectele benefice cât și efectele negative. Trebuie prezentate atât beneficiile cât și riscurile.

**Materialele de informare și educare de calitate prezintă explicit informații corecte privind riscurile asociate, efectele și consecințele negative dar și beneficiile recomandărilor, precum și ce se poate întâmpla dacă nu se schimbă nimic.**

Astfel, cititorul va putea lua în cunoștință de cauză cea mai bună decizie privind adoptarea sau nu a schimbărilor, a comportamentelor sau a acțiunilor propuse în acele materiale de informare și educare. De asemenea, este important ca cititorul să știe ce se poate întâmpla dacă nu face nimic, dacă nu-și schimbă comportamentul.

Elaborarea unor materiale de informare și educare implică parcurgerea mai multor etape care fac parte din procesul complex de concepere/dezvoltare, evaluare, diseminare a materialelor de informare și educare pentru promovarea sănătății și educație pentru sănătate, etape ce fac parte dintr-un proces complex și ordonat într-o secvență logică. Aceste etape sunt prezentate în acest capitol al Ghidului doar pentru a încadra recomandările privind elaborarea științifică a materialelor de informare și educare în procesul complex

de concepere, diseminare și evaluare a materialelor de informare și educare. În Ghid nu sunt prezentate aspectele legate de teoriile, modelele, tehnicile, metodele și instrumentele de cercetare cantitativă sau calitativă, evaluare de nevoi, monitorizare și evaluare implicate în fiecare dintre aceste etape. Cititorul este îndemnat să utilizeze ca material complementar acestui Ghid un manual de promovarea sănătății și educație pentru sănătate. Prezentarea acestor etape are drept scop menționarea elementelor de elaborare științifică a conținutului materialelor precum și de redactare științifică de care trebuie să se țină cont.

### **Etapa 1: Determinarea nevoii sau necesității pentru materialele de informare și educare**

Elaborarea materialelor de informare și educare este un proces laborios, care necesită timp, resurse umane și materiale. De aceea, înainte de a începe acest proces este recomandat să se stabilească dacă este sau nu nevoie de materiale de informare și educare. Există două abordări posibile. Prima dintre abordări este abordarea în care profesioniștii din domeniul sănătății publice consideră că trebuie să informeze și educe populația cu privire la anumite teme sau subiecte. Nevoia de elaborare de materiale de informare și educare poate fi justificată de cunoașterea rezultatelor unor cercetări științifice anterioare cu privire la cunoștințele, atitudinile și practicile unor persoane, grupuri sau populații. Aceasta este abordarea în care inițiativa elaborării materialelor de informare și educare aparține profesioniștilor din domeniul promovării sănătății. Cel mai adesea, această abordare este utilizată pentru subiecte de interes general sau în condiții de urgență. De asemenea, aceasta este abordarea utilizată pentru teme sau subiecte despre care știm că au fost abordate și de alte țări, organizații, profesioniști. De exemplu, subiecte de interes general sunt vaccinarea antigripală a populației sau măsurile de igienă care trebuie respectate în timpul unei epidemii în care transmiterea agentului patogen este fecal-orală. De asemenea, în condiții de urgență, când se constată riscul transmiterii pe scară largă, într-un

interval scurt de timp, de exemplu, a unui virus de la păsări către om, profesioniștii din domeniul sănătății publice pot lua inițiativa elaborării unor materiale de informare și educare. Sau, de exemplu, se cunoaște din literatura științifică din domeniu, precum și din experiența practică internațională, națională sau locală, că existe teme sau subiecte care pot fi abordate și trebuie să fie abordate cu anumite grupuri de persoane, cu anumite categorii profesionale, cu anumite grupuri etnice. Astfel, de exemplu, cu adolescenții pot fi abordate toate temele legate de sănătatea sexuală sau reproductivă. Sau, cu persoanele care donează benevol sânge se pot aborda subiectele legate de siguranța și lipsa de riscuri pentru donator a procedurilor de colectare a sângelui. A doua abordare, este abordarea în care inițiativa elaborării materialelor de informare și educare aparține unor organizații sau persoane din exteriorul organizației de promovarea sănătății. De exemplu, Guvernul României poate solicita autorităților locale de sănătate publică elaborarea unor fluturași de informare a populației cu privire la o anumită stare de carantină instituită doar în anumite localități. Sau, de exemplu, Ministerul Sănătății Publice poate să solicite profesioniștilor din domeniul promovării sănătății elaborarea unor materiale de informare și educare necesare pentru buna desfășurare a programelor naționale de sănătate publică. De asemenea, cererea privind necesitatea elaborării unor materiale de informare și educare poate să provină și de la persoane din afara grupurilor de profesioniști din domeniul medical. De exemplu, profesorii de liceu pot solicita elaborarea unor materiale de educare privind semnele și simptomele tuberculozei pulmonare la copilul de vârstă școlară (liceu). Sau, un grup de părinți poate solicita elaborarea unor materiale de informare privind regulile de nutriție pe care ar trebui să le respecte copiii pentru o creștere și dezvoltare normale.

În această etapă trebuie să se răspundă la următoarele întrebări:

- Este nevoie de materiale de informare și educare cu privire la o temă de interes general?
- Ne aflăm într-o situație de criză sau de urgență care ne obligă la informarea și educarea populației?

- Există materiale de informare și educare deja elaborate și care sunt adecvate pentru utilizarea lor imediată și care pot fi tipărite și diseminate imediat?
- Există materiale de informare și educare deja tipărite și care sunt adecvate pentru utilizarea lor imediată și care pot fi diseminate imediat?

Dacă este nevoie de materiale de informare și educare atunci trebuie să se verifice dacă nu există materiale de informare și educare deja elaborate și care sunt adecvate pentru utilizarea lor imediată putând fi tipărite și diseminate imediat. Dacă există materiale de informare și educare deja elaborate și care sunt adecvate pentru utilizarea lor imediată și care pot fi tipărite și diseminate imediat, atunci se trece la tipărirea, diseminarea și utilizarea acestor materiale. Dacă nu există materiale de informare și educare deja elaborate și adecvate pentru utilizarea lor imediată, se va trece la etapa următoare în care se începe procesul de elaborare a unor materiale noi de informare și educare. Dar pentru a se putea trece la etapa următoare trebuie clarificate nevoile de informare și educare ale audienței țintă, ale cititorilor. Se verifică dacă ceea ce cunoaștem despre cititorii materialelor de informare și educare este corect. Procesul de elaborare a materialelor informaționale a fost inițiat pe baza unor cercetări anterioare și informații anterioare, preliminare cu privire la audiența intenționată. Dar, trebuie să verificăm dacă nivelul de cunoștințe, atitudinile și practicile care au fost luate de către noi ca bază de pornire a procesului de elaborare a materialelor de informare și educare sunt cele reale. De asemenea, trebuie să verificăm dacă informațiile pe care dorim să le includem în materialele de informare și educare sunt relevante, importante și dorite de către cititori. Sau putem să constatăm că cititorii doresc cu totul alte informații.

## **Etapa 2: Stabilirea preliminară a scopului și a conținutului materialului de informare și educare**

Dacă am stabilit faptul că este nevoie de un material nou de informare și educare trebuie să trecem la etapa de clarificare preliminară a scopului și conținutului materialului respectiv. Elaborarea materialelor de informare și educare pornește de la o temă sau un subiect formulate la modul general. De exemplu, se pornește de la constatarea că populația trebuie informată despre gripa aviară. Dar aceasta este o formulare prea generală. Trebuie să stabilim mai specific despre ce este vorba. Trebuie să stabilim ce dorim să transmitem cititorilor. De exemplu, dorim să informăm populația doar despre existența unui anumit tip de virus care se poate transmite de la păsări la om? Dorim să informăm populația despre măsurile care au fost luate sau vor fi luate de către autoritățile de sănătate publică și autoritățile sanitar veterinare? Dorim să informăm populația despre măsurile de igienă personală și alimentară pe care le poate aplica? Dorim să prezentăm informații complete și sfaturi practice care pot fi urmate întocmai, pas cu pas, de către cititor, pentru decontaminarea hainelor personale sau a autoturismului? Este extrem de important să stabilim cui se adresează materialele de informare și educare. Dorim să ne adresăm adulților? Dorim să ne adresăm copiilor în mod diferit față de cum ne-am adresa părinților? Ne adresăm populației generale sau dorim să ne adresăm părinților, profesorilor, elevilor, medicilor veterinari?

În această etapă trebuie să se răspundă la următoarele întrebări:

- Care este tema sau subiectul, formulate la modul general, pentru care dorim elaborarea materialelor de informare și educare?
- Cui vrem să se adreseze aceste materiale?
- Ce dorim să transmitem cititorilor?
- Ce sfaturi practice, care pot fi urmate întocmai, pas cu pas, dorim să transmitem cititorilor?

### **Etapa 3: Identificarea și evaluarea surselor și resurselor informaționale relevante pentru subiectul ales**

Elaborarea materialelor de informare și educare trebuie să se bazeze pe utilizarea surselor și resurselor informaționale științifice adecvate subiectului sau temei respective. Astfel, se pornește de la consultarea literaturii științifice cu privire la tema respectivă. Pot fi utilizate tratate de medicină, cărți de specialitate, articole științifice, sinteze de literatură, ghiduri și recomandări ale organizațiilor profesionale din domeniu. Pot fi utilizate toate tipurile de rapoarte de cercetare științifică existente cu privire la tema respectivă. Pot fi utilizate toate materialele de informare și educare deja existente. De asemenea, pot fi utilizate materiale de informare și educare elaborate de organizații internaționale, de exemplu, Organizația Mondială a Sănătății. Obligatoriu trebuie consultați profesioniștii din domeniul în care se încadrează tema abordată. De exemplu, în cazul epidemiilor anuale de gripă umană, considerăm obligatorie consultarea profesioniștilor din acest domeniu, pentru a avea astfel acces la cele mai recente și corecte informații științifice. Acești profesioniști pot fi chiar cooptați în echipa care va elabora materialele respective. De asemenea, în condiții de urgență, când nu există timp suficient pentru identificarea și evaluarea resurselor informaționale disponibile, trebuie să se apeleze la profesioniștii care sunt cei mai informați cu privire la tema respectivă. Reamintim faptul că trebuie, în măsura în care este posibil acest lucru, să se menționeze sursa informațiilor utilizate pentru elaborarea materialelor de informare respective.

În această etapă trebuie să se răspundă la următoarele întrebări:

- Unde găsim informații relevante despre tema abordată de noi în materialul de informare?
- Ce specialist poate fi consultat în legătură cu tema abordată?
- Ce materiale de informare sau ce recomandări ale Organizației Mondiale a Sănătății pot fi folosite?
- Ce materiale de informare și educare similare există deja?



Este foarte important ca în această etapă să se treacă în revistă pe cât posibil toate materialele de informare și educare similare care ar putea fi folosite pentru conceperea unor materiale noi. Existența unor materiale similare poate fi folosită ca oportunitate pentru modificare și adaptare, astfel încât materialele noi să fie adecvate scopurilor propuse.

#### **Etapa 4: Determinarea tipului de materiale de informare și educare necesare**

Este important de stabilit ce tip de material de informare și educare trebuie elaborat. În acest sens, trebuie să se aleagă dintre următoarele tipuri de materiale sau lucrări tipărite: broșuri, pliante, afișe, fluturași, calendare, autocolante, pancarte (banner). Alegerea tipului de material tipărit va trebui să țină cont de scopul și conținutul materialului care se dorește a fi elaborat, resursele disponibile pentru elaborarea materialelor și urgența cu care trebuie realizate informarea și educarea. Dacă se dorește informarea rapidă a populației cu privire la anumite aspecte concrete legate de igiena personală și igiena locuinței se poate alege utilizarea fluturașilor. Dacă se are în vedere educarea unui anumit grup de tineri cu privire la infecțiile cu transmitere sexuală și se dorește prezentarea agenților patogeni, a semnelor și simptomelor dar și informații privind prevenirea transmiterii se poate decide folosirea unui pliant. Sau, de exemplu, dacă dorim să prezentăm femeilor gravide toate aspectele legate de îngrijirea prenatală, atunci se poate decide editarea unei broșuri. Afișele, autocolantele și pancartele sunt alese atunci când este foarte importantă expunerea la loc vizibil a informațiilor comunicate.

#### **Etapa 5: Realizarea versiunii preliminare a materialului**

În această etapă se stabilește scopul și conținutul definitiv al materialului de informare și educare și se trece la elaborarea efectivă a versiunii preliminare a materialului. Tot în această etapă se trece în revistă legislația din domeniul sănătății publice, legislația medicală și

din domeniul social existentă în domeniu, legislație care se aplică aspectelor prezentate în materialele de informare și educare. Trebuie să se verifice ca cele afirmate, recomandate sau prezentate în materialul de informare și educare să nu încalce legislația și reglementările aflate în vigoare. De asemenea, se verifică dacă versiunea preliminară respectă recomandările etice care trebuie respectate în promovarea sănătății și educația pentru sănătate.

### **Etapa 6: Solicitarea feedbackului profesioniștilor și cititorilor potențiali ai materialului de informare și educare**

În această etapă, este prezentată profesioniștilor din domeniul respectiv versiunea preliminară a materialului de informare și se solicită verificarea corectitudinii științifice, comentariile și sugestiile față de conținutul versiunii preliminare a materialului de informare și educare. De asemenea, se solicită comentariile și sugestiile unor persoane sau grupuri considerate reprezentative pentru cititorii materialelor respective. De exemplu, dacă este vorba despre o broșură cu privire la screeningul pentru cancerul de sân la femeie, atunci se solicită feedbackul medicilor oncologi dar și epidemiologi, care trebuie să verifice corectitudinea celor afirmate în broșură. De asemenea, se solicită feedbackul unor femei care trebuie să aprecieze dacă cele prezentate în broșură sunt ușor de înțeles și de aplicat și dacă informațiile sunt relevante.

### **Etapa 7: Elaborarea versiunii finale și tipărirea materialului de informare și educare**

Aceasta este rezervată elaborării versiunii finale a materialelor de informare și educare ținând cont de toate comentariile, criticile și sugestiile care sunt justificate științific și practic și care pot fi luate în considerare pentru îmbunătățirea versiunii preliminare. În această etapă trebuie incluse în versiunea finală a materialului și detaliile privind autorii materialului de informare și educare, precum și detalii legate de materialul respectiv. În această etapă trebuie obținute

informațiile privind descrierea CIP și ISBN-ul lucrării. De asemenea, trebuie începute demersurile pentru constituirea depozitului legal. Detalii legate de aceste aspecte sunt prezentate în capitolul III al acestui Ghid, capitol dedicat în întregime aspectelor legate de redactarea materialelor de informare și educare. Astfel, trebuie menționate, în funcție de tipul de material tipărit elaborat următoarele elemente:

- autorul sau autorii lucrării
- titlul lucrării
- editura
- anul de apariție
- locul publicării
- ISBN
- descrierea CIP.

După elaborarea versiunii finale a materialului, acesta este tipărit, diseminat și utilizat, ca material tipărit. Pentru a exista o evidență centralizată a tuturor materialelor de informare și educare tipărite în România propunem ca în această etapă autorii materialelor să trimită spre informarea Centrului Național de Promovare a Sănătății din cadrul Școlii Naționale de Sănătate Publică și Management Sanitar București a câte unui exemplar din materialul tipărit pentru a se constitui astfel o colecție de astfel de materiale de promovare a sănătății. Totodată, în această etapă trebuie să se facă demersurile pentru constituirea depozitului legal, prin depunerea exemplarelor din materialul tipărit. Detalii despre depozitul legal sunt prezentate în Capitolul III, capitol despre redactarea materialelor de informare și educare.

## **Etapa 8: Distribuirea și promovarea materialelor**

Distribuirea și promovarea materialelor trebuie realizată astfel încât materialele de informare și educare să ajungă și să fie folosite cu adevărat de către cei pentru care au fost dezvoltate (audiența țintă). Materialele de informare și educare au fost special concepute în etapele anterioare, cu un anumit scop și conținut și sub diferite

variante (broșură, pliant, fluturaș, afiș) astfel încât să poată fi distribuite și promovate pentru informarea și educarea cititorilor.

### **Etapa 9: Evaluarea întregului proces**

Procesul de elaborare a materialelor de informare și educare trebuie să se încheie cu evaluarea tuturor aspectelor și activităților implicate în dezvoltarea, distribuirea și utilizarea materialelor de informare și educare respective. Astfel, poate fi elaborat un raport privind resursele utilizate, greutățile întâmpinate, succesele avute, lecțiile învățate. Se recomandă ca aceste lecții învățate în procesul de elaborare a materialelor de informare și educare să fie împărtășite colegilor, profesioniștilor din domeniul promovării sănătății.

### **Etapa 10: Revizuirea periodică a materialului.**

Revizuirea periodică a materialelor de informare și educare elaborate și tipărite reprezintă un demers obligatoriu pentru asigurarea calității acestora. Materialele trebuie revăzute și evaluate critic la un anumit interval de timp, în funcție de complexitatea materialului și de rapiditatea cu care apar noi cunoștințe în domeniu. De asemenea, revizuirea materialelor se poate face la momentul în care se constată că este nevoie de alte materiale de informare și educare sau de fiecare dată când apar noi dovezi științifice cu privire la o anumită temă, și constatându-se că materialul este prea vechi sau se bazează pe informații care nu mai sunt valabile sau nu mai sunt corecte.

**Principiile care trebuie să fie respectate în elaborarea materialelor de informare și educare astfel încât acestea să fie utile și să fie acceptate de cititori sunt următoarele:**

**Principii legate de redactarea materialelor și de prezentarea informațiilor**

- prezentarea clară a scopului materialelor respective;

- prezentarea de informații privind surse suplimentare de ajutor sau sprijin;
- utilizarea adecvată a limbajului și evitarea pe cât posibil a utilizării jargonului;
- prezentarea informațiilor adecvată nivelului specific de cultură și înțelegere a cititorilor;
- prezentarea informațiilor adecvată nivelului specific de înțelegere a aspectelor științifice prezentate;
- prezentarea adecvată a informațiilor pentru persoanele care au dificultăți în citirea/înțelegerea materialelor informaționale;
- prezentarea dovezilor științifice care susțin cele prezentate/afirmate;
- informațiile furnizate îi ajută pe oameni să se ajute singuri atunci când acest lucru este posibil.

### **Principii legate de scopurile materialelor de informare și educare**

- informațiile furnizate îi ajută pe oameni să beneficieze în mai mare măsură de ajutorul specialiștilor din domeniul sănătății sau social, atunci când este cazul;
- informațiile furnizate îi ajută pe oameni să se simtă mai bine din punct de vedere psihologic;
- informațiile furnizate îi ajută pe oameni să-și dea acordul informat pentru îngrijirile medicale preventive și curative sau procedurile propuse;
- informațiile furnizate îi ajută pe oameni în explicarea efectelor/implicațiilor asupra sănătății pe care le au anumite comportamente;
- informațiile furnizate ajută la îmbunătățirea abilităților de a identifica și de a face față problemelor practice și celor emoționale;
- informațiile furnizate îmbunătățesc cunoștințele și încrederea persoanelor respective că se pot îngrijii singure atunci când acest lucru este adecvat;

- informațiile furnizate determină creșterea capacității de a căuta și de a solicita ajutorul profesioniștilor sau al altor persoane din comunitate care pot ajuta într-un anumit fel pe cel aflat în nevoie;
- informațiile furnizate contribuie la familiarizarea cu tipurile de subiecte care ar putea și ar trebui discutate cu profesioniștii din domeniul sănătății;
- informațiile furnizate contribuie la înțelegerea celor comunicate de către profesioniști;
- informațiile furnizate contribuie la creșterea capacității de a formula întrebări relevante și de a întreba despre anumite subiecte sau teme;
- informațiile furnizate contribuie la cunoașterea tipurilor de tratamente/intervenții care pot fi oferite, precum și la cunoașterea standardelor la care ar trebui oferite aceste tratamente/intervenții;
- informațiile furnizate clarifică faptul că problemele persoanelor respective sunt reale și recunoscute;
- pe baza informațiilor furnizate persoanele respective simt că sunt mai bine pregătite să facă față problemelor și pot identifica modalități de soluționare a acestora;
- pe baza informațiilor furnizate persoanele respective înțeleg ce implicații au deciziile lor și de ce sunt necesare deciziile respective;
- pe baza informațiilor furnizate persoanele vizate se simt mai sigure pe sine și cred că dețin controlul asupra propriei vieți.

**Aspectele materialelor de informare și educare asupra cărora se pot solicita comentarii și feedback atât din partea profesioniștilor cât și din partea cititorilor**

Este absolut obligatoriu să se obțină comentarii și feedback de la specialiștii din domeniul sănătății cu privire la materialul de informare și educare. De asemenea, este obligatoriu să se obțină

comentarii și feedback de la cititorii potențiali ai materialelor de informare și educare.

Se recomandă abordarea directă a specialiștilor din domeniu, solicitându-se răspuns la mai multe întrebări :

- Vă este clar scopul pentru care a fost elaborat materialul de informare și educare?
- Considerați că scopul propus este atins?
- Materialul de informare și educare este clar?
- Ce anume este greu de înțeles?
- Cum ar trebui formulat textul pentru ca materialul de informare și educare să fie mai ușor de înțeles?
- Care dintre informațiile prezentate în versiunea actuală sunt utile?
- Ce considerați inutil dintre cele prezentate în versiunea actuală?
- Ce ar mai trebui inclus în materialul de informare și educare?
- Considerați că materialul de informare și educare oferă răspuns la întrebările pe care și le pun cititorii?
- Există greșeli științifice sau aspecte prezentate greșit?

Este recomandată adresarea directă cititorilor potențiali ai materialelor de informare și educare, cu solicitarea unui răspuns la mai multe întrebări :

- Ce anume este greu de înțeles?
- Ce considerați util dintre cele prezentate?
- Ce considerați inutil dintre cele prezentate?
- Materialul de informare și educare oferă răspuns la întrebările dumneavoastră?
- Ce ar mai trebui inclus în materialul de informare și educare?

Pentru elaborarea materialelor de informare și educare pentru promovarea sănătății și educație pentru sănătate, dar și pentru evaluarea materialelor deja existente pot fi utilizate listele de verificare prezentate în anexele 1, 2 și 3.

## ***Bibliografie pentru capitolele I și II***

1. Andreasen, A. (1995). *Marketing social change: Changing behavior to promote health, social development, and the environment*. San Francisco: Jossey-Bass.
2. Backer, T. E., Rogers, E. M., & Sopory, P. (1992). *Designing health communication campaigns: What works*. Thousand Oaks, CA: Sage.
3. Center for Substance Abuse Prevention. (1994). *Following specific guidelines will help you assess cultural competence in program design, application, and management* [Technical Assistance Bulletin]. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
4. Center for Substance Abuse Prevention. (1994). *A key step in developing prevention materials is to obtain expert and gatekeeper reviews* [Technical Assistance Bulletin]. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
5. Center for Substance Abuse Prevention. (1994). *You can prepare easy-to-read materials* [Technical Assistance Bulletin]. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
6. Center for Substance Abuse Prevention. (1994). *You can use communications principles to create culturally sensitive and effective prevention materials* [Technical Assistance Bulletin]. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
7. Centers for Disease Control and Prevention. (1994). *Listening to your audience: Using focus groups to plan breast and cervical cancer public education programs* (CDC Publication No. PDF-245K). Denver: AMC Cancer Research Center.
8. Centre for Health Information Quality. Guidelines for reviewing health information.
9. CERES (1994). Spreading the word on research. On writing patient information leaflets.
10. Charnock D. The DISCERN handbook: quality criteria for consumer health information on treatment choices. Oxford: Radcliffe Medical Press, 1998.
11. Charnock D, Shepperd S, Needham G, Gann R. DISCERN: an instrument for judging the quality of written consumer health information on treatment choices. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 1999; 53: 105-111.
12. Coulter A, Entwistle V, Gilbert D. Informing patients: an assessment of the quality of patient information materials. London: King's Fund, 1998.
13. Downie, R.S., Fyfe, C., Tannahill, A. *Health Promotion. Models and Values*. Oxford: Oxford University Press, 1990.
14. Duman M. Producing patient information: how to research, develop and produce effective information resources. London: King's Fund, 2003.



15. Entwistle VA, Sheldon TA, Sowden AJ, Watt IS. Supporting consumer involvement in decision making: what constitutes quality in consumer health information? *International Journal for Quality in Health Care*, 1996; 8: 425-437.
16. Entwistle V. Patients' information environments: deserts, jungles and less hostile alternatives (Editorial). *Health Expectations*, 2003; 6: 93-96.
17. Entwistle VA, Watt IS, Davis H, Dickson R, Pickard D, Rosser J. Developing information materials to present the findings of technology assessments to consumers: the experience of the NHS Centre for Reviews and Dissemination. *International Journal of Technology Assessment in Health Care*, 1998; 14: 47-70.
18. Glanz, K., & Rimer, B. K. (1995). *Theory at a glance: A guide for health promotion practice* (NIH Publication No. 97-3896). Bethesda, MD: National Cancer Institute.
19. Glenton C, Polit C. Developing patient-centred information for back pain sufferers. *Health Expectations*, 2002; 5, 319-329.
20. Goldberg, M. E., Fishbein, M. F., & Middlestadt, S. E. (Eds.). (1997). *Social marketing: Theoretical and practical perspectives*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
21. Green, L.W., & Kreuter, M.W. (1999). *Health promotion planning: An educational and ecological approach* (3rd ed.). Mountain View, CA: Mayfield.
22. Health Canada, *Social Marketing in Canada*. Program Promotion Division, Health Promotion Directorate, Health Programs and Services Branch, Ottawa 1993.
23. Hyndman, B. *Health Promotion in Action: What Works? What Needs to Be Changed?* Toronto: Centre for Health Promotion.
24. Lefebvre, R. C., & Rochlin, L. (1997). Social marketing. In K. Glanz, F. M. Lewis, & B. K. Rimer (Eds.), *Health behavior and health education: Theory, research, and practice* (2nd ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
25. Ling, J. et al. "Social Marketing: It's Place in Public Health." In *Annual Review of Public Health*. 13:341-62. 1992.
26. Lipkus, I. M., Lyna, P. R., & Rimer, B. K. (1999). Using tailored interventions to enhance smoking cessation among African Americans at the community health center. *Nicotine and Tobacco Research*, 1(1), 77-85.
27. Maibach, E., Maxfield, A., Ladin, K., & Slater, M. (1996). Translating health psychology into effective health communication. *Journal of Health Psychology*, 1, 261-277.
28. Maibach, E., and Parrott, R. (Eds). *Designing Health Messages: Approaches from Communication Theory and Public Health Practice*. Newbury Park: Sage Publications, 1995.

29. Matiella, A. C. (Ed.). (1990). *Getting the word out: A practical guide to AIDS materials development*. Santa Cruz, CA: Network Publications.
30. McGuire, W. J. (1984). Public communication as a strategy for inducing health-promoting behavioral change. *Preventive Medicine*, 13(3), 299–313.
31. McKenzie, J.F., Smeltzer, J.L. *Planning, implementing, and evaluating health promotion programs. A Primer*. Third Edition. Boston: Allyn & Bacon, 2001.
32. Miller, J., & Pifer, L. K. (1993). *Public understanding of biomedical science in the United States, 1993: A report to the National Institutes of Health*. Chicago: Chicago Academy of Science.
33. Moumjid N, Morelle M, Carrere MO, Bachelot T, Mignotte H, Bremond A. Elaborating patient information with patients themselves: lessons from a cancer treatment focus group. *Health Expectations*, 2003; 6: 128-139.
34. National Cancer Institute. (1993). *A picture of health* (NIH Publication No. 94-3604). Rockville, MD: U.S. Department of Health and Human Services.
35. National Cancer Institute. (1994). *Clear and simple: Developing effective print materials for low-literate readers* (NIH Publication No. 95-3594). Rockville, MD: U.S. Department of Health and Human Services.
36. National Cancer Institute. (1998) *How the public perceives, processes, and interprets risk information: Findings from focus group research with the general public*. Rockville, MD: U.S. Department of Health and Human Services.
37. New Zealand Ministry of Health. *National Guideline for Health Education Resource Development in New Zealand*. Wellington, New Zealand, 2002.(NGHERDNZ, 2002)
38. Nutbeam, D. Health promotion glossary. *Health Promotion International*, 1998, vol.13, No. 4, 349-364.
39. O'Donnell, M., Entwistle, V. *Producing information about health and health interventions: a practical guide*. Health Services Research Unit, Medical School University of Aberdeen, Aberdeen, 2003.
40. Ontario Ministry of Health. *Social Marketing in Health Promotion: A Communications Guide*. 1991.
41. Olszewski D, Jones L. Putting people in the picture: information for patients and the public about illness and treatment. Edinburgh: Scottish Association of Health Councils, 1998.
42. Ottawa Charter for Health Promotion, WHO, Geneva, 1986.
43. Palmgreen, P., et al. (1995). Reaching at-risk populations in a mass media drug abuse prevention campaign: Sensation seeking as a targeting variable. *Drugs and Society*, 8(3), 29–45.
44. Parroy S, Thoms G, Williamson C. The practicalities of developing patient information. In: Lack JA, Rollin AM, Thoms G, White L, Williamson C.

- Raising the standard: information for patients. London, Royal College of Anaesthetists, 2003.
45. Rice, M., & Valdivia, L. (1991). A simple guide for design, use, and evaluation for education materials. *Health Education Quarterly*, 18(1), 79–85.
  46. Rimer, B. K. (1995). Audiences and messages for breast and cervical cancer screenings. *Wellness Perspectives: Research, Theory, and Practice*, 11(2), 13–39.
  47. Rimer, B. K., & Glassman, B. (1998). Tailoring communications for primary care settings. *Methods of Information in Medicine*, 37(3), 171–177.
  48. Rollin AM. The development of specialist booklets. In: Lack JA, Rollin AM, Thoms G, White L, Williamson C. Raising the standard: information for patients. London, Royal College of Anaesthetists, 2003.
  49. Secker J, Pollard R. Writing leaflets for patients: guidelines for producing written information. Edinburgh: Health Education Board for Scotland, 1995.
  50. Shepperd S, Charnock D, Cook A. A 5 star system for rating the quality of information based on DISCERN. *Health Information and Libraries Journal*, 2002; 19: 201-205.
  51. Siegel, M., & Doner, L. (1998). *Marketing public health: Strategies to promote social change*. Gaithersburg, MD: Aspen.
  52. Slater, M. D. (1996). Theory and method in health audience segmentation. *Journal of Health Communication*, 1, 267–283.
  53. Strecher, V. J., & Rosenstock, I. M. (1997). The health belief model. In K. Glanz, F. M. Lewis, & B. K. Rimer (Eds.), *Health behavior and health education: Theory, research, and practice* (2<sup>nd</sup> ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
  54. The Jakarta Declaration on Health Promotion in the 21st Century, WHO, Geneva, 1997.
  55. Thompson, T.L., Dorsey, A.M., Miller, K.I., Parrott, R. (editors) *Handbook of Health Communication*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2003.
  56. U.S. Department of Health and Human Services. (2000). *Healthy people 2010* (2nd ed.; in two volumes: *Understanding and improving health* and *Objectives for improving health*). Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
  57. University of Kansas. (2002). *Community Toolbox, Community Workstation*. Available at <http://ctb.lsi.ukans.edu/tools/CWS/socialmarketing/outline.htm>.
  58. University of Toronto. (1999). *Overview of health communication campaigns*. Toronto, Canada: Health Communication Unit, Centre for Health Promotion, University of Toronto.

59. University of Oxford and The British Library. *The DISCERN Handbook. Quality criteria for consumer health information on treatment choices. Compiled by Deborah Charnock.* Radcliffe Medical Press, 1998.
60. U.S. Department of Health and Human Services. *Making Health Communications Programs Work: A Planner's Guide.* Public Health Service, National Institutes of Health. NIH Publication No. 92-1493, 1992.

### III. REDACTAREA

*Luminița Barbu*

Materialele de informare și educare din domeniul promovării sănătății și al educației pentru sănătate cel mai des produse și diseminate sunt: broșurile, pliantele, afișele, fluturașii, calendarele, autocolantele, pancartele (*banner*). Ele vor fi denumite în continuare *materiale* sau *lucrări tipărite*. Acestea folosesc ca mijloc de comunicare scrisul și imaginile. În elaborarea textului și a imaginilor, în orice fel de material scris, trebuie respectate anumite reguli. Acestea fac obiectul redactării și au fost stabilite de-a lungul timpului în vederea standardizării lucrărilor tipărite. Principalul beneficiu al standardizării este acela că dă posibilitatea evaluării calității lucrărilor tipărite, dar și comparațiilor.

#### Definiții

*Noțiunea de redactare* are un dublu înțeles și cuprinde atât elaborarea de către un autor a unei lucrări științifice, tehnice, literare, precum și ansamblul de reguli și activități care au drept scop finisarea în conținut și formă a unui manuscris destinat publicării (21).

*Broșura* este o publicație care cuprinde până la 50 de pagini (*idem*).

*Pliantul* este o publicație imprimată pe o singură coală, împăturită astfel încât prin suprapunerea părților să se asigure continuitatea textului sau ilustrațiilor (*ibidem*).

*Afișul* este o imagine grafică însoțită de un text scurt, purtătoare a unui mesaj cu conținut politic, social, cultural sau comercial adresat direct publicului prin expunere sau răspândire sub formă de foaie volantă (*ibidem*), de obicei într-un spațiu public.

*Pagina* reprezintă fiecare dintre cele două fețe, *recto* și *verso*, ale unei file dintr-o lucrare tipărită (*ibidem*).

*Pagina de titlu* este pagina la începutul unei publicații pe care se imprimă titlul, subtitlul, numele autorului, coordonatorului, traducătorului, prefațatorului, editorului (persoană sau instituție) sau editurii, locul și data publicării, numărul ediției. Aceste elemente sunt utile în alcătuirea cataloagelor în biblioteci, dar și a bibliografiilor (*ibidem*). A nu se confunda cu *pagina de gardă*. Aceasta este prima pagină așezată imediat după copertă și, de obicei, are imprimat pe ea numai titlul lucrării și numele autorului.

*Pagină de drepturi (de proprietate)* este de obicei versoul paginii de titlu pe care figurează o serie de date privitoare la drepturile asupra reproducerii și difuzării publicației (*copyright*), numărul de ediții, Descrierea CIP, Depozitul legal, ISBN-ul etc.

*Descrierea CIP* (Catalogarea Înaintea Publicării) este un program gratuit de catalogare a publicației ce urmează a fi tipărită și care se derulează în cadrul Bibliotecii Naționale a României. Această descriere poate fi obținută, respectând o anumită procedură, de la Biblioteca Națională a României – Centrul Național ISBN-ISSN-CIP (site: <http://www.bibnat.ro/cip.php>).

*Depozitul legal* reprezintă exemplare din publicațiile pe care tipografiile sau editurile sunt obligate prin lege să le predea gratuit bibliotecilor mari nominalizate, pentru completarea fondurilor (15). Biblioteca Națională a României este autorizată să exercite funcția de Agenție Națională pentru Depozit Legal. Pentru obținerea informațiilor privind constituirea depozitului legal, poate fi contactat Serviciul Depozit Legal din cadrul Bibliotecii Naționale (site: <http://www.bibnat.ro/dl.php>).

*ISBN* (abreviere din limba engleză – *International Standard Book Number*) – numărul internațional standardizat al cărții este un mijloc de identificare a publicațiilor, printr-un element normat, un număr. ISBN-ul este compus din 10 cifre, împărțite în următoarele grupe despărțite prin spațiu sau cratimă: un indicator de *grup* (național, geografic, lingvistic), un indicativ de *editor*, un indicativ de *titlu* și un indicativ de *control* (în ordinea citării lor) (8). De exemplu 973, ca indicator de grup, spune despre o carte că este publicată în România; 590 este indicativul de editor al Editurii Economice; 946

este titlul cărții, „Management strategic”. Acest număr poate fi obținut, respectând o anumită procedură, de la Biblioteca Națională a României – Centrul Național ISBN-ISSN-CIP (site: <http://www.bibnat.ro/isbn.php>). Începând cu anul 2007, se va trece la ISBN-ul format din 13 cifre, prin redefinirea acestui cod.

*Bibliografie* – lista lucrărilor de care s-a folosit un autor pentru a elabora o lucrare. Aceasta se găsește fie concentrată la sfârșitul cărții, fie după fiecare capitol, pentru materialul din capitolul respectiv, fie repartizată în cuprins, în note inframarginale (note de subsol) sau chiar în text, între paranteze (21). *Bibliografie alfabetică* – bibliografie în care prezentarea elementelor bibliografice se face în ordinea alfabetică a numelor autorilor sau a titlurilor lucrărilor (*idem*).

### **Structura materialului tipărit**

Structura unui material tipărit diferă în funcție de tipul acestuia (broșură, pliant etc.). Unele elemente componente ale structurii materialelor tipărite sunt însă obligatorii, indiferent de tipul acestora, și, în acest sens, vor fi menționate special.

*Coperta* este îmbrăcămintea unei lucrări tipărite pe care sunt imprimate anumite informații obligatorii despre lucrarea respectivă. La copertă se pot distinge: Coperta I (Față), Coperta II (Interior față, adică versoul Copertei I), Coperta III (Interior spate, adică versoul copertei IV) și Coperta IV (Spate). Aceste informații vor fi utile autorilor de materiale în relația lor cu editurile sau tipografiile. Indiferent de tipul materialului tipărit, acesta trebuie să aibă o „copertă” (pliantul are o primă “pagină” care este considerată coperta I și o ultimă “pagină” – Coperta IV). Coperta unei lucrări tipărite, indiferent de aspectul ei, oferă *obligatoriu* date despre autorul materialului (persoană fizică sau instituție) și titlul acestuia; locul publicării, editura și anul în care a fost editată tipăritura pot fi regăsite *opțional* pe copertă, dar putând fi imprimate în pagina de titlu, în primul rând, sau în pagina de drepturi. În cazul materialelor din domeniul promovării sănătății și educației pentru sănătate, pe coperta IV se vor menționa adresele de contact ale instituției editor: poștală, e-

mail, site web, telefoane și eventual chiar numele unei persoane de contact. Aceste date de contact pot fi tipărite, *opțional*, și în pagina de drepturi.

Materialele care au o singură pagină (afișe, fluturași, autocolante) vor cuprinde toate informațiile care se imprimă de obicei pe copertă și pe pagina de titlu.

*Autor(i)* Autorul este reprezentat de o persoană fizică sau o colectivitate care elaborează și răspunde de conținutul unei lucrări (21). Atunci când există mai mulți autori, coordonați de o persoană, pe pagina de titlu se trece numele coordonatorului, specificându-se calitatea acestuia. Autorii coordonați vor fi trecuți în pagina de drepturi, specificându-se contribuția fiecăruia la materialul respectiv. Pe copertă, numele autorului este trecut de obicei în partea de sus a paginii și poate fi însoțit de o indicație asupra profesiei acestuia (medic, profesor, economist, jurist etc.). Funcția și elementele privind apartenența la o organizație, instituție pot fi trecute în prefața unei lucrări sau pe coperta IV.

*Titlul lucrării* trebuie să exprime într-o formă concisă conținutul acesteia. Titlurile metaforă sunt admise în funcție de publicul țintă căruia i se adresează materialul tipărit și trebuie folosite cu prudență și inteligență, pentru a nu se produce confuzii asupra conținutului. Având în vedere că titlul este primul element de contact cu cititorul în cazul unei noi publicații, acesta trebuie să fie foarte bine ales, să stârnească curiozitatea asupra conținutului materialului ce urmează a fi parcurs. Un titlu foarte lung riscă să piardă esențialul. Se recomandă ca el să cuprindă principalele cuvinte (termeni) cheie care definesc subiectul lucrării respective (5). Autorul citat recomandă, în aceeași lucrare, un titlu scurt și un subtitlu deplin lămuritor.

*Editura* este reprezentată de o organizație cu personalitate juridică proprie, specializată în valorificarea dreptului de autor prin publicarea și difuzarea operelor de creație intelectuală (21). Unii autori (persoană fizică sau juridică) nu apelează la o editură pentru a-și publica lucrările, ei asumându-și responsabilitatea de editor și finanțator al publicării, apelând direct la o tipografie pentru lucrările de



tipărire. Numele editurii este trecut de obicei în partea de jos a copertei.

*Anul* (data) de apariție a materialului tipărit se poate imprima pe copertă, în pagina de titlu sau în pagina de drepturi; indiferent unde va fi imprimat, apariția acestuia este obligatorie; pe un pliant anul va fi trecut pe prima pagină care joacă rolul copertei; deseori, în domeniul promovării sănătății, și nu numai, apar materiale nedatate; autorii unor astfel de materiale trebuie să se gândească, de exemplu, la faptul că nu-și vor putea folosi în cadrul unei monografii nici propriile surse, necunoscând ordinea cronologică a realizării lucrărilor; în partea de jos a copertei, alături de editură și anul de apariție (*opțional*) va fi trecut (*opțional*) și *locul publicării* (localitatea) lucrării în cauză; atunci când acesta nu este tipărit nici pe copertă, nici în pagina de titlu, va fi trecut obligatoriu în pagina de drepturi.

***Pagina de titlu*** În această pagină se imprimă obligatoriu numele autorului, titlul, subtitlul, ediția (prima ediție *nu* va fi specificată) editura (instituția editor). Se recomandă ca locul și data publicării lucrării să fie imprimate în această pagină. Dacă aceste elemente nu au fost imprimate nici pe copertă, nici în pagina de titlu, obligatoriu vor fi tipărite în pagina de drepturi sau pe ultima copertă.

***Pagina de drepturi*** Alături de elementele menționate în secțiunea **Definiții**, în această pagină pot și vor fi menționate alte responsabilități asupra lucrării (numele redactorilor, al referenților, al traducătorului, al autorului copertei, al tehnoredactorului, al celui care semnează grafica, al corectorului. De asemenea, pot fi publicate mulțumirile adresate finanțatorului lucrării, experților, consultanților, ca și al colaboratori. Se pot face de asemenea mențiuni asupra publicului țintă al lucrării (ex.: „lucrarea se adresează elevilor și studenților”) și pot fi furnizate *cuvinte cheie*. Aceste informații pot fi considerate *opționale*, dar lucrarea și autorul ei vor căpăta mai multă credibilitate folosindu-le. Tot în pagina de drepturi se trece de obicei ISBN-ul, acesta figurând de multe ori și pe coperta IV. Se recomandă tipărirea ISBN-ului și a descrierii CIP pentru broșuri. Constituirea Depozitului legal, conform legii, este valabilă pentru toate materialele

tipărite. Atunci când creatorul de materiale tipărite nu a folosit serviciile unei edituri, se va asigura că tipografia va trimite Bibliotecii Naționale numărul de exemplare solicitat de către aceasta. În pagina de drepturi va fi tipărită formularea D.L. (deposit legal), urmată de numărul legii și data emiterii acesteia (exemplu: D.L. Legea 111/1995).

Trebuie precizat că în cazul materialelor tipărite din domeniul promovării sănătății, uneori, *coperta* (I-IV), *pagina de titlu* și *pagina de drepturi* se pot suprapune, cuprinzând pe o singură pagină toate elementele caracteristice celor trei componente ale structurii materialului tipărit. Numai *broșurile* pot avea dezvoltată structura completă a unui material tipărit.

**Cuprinsul** este o listă care cuprinde titlurile diferitelor diviziuni ale unei lucrări tipărite (capitole, subcapitole, paragrafe), ordonate după locul în care încep în lucrare, cu menționarea numărului paginii și a ierarhiei lor (21). De reținut că toate paginile lucrării sunt numărate, imprimarea numărului pe pagină începând însă, în funcție de preferința editorilor, doar după cuprins sau după prefață. Sinonime pentru Cuprins: conținut, sumar, tablă de materii. Cuprinsul începe întotdeauna pe o pagină nouă, fără soț (recto).

Există păreri diferite asupra poziționării Cuprinsului în cadrul lucrării. Virgil Olteanu (21) susține că în lucrările românești Cuprinsul este trecut la sfârșitul acestora. Același autor menționează și modelul lucrărilor de limbă engleză în care Cuprinsul se află la începutul cărții, imediat după prefață. Septimiu Chelcea (5) susține poziționarea Cuprinsului imediat după pagina de titlu, înaintea Prefetei: „Mi se pare firesc să știm din capul locului, nu la sfârșit, care este structura disertației sau a cărții”. Autorii ghidului optează și ei pentru cea de-a doua variantă.

În cazul materialelor de mici dimensiuni, de două pagini de exemplu, cuprinsul se va trece pe prima pagină (de titlu). În cazul broșurilor mai mari de 8 pagini, cuprinsul este obligatoriu după pagina de titlu (18).

Dacă materialul este realizat de mai mulți autori, numele acestora vor fi specificate pentru fiecare capitol, autorii asumându-și

astfel paternitatea și responsabilitatea asupra celor scrise în capitolul respectiv.

**Prefața** precede textul de bază al unei lucrări și este un element *opțional* în structura acesteia. Ea poate fi scrisă de autor sau de o altă persoană, specialist în domeniul abordat (21). Prefața conține informații despre autor, despre activitatea lui, despre lucrările precedente ale autorului, ca și despre conținutul lucrării prefațate.

### **Corpul lucrării (vezi și Capitolul II)**

*Rezumatul* este un text de mici dimensiuni care descrie pe scurt conținutul lucrării. În rezumat vor fi menționate: problema abordată, scopul și obiectivele, ipotezele de lucru, metodologia de cercetare, rezultatele, concluziile, importanța teoretică și practică a rezultatelor (10). În structura lucrării, rezumatul are caracter *opțional* și se paginează separat.

*Introducerea* este parte sau capitol al unei lucrări și cuprinde date de orientare asupra acesteia. Începe întotdeauna pe o pagină nouă, fără soț (recto) și în ea sunt prezentate intențiile autorului, scopul urmărit, importanța și actualitatea subiectului tratat, mijloacele și metodele întrebuițate, structura lucrării (21). Uneori introducerea poate purta un titlu incitant (5), stârnind curiozitatea cititorului. Introducerea are un caracter *opțional* în structura lucrării.

*Lucrarea propriu-zisă* Textul unei lucrări este împărțit ierarhic în capitole, subcapitole, paragrafe, alineate. Ca subdiviziune a unui capitol sau subcapitol, paragraful este format din mai multe alineate, alcătuite la rândul lor din fraze. Alineatul separă de obicei ideile într-un text, iar paragraful îl ajută pe cititor să sesizeze tezele, enunțurile (5). Configurarea unui aliniat la fiecare început de frază face textul obositor și ideile importante nu mai ies în evidență. *Capitolul* este diviziunea de bază a textului unei lucrări. Acesta începe, de obicei, pe o pagină nouă, fără soț (recto) și este marcat cu un număr de ordine (cifră romană sau arabă) sau cu un titlu separat, atunci când alcătuirea lucrării nu presupune o înlănțuire logică sau cronologică a subiectelor abordate în capitole (21). Capitolele pot fi anunțate prin pagini speciale, pe care numărul de pagină nu este tipărit dar se iau în calcul

la număratoarea celorlalte pagini, în care se înscrie numai titlul. Folosirea acestora nu este obligatorie, dar este foarte elegantă. *Numerotarea* capitolelor, subcapitolelor, paragrafelor reprezintă opțiunea fiecărui autor. Ne oprim asupra a două modalități importante în care se pot numerota capitolele și subdiviziunile lor în ordinea ierarhică a importanței lor (10) (vezi Casetă 1), dar vom spune și că există opinia (5) conform căreia numerotarea capitolelor, subcapitolelor, paragrafelor îi dezavantajează pe autori, lăsând impresia că au avut dificultăți în organizarea materialului.

În corpul materialului, pentru a ilustra ideile principale și pentru a ușura înțelegerea textului pot fi inserate și *ilustrații* (figuri, grafice, tabele, fotografii) (18). Acestea vor fi *numerotate* pe tipuri de ilustrații. Asupra iconografiei se vor face *referiri* în text (exemplu: vezi Figura 4, vezi Tabelul 2, vezi Graficul 1). Creatorii de materiale tipărite trebuie să aibă în vedere că în etapa tehnoredactării, din motive ce țin de spațiul tipografic, de estetica paginii, nu întotdeauna ilustrațiile urmează textului pe care îl completează. Ilustrația va purta *titlu* care va fi poziționat în partea de sus a imaginii și va avea indicată *sursa datelor*. Aceasta va fi trecută imediat sub imagine. În cazul ilustrațiilor artistice, care vin să întărească puterea de sugestie a textului, nu este valabilă această regulă. Pentru acest gen de ilustrații se va apela fie la un artist profesionist, fie se vor folosi lucrări semnate de artiști anonimi neprofesioniști etc. (22). Întotdeauna va exista un echilibru între text, ilustrație și spațiile libere. Dezechilibrul poate deveni obositor, sau poate aduce neclaritate asupra conținutului (19).

*Concluziile* unei lucrări pot fi redactate ca parte separată în structura acesteia sau pot fi înglobate în lucrarea propriu-zisă.

*Anexele* completează conținutul lucrării, aducând lămuriri asupra acestuia (5). La acestea se vor face referiri în textul lucrării, de aceea ele vor fi numerotate (Anexa 1, Anexa 2 etc.). În afara acestui număr, ele vor purta și un titlu.

**Caseta 1 Aceeași structură de diviziuni și subdiviziuni, nume-  
rotări diferite**

Numerotare combinată (cifre și litere)	Numerotare cu cifre arabe
I .....	1.....
A.....	1.1.....
1.....	1.1.1.....
a.....	1.1.1.1.....
b.....	1.1.1.2.....
2 .....	1.1.2.....
a.....	1.1.2.1.....
b.....	1.1.2.2.....
c.....	1.1.2.3.....
3.....	1.1.3.....
B.....	1.2.....
1.....	1.2.1.....
2.....	1.2.2.....
a.....	1.2.2.1.....
b.....	1.2.2.2.....
C.....	1.3.....
II.....	2.....
A.....	2.1.....
1.....	2.1.1.....
2.....	2.1.2.....
a.....	2.1.2.1.....
b.....	2.1.2.2.....
B.....	2.2.....
III.....	3.....
A.....	3.1.....
B.....	3.2.....
1.....	3.2.1.....
2.....	3.2.2.....

*Sursa: adaptat după Nicolae Gherghel – Cum să scriem un articol științific, Editura Științifică, 1996*

*Nu se va folosi combinația celor două tipuri de numerotări (exemplu: III B 1.2.1).*

*Glosar* Atunci când sunt folosiți termeni tehnici, de specialitate, care pot fi necunoscuți unora dintre cititori, aceștia vor fi definiți în secțiunea *glosar*. El va fi poziționat imediat după textul materialului (5).

*Bibliografia* reprezintă imaginea efortului depus de un autor în cunoașterea subiectului abordat. Materialele tipărite din domeniul promovării sănătății reprezintă finalul unui efort de documentare îndelungat. Sutele de ore dedicate selecției lucrărilor relevante din domeniu, lecturii, sintetizării și sistematizării informațiilor sunt reflectate în secțiunea bibliografie aflată la sfârșitul oricărui material. Se recomandă scrierea bibliografiei cu un corp de literă mai mic decât în restul lucrării. Atât conținutul cât și modul de prezentare corectă a bibliografiei spun foarte multe despre un autor, îi dau credibilitate în relația cu publicul cititor.

Pentru o mai bună înțelegere a folosirii elementelor de structură în redactarea materialelor de promovare a sănătății și educație pentru sănătate, în Anexa 4, sunt prezentate, pe tipuri de materiale, *elementele obligatorii* în vederea unei redactări cât mai corecte.

## **Reguli generale de redactare a bibliografiei**

Există mai multe stiluri în felul de a alcătui lista bibliografică a lucrărilor consultate în vederea elaborării oricărui tip de lucrare tipărită. Fiecare editură, instituție academică își poate impune regulile, pe această temă existând multe controverse în lumea universitară. Important este însă ca elementele de bază să nu lipsească, indiferent de punctuația și ordinea în care ele sunt puse. Acestea sunt: *autorul, titlul, locul publicării, editura și anul de apariție*. Ne vom opri în continuare asupra a două dintre cele mai importante stiluri de citare a referințelor bibliografice.

***Stilul Vancouver.*** Acest stil de citare urmează regulile stabilite de *The International Committee of Medical Journal Editors* (14). Mai este cunoscut și ca: *Uniform Requirements for Manuscripts Submitted to Biomedical Journals*. În stilul de citare Vancouver, sursele bibliografice se menționează *în text sub formă numerică, între*

*paranteze*. Sursa va purta numărul de ordine la care se găsește în lista bibliografică. Lista fiind alcătuită, de obicei, în ordinea citării în text sau în ordinea alfabetică a autorilor.

În privința *ordinii și punctuației* elementelor componente ale referinței bibliografice în stilul Vancouver (24), în exemplul următor, ghidul face referire la trei situații, și anume: citarea unei cărți cu un singur autor, a unui articol cu doi autori și a unei surse din Internet cu un autor.

*1. Pentru cărți:*

Numele autorului și inițiala prenumelui. Titlul cărții. Ediția (prima ediție nu se specifică). Locul publicării: Editura; Anul apariției (publicării).

*2. Pentru reviste*

Numele autorului și inițiala prenumelui. Titlul articolului. Titlul revistei abreviat. Data apariției; Numărul volumului (Numărul curent al revistei):numărul paginii.

*3. Pentru documente din World Wide Web*

Numele autorului (sau editorului) și inițiala prenumelui. Titlul [Online]. Anul [data accesării]. Accesibil la: <http://abcdefghijkl>

Exemplu practic

1. Ogien A. Sociologia devianței. Iași: Polirom; 2002.

2. Tase A., Tițu L. Instruirea pacientului cu insuficiență cardiacă. Management în sănătate 2006 Mar;X(1):28-31.

3. Doboș C. Accesul populației la serviciile publice de sănătate [online]. 2003

[accesat 06.09.2006]. Accesibil la: URL:

<http://www.iccv.ro/romana/revista/rcalvit/pdf/cv2003.3-4.a06.pdf>

***Stilul Harvard.*** În stilul de citare Harvard, sursele bibliografice se menționează *în text între paranteze, cu menționarea numelui, a inițialei prenumelui și a anului de apariție* a sursei citate. Ordinea, punctuația și grafia în acest stil de citare sunt diferite de cele ale stilului Vancouver (22). În următorul exemplu, ne vom referi la aceleași trei situații ca și în cazul Stilului Vancouver.

*1. Pentru cărți:*

Numele autorului, inițiala prenumelui Anul apariției, *Titlul*, Editura, Locul apariției.

*2. Pentru reviste*

Numele autorului, inițiala prenumelui Anul apariției, 'Titlul articolului', *Titlul revistei*, vol., no., pp.

### 3. Pentru documente din World Wide Web

Numele autorului, inițiala prenumelui Anul apariției, 'Titlul articolului', *Numele editorului*, [Online] Accesibil la: <http://abcdefghijkl>

#### Exemplu practic

1. Ogien, A. 2002, *Sociologia devianței*, Polirom, Iași.
2. Tase, A., Tițu, L. 2006, 'Instruirea pacientului cu insuficiență cardiacă', *Management în sănătate*, Anul X, no. 1, pp. 28-31.
3. Doboș, C. 2003, 'Accesul populației la serviciile publice de sănătate', [Online] Accesibil la: <http://www.iccv.ro/romana/revista/rcalvit/pdf/cv2003.3-4.a06.pdf>

În lumea academică se mai recomandă și alte stiluri de citare a surselor bibliografice (6), cum ar fi:

- *American Psychological Association (APA) style guide*
- *Modern Languages Association (MLA) style guide*
- *Turabian style guide*
- *Chicago manual of style etc.*

Indiferent de stilul abordat, va fi apreciată consecvența folosirii lui, într-o listă bibliografică nefiind permisă folosirea mai multor stiluri.

În continuare, vor fi făcute unele precizări cu privire la alcătuirea listei bibliografice (bibliografiei). Înainte de conceperea și redactarea oricărui tip de material scris, sunt consultate o mulțime de surse bibliografice. În timpul consultării acestora, se vor întocmi fișe de lectură pentru fiecare lucrare consultată. Obligatoriu, pe fiecare fișă de lectură vor fi trecute: numele autorului, titlul lucrării, locul de apariție, editura la care a apărut, anul de apariție. Acestea sunt elemente obligatorii în alcătuirea listei bibliografice.

**Autorul** Numele autorului se găsește pe copertă sau în *pagina de titlu*. Se recomandă citarea numelui aflat din pagina de titlu. Uneori numele de pe copertă nu este același cu cel din pagina de titlu. De exemplu: pe copertă apare Diamandescu, iar pe pagina de titlu este scris numele întreg, Dan Diamandescu. În bibliografie se scrie numele și apoi prenumele (inițiala), separate sau nu prin virgulă (Diamandescu D. sau Diamandescu, D.). În cazul numelor autorilor maghiari, se va ține cont de faptul că în pagina de titlu apare mai întâi numele și apoi prenumele autorului. Exemplu: Medgyessy Péter va fi



trecut în lista bibliografică Medgyessy P. sau Medgyessy, P. Aceeași recomandare și pentru numele autorilor chinezi, japonezi (8).

Când există cel mult trei autori, aceștia se scriu ca în exemplul următor: Ionescu, I., Georgescu, D., Marinescu, L. sau Ionescu I., Georgescu D., Marinescu L. În cazul lucrărilor cu mai mult de trei autori, în bibliografie se trece mai întâi titlul lucrării (8) sau este trecut primul autor, urmat de formularea și alții (exemplu: Popescu et al., Popescu și alții) (5).

Când lucrarea are un *autor colectiv*, în locul autorului se va trece numele instituției (autor colectiv) sub coordonarea căreia a apărut cartea și care își asumă responsabilitatea asupra conținutului acesteia. Autorul colectiv reprezintă orice colectivitate (organizație sau grup de persoane) care este identificată printr-o denumire și care se manifestă ca o entitate de sine stătătoare (8).

*Coordonatorul* unei lucrări poate fi trecut în locul destinat autorului, cu o condiție, aceea a mențiunii între paranteze a calității de coordonator. Exemplu: Vlădescu C. (coord.) 2000, *Managementul serviciilor de sănătate*, Expert, București. Lucrarea poate fi citată și începând cu titlul ei, imediat după acesta fiind trecut coordonatorul, cu specificarea “coord.” între paranteze. Exemplu: *Managementul serviciilor de sănătate* 2000, C. Vlădescu (coord.), Expert, București.

*Ordonarea lucrărilor* din bibliografie se poate face în ordinea citării în text sau în ordinea alfabetică a numelor autorilor sau a titlurilor, a instituțiilor autor colectiv (când avem un autor colectiv sau moral). Unii autori opinează pentru citarea mai întâi a lucrărilor cu autori persoană fizică, în ordinea alfabetică a acestora. Alții citează lucrările în ordinea alfabetică a autorilor și titlurilor, nefăcând o distincție între cele două categorii. Ambele variante sunt corecte (8).

**Titlul** Titlul *real* se regăsește în *pagina de titlu* (8). Spunem real, pentru că, uneori, pe copertă, lucrarea are un alt titlu. De exemplu, la editura Teora, a apărut în anul 1999 lucrarea “Metode și uzanțe de evaluare a întreprinderilor” de Sorin V. Stan (titlul luat din pagina de titlu). Pe copertă, titlul apare scris “Evaluarea întreprinderilor – Metode și Uzanțe”. Din acest motiv se recomandă alegerea variantei din pagina de titlu.

Titlul se citează în limba în care este scrisă lucrarea citată. Acesta *nu* se traduce. Dacă a fost consultată lucrarea „*Basic epidemiology*” în original, la bibliografie *nu* se va trece în nici un caz titlul „Bazele epidemiologiei”.

În cazul titlului în limba română numai inițiala primului cuvânt din titlu este scrisă cu majusculă (spre deosebire de alte limbi, de exemplu engleza). Exemplu: se scrie „Managementul serviciilor de sănătate”, *nu* Managementul Serviciilor de Sănătate.

**Locul** Locul publicării îl puteți găsi, de obicei, în pagina de titlu sau în pagina de drepturi – de proprietate. Dacă locul publicării nu poate fi aflat din paginile cărții, acesta nu se citează.

**Editura** Poate fi regăsită, de obicei, în partea de jos a copertei, a paginii de titlu sau în pagina de drepturi. La citarea editurii se va scrie cuvântul „editură” dacă acesta face parte integrantă din denumirea acesteia. De exemplu: *Editura medicală*, *Editura tehnică*. Dacă editura poartă o denumire caracteristică, atunci *nu* se va scrie cuvântul editură (8). De exemplu: *Albatros*, *Univers*, *Humanitas*, *McGraw-Hill*.

**Anul publicării** Anul apariției unei lucrări poate fi depistat în pagina de titlu, în pagina de drepturi, pe copertă etc. Când anul nu poate fi găsit în cuprinsul publicației, acesta se aproximează în funcție de alte informații furnizate de prefață, introducere, uneori chiar de titlul lucrării și se trece între paranteze sau cu semnul întrebării: (1998), 1998? (8).

Toate lucrările citate la bibliografie vor fi însoțite de *numărul curent* corespunzător. Într-o bibliografie *nu* se vor trece titlurile academice, universitare, funcțiile autorilor, ISBN-ul. Pentru o mai bună înțelegere a felului în care se redactează corect o bibliografie, la sfârșitul acestui capitol, poate fi consultată secțiunea **Bibliografie**. Aceasta este redactată în stilul Vancouver.

## **Despre citarea surselor bibliografice și plagiat**

Folosirea surselor este justificată de analiza sau interpretarea critică a acestora, dar și de nevoia unor raportări la texte care susțin

sau întăresc afirmațiile autorului unei lucrări (9). Citarea surselor spune multe despre probitatea și despre profesionalismul autorului unei lucrări.

O etapă premergătoare elaborării unei lucrări este aceea a documentării. Aceasta presupune valorificarea celor mai valoroase surse din domeniul ales. Selecția acestora poate fi făcută numai în urma unui proces de evaluare a surselor de informare (4). În timpul studiului unor lucrări, într-un fișier separat, vor fi notate numele autorilor, titlurile, editura, locul și anul de apariție pentru toate lucrările consultate. Această operație este necesară pentru că în procesul de elaborare a textului de către autor, marcarea între paranteze a sursei citatului sau ideilor este absolut obligatorie. Acest marcaj poartă numele de referință bibliografică.

Astfel, când se fac referiri la ideile unor autori sau când acestea sunt reproduse integral ca citate, este obligatorie *citarea în text* a surselor. Citatul este un fragment dintr-o lucrare reprodus întocmai într-o altă lucrare și cu precizarea sursei între paranteze; de exemplu, în *sistemul Harvard* (23): „(Olteanu 1992)” sau, atunci când ne referim direct la autorul Olteanu și o lucrare a lui, între paranteze se va menționa anul, ca în exemplul următor: „În lucrarea sa, Virgil Olteanu (1992) subliniază că...”. În *Stilul Vancouver*, lucrările trecute la bibliografie se numerotează în funcție de ordinea alfabetică a autorilor acestora sau a titlurilor sau în funcție de ordinea citării în text. Referința va fi atunci făcută la numărul de ordine al lucrării sau autorului din care se citează, de exemplu: (21), aceasta fiind poziția la care vom găsi lucrarea autorului Olteanu V. Dacă se invocă direct numele autorului, după acesta va fi trecut între paranteze numărul de ordine din lista bibliografică (de exemplu: „după părerea lui Olteanu (21), titlul reprezintă...”).

Pentru a evita repetarea unui nume sau a unei referințe bibliografice, între paranteze se va folosi latinescul *idem*. Dacă în continuare se va face referire la aceeași lucrare (citată cu *idem*), se va folosi latinescul *ibidem*, scris între paranteze.

**Plagiatul** reprezintă uzurparea paternității unei opere de creație intelectuală, în întregime sau în parte, considerându-se plagiat nu

numai însușirea textului dar și a ideilor altui autor fără a-l cita, și prezentarea lor drept creații personale (21). În România, problema paternității unei opere de creație intelectuală este reglementată de Legea drepturilor de autor și drepturilor conexe nr. 8/1996. Astfel, în Capitolul VI Limitele exercitării dreptului de autor, la art. 33, alineatul (1) se stipulează: „sunt permise, fără consimțământul autorului și fără plata vreunei remunerații, următoarele utilizări ale unei opere aduse anterior la cunoștința publică, cu condiția ca acestea să fie conforme bunelor uzanțe, să nu contravină exploatării normale a operei și să nu îl prejudicieze pe autor sau pe titularii drepturilor de utilizare: [...] b) utilizarea de scurte citate dintr-o operă, în scop de analiză, comentariu sau critică ori cu titlu de exemplificare, în măsura în care folosirea lor justifică întinderea citatului” (16). Autorul are drept de proprietate asupra creației sale, iar încălcarea drepturilor recunoscute și garantate de Legea 8/1996 atrage răspunderea civilă, contravențională sau penală, după caz. Dreptul la proprietate este garantat în primul rând de Constituția României (7).

## **Norme de limbaj**

*World Health Communication Network* recunoaște în comunicare unul dintre determinanții sănătății (1). Tocmai acest lucru obligă realizatorii materialelor scrise din domeniul promovării sănătății și educației pentru sănătate la o abordare profesionistă a conceperii, elaborării și redactării acestora. Trebuie să fie stabilite de la început problemele cheie asupra cărora se va face referire în text (19). Numărul acestora depinde de mărimea materialului.

În elaborarea unui text nu trebuie pierdut niciodată din vedere publicul căruia se adresează materialul respectiv. Autorul trebuie să precizeze de la bun început foarte clar cui se adresează, adecvând atât conținutul cât și limbajul tipului de public vizat. Astfel, limbajul va fi adecvat, de exemplu, caracteristicilor de mediu de rezidență, cultură, vârstă ale publicului cititor avut în vedere. Va folosi cuvinte din fondul lexical principal (11) – „parte esențială a vocabularului unei limbi, caracterizată printr-o mare stabilitate, cuprinzând toate

cuvintele cu mare frecvență care denumesc, de obicei, noțiuni fundamentale și care sunt, în general, cuvinte vechi, cu numeroase derivate și cu multe expresii și locuțiuni” (2). Publicul trebuie să înțeleagă corect mesajul pe care autorii vor să-l transmită. Acest mesaj trebuie să fie acceptabil din punctul de vedere al culturii locale, nu trebuie să aducă ofense nimănui (18).

Atunci când se folosesc termeni tehnici, ei trebuie explicați pentru a da claritate textului. Dacă ei sunt foarte numeroși se vor aduna la sfârșitul materialului în secțiunea *Glosar* (18). Se va evita jargonul de specialitate. Acesta este permis între specialiști, în exprimările orale ale acestora, dar numai în întâlnirile neoficiale.

Textul trebuie să fie scris într-o limbă corectă gramatical (se recomandă, ca instrumente de lucru, *Dicționarul explicativ al limbii române, 1996* și *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române, 2005*). Pentru orice text în limba română se vor folosi caracterele românești (semnele diacritice), conform normelor Academiei Române și altor acte normative în vigoare (12,13,17). Vor fi evitate frazele lungi și complexe, recomandându-se ca o frază să nu aibă mai mult de 10 cuvinte (18). Într-o frază prea lungă se pot pierde ideile, astfel încât cititorul poate fi deconcertat și se pot produce confuzii asupra conținutului. Nici folosirea virgulelor nu reprezintă o soluție în clarificarea textului. Virgulele puse greșit pot modifica înțelesul acestuia și de aceea se recomandă folosirea lor cu multă prudență. Interesul creatorului de mesaje pentru materialele din domeniul promovării sănătății este îmbunătățirea comunicării cu publicul țintă și răspunsul adecvat și rapid din partea acestuia (11).

Un text științific trebuie să fie scris într-un “limbaj simplu, direct, concis și clar, combinat cu o prezentare logică a ideilor” (10). Spre deosebire însă de un text științific, în care adresarea este impersonală, limbajul folosit într-un material de promovare a sănătății trebuie să fie unul colocvial, adresarea să fie directă, personală, dar neapărat literară. Simplitatea limbajului direct nu trebuie să distorsioneze adevărul științific ori părțile tehnice ale mesajelor de promovare a sănătății și educație pentru sănătate (20). Se recomandă

evitarea abrevierilor și acronimelor (18). Dacă folosirea lor este necesară, acestea vor fi definite.

Se va evita abuzul de termeni în limbi străine. Dacă folosirea lor este imperios necesară, aceștia vor fi marcați grafic (de obicei cu litere cursive – *italic*). În aceste cazuri se vor folosi *notele de subsol* în care termenii vor fi traduși sau explicați. Marcajele în text pentru indicarea notelor de subsol pot fi făcute cu indici (<sup>1</sup>) sau asteriscuri (\*). Se pot redacta note de subsol și pentru anumite referințe bibliografice sau alte tipuri de explicații asupra textului.

Odată redactat, textul va fi citit altora sau va fi dat altora spre a fi citit. Se va cere părerea acestora în privința clarității și corectitudinii conținutului și limbajului. Toate observațiile pertinente vor fi înglobate în text (22). Se recomandă ca înainte de punerea sub tipar a oricărui material scris, acesta să fie dat spre corectare unui corector profesionist. Lectorul corector se va concentra asupra sensului, formelor sintactice și gramaticale, corecteză greșelile de tipar, adaugă cuvinte omise și elimină repetările.

## ***Bibliografie***

1. Apfel F. Introduction. In: The pen is as mighty as the surgeon's scalpel: Improving health communication impact. Based on proceedings of The WHO European Health Communication Network Consultation on Health and Environmental Communication Policy; Moscow, 28-30 May 1998; London: The Nuffield Trust; 1999. p. 2.
2. Academia Română, Institutul de Lingvistică "Iorgu Iordan". Dicționarul explicativ al limbii române. București: Univers Enciclopedic; 1996.
3. Academia Română, Institutul de Lingvistică "Iorgu Iordan-Al.Rosetti". Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române. București: Univers Enciclopedic; 2005.
4. Barbu L., Tufănaru C. Cercetarea bibliografică și rolul ei în realizarea lucrărilor științifice. Management în sănătate 2005 Mar; IX(1):p.28-32.
5. Chelcea S. Cum să redactăm o lucrare de diplomă, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socioumane. București: comunicare.ro; 2005.

---

*1 Nota de subsol*

*\* Nota de subsol*

6. Concordia University. Citation and style guides [Online]. 2006 [accesat la data de 29.09.2006]. Accesibil la: URL: <http://library.concordia.ca/help/howto/citations.html>
7. Constituția României din 21 noiembrie 1991 - republicare în Monitorul Oficial nr. 767 din 2003.
8. Descrierea și catalogarea publicațiilor: vol.2, București: CSPC;1977.
9. Fragniere J.-P. Comment faire un memoire?. Lausanne: Réalités sociales; 1985.
10. Gherghel N. Cum să scriem un articol științific. București: Editura Științifică; 1996.
11. Harvard School of Public Health, Health Literacy Studies, Department of Society, Human Development, and Health. Clear and to the Point: Guidelines for Using Plain Language at NIH [Online]. 2000. [Accesat la data de 29.09.2006]. Accesibil la: URL: [www.hsph.harvard.edu](http://www.hsph.harvard.edu)
12. Hotărârea din 1993 a Prezidiului Academiei Române privind modul de aplicare a "â" și "sunt" în grafia limbii române, Monitorul Oficial nr.59 din 1993.
13. Hotărârea din 17 februarie 1993 a Adunării generale a Academiei Române, privind revenirea la "â" și "sunt" în grafia limbii române, Monitorul Oficial nr. 51 din 1993.
14. The International Committee of Medical Journal Editors. Uniform Requirements for Manuscripts Submitted to Biomedical Journals. [Online]. 2006. [Accesat la data de 29.09.2006]. Accesibil la: URL: <http://www.icmje.org/>
15. Legea nr. 111/1995 privind constituirea, organizarea și funcționarea Depozitului legal de documente indiferent de support. Monitorul Oficial nr. 119 din data de 7 februarie 2005.
16. Legea nr. 8 din 14 martie 1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe. Monitorul Oficial nr. 60 din 1996.
17. Lege nr. 183 din 16 mai 2006 privind utilizarea codificării standardizate a setului de caractere în documentele în formă electronică, Monitorul Oficial 443 din 2006.
18. McCall D. How to Write a Brochure to Promote Health [Online]. 2005. [accesat la data de 10.09.2006]. Accesibil la: [URLwww.sexualityandu.ca/teachers](http://www.sexualityandu.ca/teachers)
19. Medline Plus: A service of The U.S. National Library of Medicine and The National Institutes of Health. How to write easy to read health materials [Online]. 2006. [Accesat la data de 06.10.2006]. Accesibil la: URL:<http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/etr.html>
20. National Cancer Institute. Clear & Simple: Developing Effective Print Materials for Low-Literate Readers. [Online]. 2003. [Accesat la data de

- 01.10.2006]. Accesibil la: URL: <http://www.nci.nih.gov/aboutnci/oc/clear-and-simple/page5>
21. Olteanu V. Din istoria și arta cărții. București: Editura Enciclopedică; 1992.
  22. UNESCO. Focusing Resources on Effective School Health: Planning and/or Writing a story. [Online]. 2006? [Accesat la data de 12.09.2006] Accesibil la URL: <http://portal.unesco.org/education/en/>
  23. University of Queensland. Harvard Style UseIt [Online]. 2006. [Accesat la data de 29.09.2006]. Accesibil la URL: <http://www.library.uq.edu.au/training/citation/harvard.html>
  24. University of Western Australia, The Library. Citing your sources - Vancouver style [Online]. 2006. [Accesat la data de 29.09.2006]. Accesibil la URL: [http://www.library.uwa.edu.au/education\\_training\\_and\\_support/guides/how\\_to\\_cite\\_your\\_sources/citing\\_your\\_sources\\_-\\_vancouver\\_style](http://www.library.uwa.edu.au/education_training_and_support/guides/how_to_cite_your_sources/citing_your_sources_-_vancouver_style)



## IV. TEHNOREDACTAREA

*Elena Enciu*

Tehnoredactarea reprezintă pregătirea tehnică și grafică a unei lucrări manuscris înainte de a începe operația de tipărire (2). Aceasta este foarte importantă, ea creând prima impresie în prezentarea unei lucrări care respectă regulile și metodologia de redactare.

În acest capitol se vor face anumite recomandări despre cum trebuie prezentat un material tipărit din punctul de vedere al tehnoredactării. Dacă textul (informația) unui material de promovare a sănătății trebuie scris într-un limbaj simplu, direct, logic și foarte clar (3), atunci și imaginea grafică a textului materialului trebuie să urmeze aceleași coordonate, adică să fie simplu, ordonat, lizibil, uniform și logic.

În cazul unui material din domeniul promovării sănătății, gen broșură, afiș etc., la fel de importantă ca informația pe care o cuprinde materialul este și prezentarea grafică a acestuia. Informația împreună cu prezentarea (aspectul) materialului trebuie să fie un tot unitar. Prin intermediul aspectului grafic, materialul devine un produs, la acest lucru contribuind nu numai informația cuprinsă în material, ci și tipul de literă folosit. Este important ca întregul material să fie omogen, adică să se folosească aceeași încadrare în pagină, același tip de caractere, aceleași marcaje, să fie structurat ierarhic în același mod.

Existența programelor de editare computerizată face facilă realizarea tehnoredactării unui text, a unei lucrări, dar trebuie respectați anumiți pași pentru ca rezultatul să fie cel așteptat. Dacă aceste reguli erau stabilite altădată de tipografii după principii foarte clare, acum autorul își poate face regulile, dar responsabilitatea este foarte mare și rezultatul trebuie să fie cel dorit, adică o lucrare ordonată. Recomandările sunt generale, deoarece un material realizat pentru promovarea sănătății poate fi prezentat sub formă de broșură, care la rândul ei poate avea diverse dimensiuni, afișe, pliante, fluturași etc.

## Reguli de paginație

Spațiul dintre marginea unui material și textul scris este recomandat să aibă aproximativ următoarele dimensiuni: sus, jos, dreapta, stânga – 1,27 cm. Dacă se va utiliza un program de creare a broșurilor, dimensiunile sunt uneori implicite (exemplu: programul Microsoft Word, program de editare de texte). Aceste caracteristici pot fi găsite și modificate în FILE/Page Setup. Se va ține cont de faptul că materialul va fi sau nu pliat.

Numerotarea paginilor se va face în partea dreaptă-jos sau la mijloc-jos.

Dreptunghiul de text al unei pagini obișnuite trebuie să fie perfect închis; paginile nu pot începe cu ultimul rând al unui paragraf, mai scurte decât lățimea formatului de text, și nici nu se pot încheia cu primul rând al unui paragraf.

Autorii materialelor de promovare a sănătății și educație pentru sănătate trebuie să aibă în vedere la definitivarea acestora formatul și numărul de pagini exact. Pentru o mai ușoară manevră a unei broșuri, de exemplu, trebuie ales un format adecvat. Numărul de pagini ales este important mai ales în cazul editării broșurilor (până în 50 de pagini). Acesta trebuie să fie un multiplu de 4. Filele unei broșuri se obțin prin plierea foilor tipografice și capsarea lor la mijloc. Dintr-o foaie tipografică vor rezulta 2 file, adică 4 pagini de broșură. Aceste pagini trebuie acoperite cu text și imagini.

## Caractere

**Stilul de scriere** (FONT STYLE) reprezintă atributele caracterelor (4): drepte, *aplecate (cursive, italic)* sau **îngroșate (aldine, bold)**. Tentația de a folosi mai multe stiluri, fie pentru a sublinia ceva sau pentru că aspectul grafic pare mai frumos, este destul de mare, dar se recomandă stilul REGULAR, care este implicit.

**Tipurile de font** (FONT) reprezintă felul în care este construită “arhitectura” literei: Arial, Comic Sans MS, Times New Roman, Garamond. Tipurile recomandate sunt Arial sau Times New Roman.

De asemenea, și multitudinea de tipuri de font încântă și există dorința de a se folosi mai multe tipuri în același document, dar acest lucru va obosi cititorul și îi va distra atenția de la conținutul materialului; se recomandă folosirea a maxim trei tipuri de fonturi (5). Se va ține cont de problematica abordată și de cei cărora le este adresat materialul, dacă sunt copii, adulți sau vârstnici, deoarece fontul joacă un rol important în exprimarea mesajului.

**Mărimea corpului de literă** (SIZE) reprezintă dimensiunea corpului de literă exprimată în puncte (POINTS): 8, 10, 12, 14 etc. Se folosește mărimea 12 pentru textul normal al lucrării și 14 pentru titlurile de capitole. Folosirea unui font de dimensiuni mai mici va obosi foarte tare cititorul, iar un font prea mare nu va da un aspect plăcut lucrării.

Pentru o mai bună înțelegere a textului este necesară scrierea cu caractere românești; acest lucru nu mai constituie o problemă pentru că programele de editare dau posibilitatea folosirii semnelor diacritice.

Folosirea în același timp a tipului de scris subliniat sau a literelor majuscule, bold sau italic va avea efecte negative asupra calității materialelor tipărite și poate distorsiona mesajul acestora (5). De aceea, pentru sublinierea elementelor importante din text este recomandată folosirea tipului de scris bold sau italic, dar și în acest caz cuvântul de ordine este măsura.

## **Alineat și paragraf**

Alineatul este definit ca un rând “dintr-un text care începe mai la dreapta decât celelalte, pentru a marca trecerea la o idee nouă” (2). În cazul broșurilor folosirea alineatului este opțională.

Paragraful, în termeni strict tipografici, reprezintă textul scris între două alinee consecutive. El segmentează textul, ordonându-l în jurul unor idei importante. În programul Word comenzile referitoare la paragraf se găsesc în meniul FORMAT/Paragraph. Tot aici se stabilește distanța dintre rânduri; se recomandă utilizarea distanței „la un rând” – SINGLE, iar distanța dintre paragrafe se stabilește de

obicei la 6 puncte. Programele de editare computerizată dispun de patru comenzi rapide de aliniere: *alinierea la stânga* (ALIGNMENT LEFT) – spațiile dintre cuvinte pe fiecare rând au aceeași dimensiune, dar creează impresia unei puneri în pagină neîngrijite; *alinierea la centru* (ALIGNMENT CENTERED) – acest tip de aliniere se folosește în tabele și pentru titluri; *alinierea la dreapta* (ALIGNMENT RIGHT) – folosită pentru alinierea numerelor în tabele; *alinierea la ambele extremități ale rândului tipografic* (ALIGNMENT JUSTIFIED) – alinierea clasică și cea recomandată, conferă paginii un aspect îngrijit.

## **Punctuație**

Conform uzanțelor tipografice, semnele de punctuație sunt lipite de cuvântul din stânga lor și sunt urmate de un singur spațiu (blanc). Această regulă nu se aplică în cazul abrevierilor uzuale (ș.a. nu ș. a.), a abrevierilor de circulație internațională sau națională (O.M.S. nu O. M. S., C.N.A.S. nu C. N. A. S.), în interiorul abrevierilor unor prenume succesive urmate de numele de familie scris întreg (T.N. Ionescu nu T. N. Ionescu).

În interiorul parantezelor nu va exista spațiu între prima paranteza și cuvântul următor și ultima paranteză și cuvântul anterior.

În cazul cuvintelor care sunt despărțite de o bară oblică, nu există spațiu între bară și cuvinte (și/sau *nu* și / sau).

## **Contraste grafice**

Pe parcursul unei lucrări este resimțită necesitatea unor *contraste grafice*, prin care să se evidențieze anumite grupuri de litere, cuvinte, sintagme, frânturi de fraze. Programele de editare pun la dispoziție trei tipuri de contraste, care pot fi și combinate între ele: *ITALIC*, **BOLD**, UNDERLINE (SUBLINIAT). Cel mai răspândit sistem de reliefare prin contrast grafic și cel recomandat este redarea în *ITALIC* pe fond *REGULAR*, pentru a se obține un efect optic special care va atrage atenția cititorului asupra abaterii, astfel lectura va fi mai inteligibilă și conținutul se va sistematiza.

Se scriu ITALIC în cadru REGULAR: cuvintele-cheie, expresii și sloganuri pe care autorul vrea să le reliefeze în mod deosebit; titluri de opere științifice, articole; termeni tehnici specializați (ex. *Diagrama GANTT*); cuvinte sau expresii în limbi străine (*know how*).

Tipul de contrast grafic BOLD este folosit pentru evidențierea titlurilor și subtitlurilor.

“Pentru a pune în evidență o *singură categorie de fapte* se va folosi un *singur element de contrast*” (2) este un principiu de bază, chiar o lege.

### **Marcatori și numerotare (*Bullets and Numbering*)**

Programele de editare pun la dispoziție posibilitatea de numerotare automată sau folosirea în cazul enumerărilor a unor elemente grafice (•, ⇨, □, ✱, ▲, ➤, ●, ◆). Se recomandă folosirea acestora automată, adică așa cum sunt ele stabilite de computer, și nu introducerea lor cu ajutorul tastaturii. Numerotarea și semnele grafice se vor lua din meniul FORMAT/BULLETS AND NUMBERING, aceasta pentru a exista aceeași dimensiune între număr sau marcator și text pe tot parcursul lucrării. Și în acest caz se utilizează unitatea lor în text, nu se vor folosi mai multe tipuri de semne grafice în cazul enumerărilor.

### **Cifre**

Un material poate conține o multitudine de cifre și de aceea este important cum se scriu cifrele în cadrul unui text. Există trei posibilități de a exprima grafic un număr:

1. în litere: *treizeci și trei*;
2. în cifre romane: *XXXIII*;
3. în cifre arabe: 33.

*Scrierea literală a numerelor* se utilizează în cazul numerelor ordinale (*al doilea pacient* a răspuns foarte bine la tratament), fracții

(o treime din populația interviuată...), desemnarea timpului (proiectul a durat *trei* luni). Se recomandă scrierea literală a lui 2 și 12, pentru evitarea confuziilor de gen (exemplu: nu se va scrie 2 *fete*).

*Scrierea cu cifre romane a cifrelor* se folosește în cazul unor numere ordinale (clasa a *II-a*, trimestrul al *III-lea*), numerotarea capitolelor.

*Scrierea numerelor cu cifre arabe* este cel mai des utilizată și datorită ușurinței de utilizare există tendința de a se folosi numai acest tip de scriere a numerelor. Numerele foarte mari care depășesc ordinul miilor vor fi scrise, respectându-se principiul valorii aritmetice astfel: 123 456 789 *nu*: 123456789; pentru a ușura citirea numărului se mai poate folosi și modalitatea de scriere cu puncte și fără blankuri (123.456.789).

Anii nu se vor scrie cu spațiu adică 1 996, ci 1996. În limba română separarea dintre număr și zecimală se face prin *virgulă*, și nu prin punct (exemplu: 157,72 *nu* 157.72). Separarea prin punct în limba română indică ordinul miilor.

### ***Scrierea numerelor în tabele***

În Tabelul 1 este prezentată modalitatea de redare a rezultatelor numerice ale unei cercetări în cadrul unui tabel.

Tabelul 1 Scrierea numerelor în tabele

<b>XXXXXXXX</b>	<b>XXXX</b>	<b>XXXXXX</b>	<b>XXXXX</b>
<b>XXXXXX</b>	1.234	432	567
<b>XXX XXXX</b>	7.654	13.579	98.765
<b>XXXX XXX XX</b>	24.680	148.260	224.466
<b>XXX XXXX XX</b>	11.111	22.222	333.333

Titlurile coloanelor vor fi aliniat central, titlurile liniilor aliniat la stânga, iar cifrele aliniat la dreapta. Dacă un tabel va

conține numere formate doar din același număr de cifre (5; 55; 555), acestea pot fi aliniate central.

### **Șase reguli ale lui Roger C. Parker (6)**

1. Niciodată nu micșora dimensiunea caracterelor pentru a putea înghesui un text undeva.
2. Niciodată nu micșora distanța dintre rânduri pentru a determina un text să încapă undeva.
3. Renunță la obiceiul de a adăuga două spații după punct.
4. Evită sublinierea.
5. Niciodată să nu scrii un titlu numai cu majuscule.
6. Nu apăsa Enter de două ori la sfârșitul fiecărui paragraf.

### **Culoarea și textura hârtiei**

Culoarea și textura hârtiei pe care va fi tipărit materialul are, de asemenea, un rol foarte important. O mare atenție trebuie acordată combinațiilor dintre culorile, texturile hârtiei pe care va fi tipărit materialul și culorile, tipurile și mărimile fonturilor cu care este scris materialul (1). Este recomandată alegerea unui fond mai deschis pe care se va scrie cu fonturi închise la culoare ; alegerea culorilor trebuie făcută cu mare atenție pentru a nu distrage atenția de la mesajul materialului și pentru a veni în completarea acestuia. Pentru o alegere reușită este recomandată consultarea specialiștilor în domeniu, cărora autorul trebuie să le sugereze, explice despre ce fel de mesaj este vorba, cui se adresează și ce se urmărește prin transmiterea mesajului respectiv.

### **Prezentarea în Powerpoint**

În cazul în care se intenționează lansarea publică a unui material tipărit din domeniul promovării sănătății și educației pentru sănătate prin prezentarea în fața unui auditoriu, autorul poate folosi două modalități: în format electronic sau pe foi transparente. În ambele

cazuri se va folosi programul PowerPoint al pachetului Microsoft Office. Prezentarea realizată trebuie să atragă atenția într-un mod plăcut, să nu plictisească și să prezinte esența lucrării. Prezentarea reprezintă înfățișarea în fața unei audiențe a conținutului materialului lansat prin rezumarea acestuia la ideile principale, formulate în propoziții scurte sau doar cuvinte cheie. Nu se vor afișa paragrafe întregi de text.

Înainte de a realiza prezentarea, autorul se va informa asupra locului de desfășurare a lansării (mărime sală), tipului de auditoriu prezent și timpului alocat prezentării.

În afara conținutului atent dozat al prezentării, foarte importantă este estetica acesteia. Prezentăm în continuare câteva reguli cu caracter de normă ce trebuie respectate pentru ca prezentarea să fie corectă și din punct de vedere estetic.

- *Fondul prezentării (culoarea) și caracterele (culoare, dimensiune, stil).* Este recomandat ca titlul să aibă o dimensiune de minim 40 de puncte, iar restul textului de minim 32 de puncte; nu se vor folosi mai mult de două stiluri ale caracterelor; se recomandă alegerea unui contrast plăcut între fond și caracter (nu se va folosi niciodată roșu pe albastru).
- *Unitatea de stil.* Fondul prezentării (*background*) și tipul caracterelor vor fi unitare în întreaga prezentare.
- *Numărul de rânduri.* O pagină (*slide*) va avea cinci rânduri în cazul paginării *landscape* și șapte rânduri în paginarea *portrait*.
- *Animația.* Acest program permite animarea textului și a obiectelor, imaginilor din pagină, dar pe cât de interesantă și atrăgătoare este această posibilitate, pe atât de obositoare poate fi și poate strica întreaga prezentare. De aceea folosirea diferitelor stiluri de animație va fi făcută cu prudență. Se recomandă folosirea aceluiași stil de animație de la o pagină (*slide*) la alta și chiar de la un paragraf la altul. O animație foarte diversă și neadecvat aleasă poate deranja și obosi foarte mult publicul. De asemenea, se recomandă alegerea opțiunii în care animația să fie făcută în mod automat, la câteva secunde.



- *Grafice și tabele.* Dacă prezentarea conține grafice și tabele, acestea vor fi realizate astfel încât auditoriul să poată vedea foarte clar.
- *Numărul de pagini.* O prezentare nu ar trebui să conțină mai mult de 20-30 de pagini (*slide-uri*). Numărul de pagini va fi proporțional cu timpul rezervat prezentării. Nu întotdeauna ce este mult este și bun.

## ***Bibliografie***

1. DiMarzio A. Designing Brochures that Work [Online] [Accesat la data de 29.09.2006] Accesibil la: URL: [http://www.hbgraphics.com/articles/design\\_broch.htm](http://www.hbgraphics.com/articles/design_broch.htm)
2. Funeriu I. Principii și norme de tehnoredactare computerizată. Timișoara: Amarcord; 1998
3. Gherghel N. Cum să scriem un articol științific. București: Editura Științifică; 1996
4. Guery L. *Precis de mese en page.* Paris: CFPJ; 1995
5. McDunn D. Designing a Professional Brochure [Online] 2004 [Accesat la data de: 01.10.2006] Accesibil la: URL: [http://www.brochures.com/brochure\\_design.html](http://www.brochures.com/brochure_design.html)
6. Parker RC Tehnoredactare computerizată & design pentru toți. București: Teora; 1996 *apud* Funeriu I. Principii și norme de tehnoredactare computerizată. Timișoara: Amarcord; 1998

## **ANEXA 1**

### **LISTĂ DE VERIFICARE A MATERIALELOR DE INFORMARE ȘI EDUCARE**

- Care este scopul materialului?
- Care este tema prezentată?
- Sunt prezentate mai multe subiecte?
- Ce informații sunt prezentate?
- Sunt prezentate informațiile care ar trebui să fie prezentate?
- Informațiile prezentate au legătură cu scopul, tema și titlul materialului?
- Cui se adresează materialul de informare?
- Este relevant materialul pentru cititori?
- Informațiile prezentate sunt corecte științific?
- Este materialul accesibil celor pentru care a fost editat?
- Sunt înțelese informațiile de către cititori?
- Sunt acceptate informațiile de către cititori?
- Sunt respectate valorile, credințele și opțiunile cititorilor?
- Sunt indicate în material și alte surse suplimentare de informare?
- Sunt indicate în material modalități alternative de ajutor?
- Este prezentată explicit și clar sursa dovezilor științifice și a tuturor informațiilor utilizate pentru elaborarea materialului respectiv?
- Este oferită cititorilor posibilitatea de a evalua calitatea informațiilor furnizate?
- Este descris impactul celor propuse în materialul respectiv asupra vieții de zi cu zi și asupra calității vieții?
- Sunt prezentate informații corecte privind efectele și consecințele negative asociate celor propuse/recomandate în material?

- ❑ Sunt prezentate informații corecte privind beneficiile/efectele benefice asociate celor propuse/recomandate în material?
- ❑ Sunt prezentate informații corecte privind consecințele faptului de a nu schimba nimic?

## **ANEXA 2**

### **LISTĂ DE VERIFICARE A GRADULUI DE ÎNȚELEGERE A MATERIALELOR DE INFORMARE ȘI EDUCARE**

- Limbajul este utilizat adecvat?
- Este evitată pe cât posibil utilizarea jargonului medical?
- Pot fi înțelese informațiile furnizate?

## ANEXA 3

### LISTĂ DE VERIFICARE A UTILITĂȚII MATERIALELOR DE INFORMARE ȘI EDUCARE

- ❑ Pot oamenii să se ajute singuri pe baza informațiilor furnizate, atunci când acest lucru este posibil?
- ❑ Îi ajută pe oameni informațiile furnizate să beneficieze în mai mare măsură de ajutorul specialiștilor, atunci când este cazul?
- ❑ Îi ajută pe oameni informațiile furnizate să se simtă mai bine din punct de vedere psihologic?
- ❑ Îi ajută pe oameni informațiile furnizate să-și dea acordul informat pentru îngrijirile medicale preventive sau curative sau procedurile propuse?
- ❑ Îi ajută pe oameni informațiile furnizate în explicarea efectelor/implicațiilor asupra sănătății pe care le au anumite comportamente?
- ❑ Informațiile furnizate ajută la îmbunătățirea abilităților de a identifica și de a face față problemelor?
- ❑ Informațiile furnizate îmbunătățesc cunoștințele cititorilor?
- ❑ Informațiile furnizate determină creșterea capacității de a căuta și de a solicita ajutorul specialiștilor sau al altor persoane din comunitate care pot ajuta într-un anumit fel pe cel aflat în nevoie?
- ❑ Informațiile furnizate contribuie la familiarizarea cu tipurile de subiecte care ar putea și ar trebui discutate cu specialiștii?
- ❑ Informațiile furnizate contribuie la înțelegerea celor comunicate de către specialiști?
- ❑ Informațiile furnizate contribuie la creșterea capacității de a formula întrebări relevante despre anumite subiecte sau teme?
- ❑ Informațiile furnizate clarifică faptul că problemele persoanelor respective sunt reale și sunt recunoscute?

- Pe baza informațiilor furnizate persoanele respective simt că sunt mai bine pregătite să facă față problemelor și să identifice modalități de soluționare a acestora?
- Pe baza informațiilor furnizate persoanele respective înțeleg ce implicații au deciziile lor și de ce sunt necesare deciziile respective ?
- Pe baza informațiilor furnizate persoanele respective se simt mai sigure pe sine și dețin controlul asupra propriei vieți?

## ANEXA 4

### ELEMENTE OBLIGATORII ÎN STRUCTURA MATERIALELOR TIPĂRITE

Elemente obligatorii		Tip material						
		Broșură	Pliant	Afiș	Fluturaș	Calendar	Autocolant	Pancartă
Coperta**	Autorul	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Titlul	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Editura	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Anul publicării	✓ *	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Locul publicării	✓ *	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Pagina de titlu	Autorul	✓						
	Titlul	✓						
	Ediția	✓						
	Editura	✓						
	Anul publicării	✓						

	Locul publicării	✓						
Pagina de drepturi	CIP	✓						
	ISBN	✓						
	Copyright (©)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
	Depozit legal	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Cuprins		✓	✓					
Prefață*		✓						
Corpul lucrării	Rezumat*	✓						
	Introducere*	✓	✓					
	Lucrare	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Concluzii*	✓	✓					
	Anexe*	✓						
	Glosar*	✓	✓					
	Bibliografie	✓	✓					

\* Aceste elemente apar în funcție de opțiunea autorului

\*\* Coperta, în cazul tuturor materialelor (în afară de broșuri), ține loc și de pagină de titlu