



European
Basic Skills
Network

Предоставяне на здравна информация на хора с по- ниски нива на грамотност

Авторско право © 2022 Roda - Parents in Action, Nasz Bocian,
Сдружение „Зачатие“, European Basic Skills Network

Всички права запазени.

Автори: Золтан Варкони & Тамаш Харангозо
European Basic Skills Network, Progress Consult Ltd., Унгария,
всички права запазени, 2022 г.

Редактор на оформление: Маргарита Волкова
European Basic Skills Network, Progress Consult Ltd., Унгария,
всички права запазени, 2022 г.

Преводач: Ирина Попова,

Настоящата книга е резултат от сътрудничеството
по проект по програма „Еразъм +“ от четири организации:

Roda - Parents in Action от Хърватия

Nasz Bocian от Полша

Сдружение „Зачатие“ от България

European Basic Skills Network от Унгария

Тази книга е изготвена като един от резултатите
от Erasmus+ KA2 проект „Together for Fertility“
(2021–2024 г., проект № 2021–1-HR01-KA220-ADU-000033647).

Тази публикация е изготвена с финансовата подкрепа на Европейската комисия.
То отразява единствено становището на автора и Комисията не носи
отговорност за евентуалното използване на съдържащата се тук информация.

Идентификационен номер на проекта: 1

Creative Commons Лиценз

Разпределение-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)



Отказ от отговорност

Тази публикация отразява възгледите само на авторите и Комисията не може да носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в нея.



Съфинансирано от
Европейския съюз



AGENCY FOR
MOBILITY AND
EU PROGRAMMES



1. ВЪВЕДЕНИЕ

Настоящата брошура служи като спомагателен материал за проекта по Еразъм+ KA2 програма, наречен „**Together for Fertility**“. Ресурсите и структурата на брошурата се основават на програма за обучение, реализирана в рамките на проекта. Темите на обучението и цялостната структура бяха прегледани и приети предварително от партньорите по проекта.

Основната цел на брошурата е да представи препоръки и да предостави практически инструменти, които подпомагат успешното изпълнение на плана на проекта. По-точно брошурата съдържа стратегически и практически методи за предаване на здравна информация на възрастни с предизвикателства при четенето, писането и използването на цифрови устройства и платформи. Следователно брошурата има за цел да помогне на членовете на проекта да изготвят резултатите, така че да са подходящи за включване на целевата група с основни нужди от умения.

2. РАЗБИРАНЕ НА ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТО НА ОСНОВНИТЕ УМЕНИЯ ЗА ВЪЗРАСТНИ

Акцентът върху повишаването на квалификацията на възрастните по отношение на основните умения отдавна е във фокуса на ЕС, който се основава на тревожни данни и значителни последици от недостатъчните умения за четене, писане, изчисляване и основни дигитални умения. Според Европейската комисия¹, почти 20 % от пълнолетното население на ЕС не разполага с необходимите основни умения и близо 22 % от тях са получили най-много прогимназиален етап на средното образование. Аналогично, проучването PIAAC² на ОИСР показва, че почти 30 % имат нисък резултат³ по отношение на езиковата и математическата грамотност и основните цифрови умения.

Недостатъчните основни умения оказват голямо въздействие върху житейските възможности на отделните хора, както и върху начина, по който функционират обществата и националните икономики като цяло. Изображението⁴ по-долу показва шест от най-забележителните ползи от инвестирането в основни умения за възрастни.

Образованието и развитието на умения оказват положително въздействие върху:



Фиг. 1: Образованието и развитието на умения оказват положително въздействие върху шансовете за живот.

1 Европейска комисия. (2016). *Повишаване на квалификацията Pathways*, официална уеб страница. URL: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1224>

2 Програмата за международна оценка на компетентностите за възрастни (PIAAC) е програма за оценка и анализ на уменията за възрастни.

3 Данните показват средната стойност на ОИСР, на или под ниво 1 по отношение на езиковата и математическата грамотност и неуспешен или неуспешен опит в областта на цифровите умения.

4 Европейска комисия. (2019). *Информационен документ — Въздействие на образованието и уменията върху житейските възможности*. (електронен документ). URL: съвпадение за: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1224>.

Когато става въпрос за предаване на здравна информация на възрастни, основните умения играят важна роля. Здравната грамотност е термин, създаден от общата необходимост от разбиране на дейностите и операциите по теми, свързани със здравеопазването, и да можем да откриваме и развиваме уменията и компетентностите, които ни правят способни да разбираме здравната информация и да вземаме информирани решения за нашето здраве.

Световната здравна организация определя здравната грамотност, както следва⁵:

Здравната грамотност е свързана с грамотността и включва знанията, мотивацията и компетенциите за достъп, разбиране, оценка и прилагане на здравна информация, за да се направи преценки и вземане на решения в ежедневието по отношение на здравеопазването, предшестващите заболявания насърчаване на здравето за поддържане или подобряване на качеството на живот по време на жизнения цикъл.



Здравната грамотност има два основни елемента⁶:

- здравните служби комуникират ясно и отчитат възможните потребности от здравна грамотност и математическа грамотност;
- хората разбират здравната информация правилно и са уверени във вземането на решения и предприемането на действия за тяхното здраве и благополучие.

По този начин развиването на здравна грамотност е сложно начинание, което обхваща здравеопазването, образованието и обучението и оказва въздействие върху общото благосъстояние на гражданите по отношение на здравето и заетостта. Освен това успехът на инициативите, насочени към здравната грамотност, неизбежно зависи от основните умения, например четене и писане, изчисляване, основни дигитални умения.

За целите на проекта „**Together for Fertility**“ е важно да се преразгледат насоките, в които може да се отговори на нуждите от основни умения за успешното включване на възрастни с по-нисък социално-икономически произход. Обсъдени са следните теми: разработване на информационни инициативи, съобразено с грамотността съдържание и платформи, както и методи за преодоляване на предизвикателствата в комуникацията, които могат да бъдат полезни за реализирането на резултатите от проекта (напр. учебна програма).

5 Европейски консорциум за здравна грамотност. (2012). В: КОЙ Е ТОЙ? (2013). Здравна грамотност: Силни факти. (онлайн документ). URL: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/128703/e96854.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

6 Национална агенция за грамотност за възрастни Ирландия. (2021). Ръководство за превръщане в кристално чиста аптека. (онлайн документ). URL: <https://www.nala.ie/publications/the-crystal-clear-pharmacy-programme-and-its-crystal-clear-mark/>

3. ИНВЕСТИРАНЕ В ИНФОРМАЦИОННИ ИНИЦИАТИВИ

Достигането до сегменти от обществото, които са трудни за достъп, е силно зависимо от това, което правим като организация, за да се свържем с тях. По този начин информационните инициативи са от ключово значение за всеки проект, който има за цел да се свърже с маргинализираните общности.



Успешните информационни програми могат да имат редица ползи за всяка организация, като например:

- първоначален контакт, водещ до възможности за сътрудничество в областта на безплодието
- насърчаване на мотивацията и упоритостта на гражданите да учат и да правят нещо относно безплодието
- повишаване на осведомеността сред гражданите, обществото и заинтересованите страни относно безплодието.

Що се отнася до здравната грамотност, инициативите за осведомяване играят важна роля за повишаване на обществената осведоменост и за включване на целеви групи в инициативи, свързани със здравето. Подобни информационни кампании могат да се различават по подходите си, поради което предлагаме две потенциални насоки.

КОЛИЧЕСТВЕНИ ПОДХОДИ	КАЧЕСТВЕНИ ПОДХОДИ
<p>Инициативи, които имат за цел да достигнат до голям брой хора и да привлекат вниманието им за популяризиране на целите на информационните кампании. Те са насочени към увеличаване на обхвата и броя на платформите, достигане до повече граждани (нови платформи, допълнителни области).</p>	<p>Дейности, които подпомагат установяването на по-задълбочено разбиране на темите, които информационните кампании насърчават. Те са насочени към подобряване на вече съществуващите платформи, канали, материали, връзки по отношение на улесняването на грамотността.</p>
<p>Примери:</p> <ul style="list-style-type: none"> • стартиране на телевизионни и радио кампании за насърчаване на здравословни проблеми (напр. безплодие) • организиране на публични дебати и разговори 	<p>Примери:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организиране на публични прояви (напр. информационни дни, местни кампании) • организиране на семинари • разработване на програми за обучение

За да илюстрираме по-добре как могат да се реализират информационните програми, свързани със здравето, включваме казус, разработен от Ирландската национална агенция за грамотност за възрастни (NALA).

CRYSTAL CLEAR MARK НА NALA

[CrystalClearMark](#) се присъжда на здравни заведения от NALA, които са превърнали собствените си практики, уреди и екологична грамотност в полза на възрастни, които имат затруднения в разбирането на здравната информация, инструкции и др. Организациите, например аптеките, се подпомагат от NALA за препроектиране на техните платформи и комуникация в съответствие със списък от стандарти с помощта на онлайн инструмент за одит.

10 стандарта за качество на комуникацията, осведомеността на персонала, политиките и оценката:

- Използване на прост език при устната комуникация
- Използване на прост език върху етикетите на лекарствата
- Проверка на разбирането на пациентите
- Подобряване на оформлението на физическата среда
- Подобряване на осведомеността на персонала относно здравната грамотност и благоприятните за грамотността работни практики
- Чувствително отговаряне на нуждите от основни умения
- Разработване на политики, благоприятстващи грамотността
- Напътствайте хората в намирането и използването на информация и инструкции
- Осигуряване на подкрепа на персонала за развиване на собствените си основни умения
- Самооценка по отношение на услуги, благоприятстващи грамотността

Онлайн инструментът за одит може да бъде достъпен на следния адрес: [Crystal Clear Mark](#).

Информационните програми следва да се съгласуват с институциите инициатори и капацитета на техните партньори във времето, финансите и човешките ресурси, както и с нуждите на целевата аудитория. Затова е силно препоръчително да се проведе рефлексивна сесия за планиране с колеги и партньори, за да се получат нуждите и необходимата информация, преди да се пристъпи към по-нататъшно проектиране. За тази цел може да намерите следния раздел относно ключовите съображения за информационния дизайн, който е полезен.

4. РАЗРАБОТВАНЕ НА ИНФОРМАЦИОННИ ПРОГРАМИ

4.1. Основни съображения

Има някои принципи на дизайна, по които можем да планираме собствени информационни дейности. Следните съображения са взети от [публикацията](#) на ОИСР⁷ за това как да се планират и ангажират нискоквалифицирани възрастни. Те могат да служат като ръководни принципи при разработването на информационни програми и да представляват ключови идеи, когато става въпрос за възрастни с основни нужди от умения и кампании за приобщаване.

Творчески начини за достигане

- Активно достигайте до възрастните в местата, където те често посещават, включително работни места, обществени институции и обществени пространства.
- Идентифициране на участници, които са установили връзки с възрастни с ниски умения.
- Изграждане на капацитета на тези участници да информират възрастните с ниски умения и да ги насърчават да се възползват от възможностите за учене.

Вдъхновение за програми за фертилност

- Събития на кампанията за фертилност в общности, в които присъстват родители (напр. детски градини, читалища, събития, свързани със семейството)
- Публично събитие с местна знаменитост, която говори за фертилността
- Приближаване към средствата за масово осведомяване (местно/ национално радио, телевизионни предавания, подкасти, влогове) с инициатива, свързана с фертилността (напр. интервю с експерт)

Холистично и персонализирано ориентиране

- Разработване на цялостни съвети и услуги за ориентиране специално за нискоквалифицирани възрастни.
- Създаване на обслужване на едно гише и установяване на партньорства с други организации, обслужващи възрастни с ниски умения, за да се гарантира, че те получават цялостен съвет.
- Да се гарантира, че услугите по ориентиране се предоставят от квалифициран персонал, който е в състояние да приспособи услугата към нуждите и положението на всеки възрастен поотделно.

Вдъхновение за програми за фертилност

- Установяване на партньорства със съответните местни субекти (напр. публични служби по заетостта, социални и здравни заведения, центрове за обучение на възрастни), за да се включат в работата им точки за ориентиране на раждаемостта, семейно планиране

⁷ ОТ ОИСР. (2019). Получаване на умения правилно: Ангажиране на нискоквалифицирани възрастни в ученето. URL АДРЕС: www.oecd.org/employment/emp/engaging-low-skilled-adults-2019.pdf

Предоставяне на подходящи възможности

- Обърнете внимание на това как възрастните учат, когато проектират възможности. Те следва да бъдат практични, ориентирани към проблемите и тясно свързани с контекста на гражданите.
- Предлагайте смесени възможности, които дават на гражданите възможност да избират начин за достъп, който работи най-добре за тях.
- Уверете се, че режимът е подходящ за целевата група, прави ученето приятно (например чрез геймификация) и предоставя допълнителна подкрепа, когато е необходимо (напр. за онлайн услуги).

Вдъхновение за програми за фертилност

- Когато предоставяте информационни дейности относно фертилността, предлагайте на възрастните дейности, базирани на игри (напр. на публични събития).
- Осигурете чувство за взаимодействие в медийните кампании (напр. съзнателно използване на секция за коментари в кампанията в социалните медии, разрешаване на телефонни обаждания в радиопредавания)

Друга гледна точка е предоставена в европейския проект „В движение⁸“ и съдържа препоръки за това как да се включат граждани от уязвими целеви групи. Важно е да се отбележи, че възрастните с основни потребности от умения не съвпадат непременно напълно с уязвимите граждани, а представляват съществен сегмент от вторичните целеви групи по проекта „Together for Fertility“, т.е. граждани с нисък социално-икономически произход, които са труднодостъпни.

• **Бъдете наясно с разнообразието и специфичните проблеми и нужди на групите в неравностойно положение**

Успешните информационни програми отчитат разнообразието на целевата група, което се основава на познаването на специфичните предизвикателства, пред които е изправена целевата група. Добра идея е да се направи проучване на действителните нужди, преди да се разработи инициативата за информиране.

• **Включване на гласовете на групите в неравностойно положение и на по-слабо представените групи**

Активното участие на хората може не само да допринесе за ефективността на информационната кампания, но и да повиши доверието в действията.

• **Анализиране и премахване на бариерите**

Опознаването на специфичните предизвикателства пред целевата група не означава автоматично, че сме готови да премахнем тези бариери за или с тях. Тя също се нуждае от внимателно планиране и смислена намеса.

⁸ В проекта за движение. (2016). Най-добри европейски практики в областта на образователните консултации и ниското равнище на обучение за учащите се в неравностойно положение. Наръчник за проекта. (онлайн документ). URL АДРЕС: http://www.onthemove-project.eu/onthemo-ve_en.pdf

• **Използвайте лесен език**

Успехът на достигането, както и на всяка друга инициатива, насочена към възрастни с предизвикателства, свързани с грамотността, зависи до голяма степен от това колко лесно е за тях да осмислят нашите комуникационни материали и по отношение на разбирането и достъпа. Наръчникът за проекта⁹ предлага някои насоки за тази стъпка:

- Използвайте прости думи и избягвайте използването на чужди думи (включително медицинска терминология с латински произход).
- Опитайте се да намерите глаголи вместо съществителни, като използвате активно наклонение, вместо пасивно наклонение.
- Пишете и говорете с кратки изречения.
- Не използвайте съкращения и/или идиоми.
- Пишете конкретно. Избягвайте абстрактния език.
- Избягвайте големи числа и проценти.
- Използвайте сравнения.
- Създайте опции за многоканални възприятия, например чрез използване на снимки, пиктограми и т.н.
- Използвайте параграфи и заглавия.
- Трябва да има достатъчно контраст между фон и илюстрации. Цветни фонове и шрифтове трябва да се използват внимателно. Шрифтът трябва да бъде ясен и доста голям.
- Тествайте материала с действителните целеви групи, преди да го публикувате. Само те могат да кажат дали е лесно да се разбере или не.

Примери за съвети за дизайн

- Уверете се, че има доста силен контраст между текста и неговия фон в печатните материали
- Използвайте най-малко 12-точков тип в текстовете
- Да се открояват важните точки ясно (напр. с използването на по-голям размер на шрифта или получер шрифт)
- Изберете четим шрифт (Arial, Helvetica, Avenir)

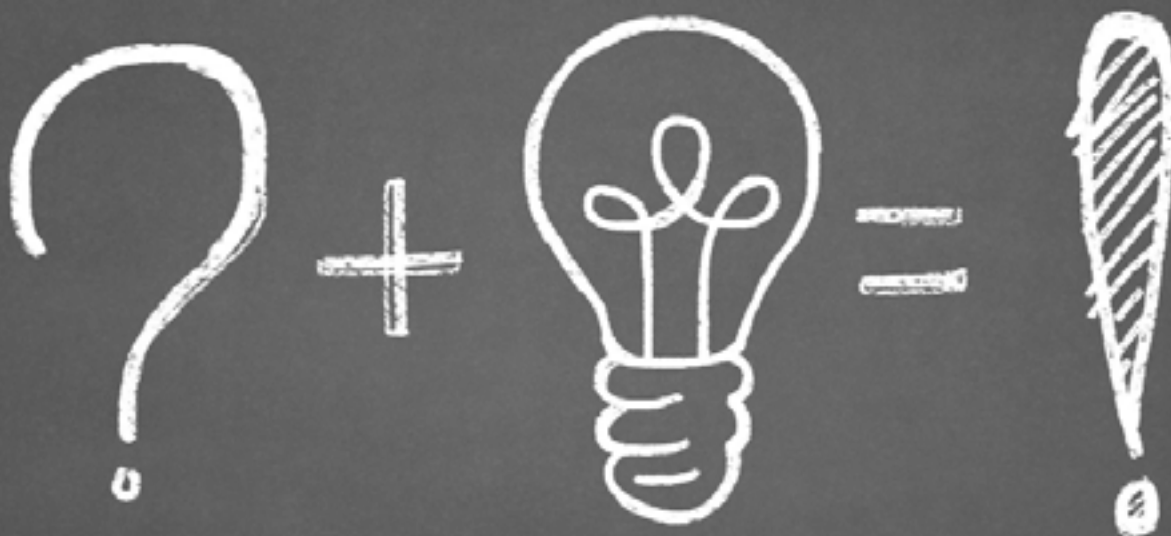
• **Изграждане на мрежа за сътрудничество**

В доста случаи може да изглежда предизвикателство да се намери най-добрата точка за среща с нашата целева група, поради което може да бъде много полезно да се изградят партньорства с организации, които вече са във връзка с тях. Това могат да бъдат НПО, институции за психично здраве, местни организации, социални служби, местни читалища, центрове по труда и др.

• **Направете офертата си по-привлекателна**

Установяването на мотивацията на целевата група да се присъедини към вашата програма може да бъде един от основните фактори за успех във вашата програма. Уверете се, че сте наясно с нуждите на целевата група, докато планирате действията си за достигане.

9 пак там, стр. 8–9.



Въпроси за размисъл

- Как биха могли целите на моята организация да бъдат постигнати чрез информационна кампания?
- Коя може да бъде нашата целева група за информационна кампания и с кого бихме могли да си партнираме?
- Какви инструменти, платформи и канали за комуникация съществуват, за да може моята организация да стартира информационна кампания?
- Какъв мащаб трябва да има нашата информационна дейност? Правим ли някакви информационни дейности в момента, в които можем да се присъединим?


5. ПРОЕКТИРАНЕ НА БЛАГОПРИЯТНО ЗА ГРАМОТНОСТТА СЪДЪРЖАНИЕ И ПЛАТФОРМИ

Има много начини, по които можем да направим комуникацията ни по-лесна за разбиране на хората с основни предизвикателства, свързани с уменията. В този раздел ще бъдат представени две гледни точки: езикови съображения за създаване на текст и съображения, свързани с дизайна, за планиране на очертаването и представянето на комуникационни платформи във вашата организация.

5.1. Езикови съображения

Най-ефективният метод за езикова интервенция е да се приложи прост език, който е стил на представяне на информация, която помага на някой да я разбере за първи път, когато я прочете или чуе. По същество това е по-ефективен начин на писане. Ако приложите прост език, вашата целева група може да намери това, от което се нуждае, да разбере какво намери за първи път, когато го прочете или чуе, и да използва това, което намери, за да отговори на техните нужди. По същество авторите на текстове се съветват да се поставят в обувките на читателите или аудиторията, когато създават текст.

За да се илюстрира как даден текст може да бъде пренаписан на обикновен език, следният пример е представен от публикацията на НАЛА¹⁰ относно съветите за писане:

ПРЕДИ	СЛЕД
<p>Болничният пациент има право на информация, свързана с неговото положение, която трябва да му позволи да вникне в най-пълна представа за всички аспекти на неговото положение, медицински и други, и на информирана основа да му даде възможност да взема собствени решения или да участва във вземането на решения, които имат последици за неговото благосъстояние.</p>	<div data-bbox="1134 1218 1259 1346" style="text-align: center;">  </div> <p>Имате право на информация за Вашето състояние, което ви помага да го разберете напълно и да направите информиран избор за лечението си.</p>

След публикацията на NALA¹¹ предлагаме писмени съвети за по-добро прилагане на обикновен език във вашите текстове.

¹⁰ АЗ СЪМ НАЛА. (2021). Съвети за писане и дизайн. Ресурси на NALA. (онлайн документ). URL АДРЕС: <https://www.nala.ie/publications/writing-and-design-tips/>.

¹¹ пак там, стр. 8–12.

Пишете за аудиторията си

Имайте предвид читателя и задайте следните въпроси, когато пишете документа си.

- Доколко са запознати със здравната терминология, която използва вашата организация/сектор?
- Какви теми можете да предположите, че не могат да се отдръпнат?
- Как ще прочетат документа? Ще го прочетат ли директно или ще прескочат през него в секциите, които ги интересуват?
- Дадохте ли въведение към информацията?

Използвайте ежедневните думи

Няма нищо лошо в дългите думи, но защо да ги използваме, когато една кратка дума ще свърши работа? Ако трябва да използвате специализиран език или жаргон, обяснете какво означава това.

Дръжте изречения кратки

Дългите изречения могат да бъдат трудна работа за четене. Въпреки че няма строги правила за продължителността на изречението, съветваме ви да запазите изречения средно до 15—20 думи. Разделете изречения с пълни спирки, а не с точка и запетая, тъй като хората са по-добре запознати с пълните спирки.

Формулиране на акроними

Когато използвате акроними, като IVF (In vitro оплождане), ги изписвайте за първи път, когато ги използвате. Ако вашата организация използва много съкращения, уверете се, че имате списък, който ги изписва.

Използвайте много табели

Съдържание: В дълг документ съдържанието помага на хората да намерят информацията, която смятат за особено важна.

Уводен параграф: Ако даден раздел от документ е много дълъг, добре е да се включи уводен параграф, който обобщава съдържанието.

Страници в категория: Заглавията и подзаглавията помагат на хората да работят по пътя си около една страница. Те също така правят текста по-малко смущаващ.

Списъци с водещи точки: Използвайте водещи точки, за да разбийте сложен текст в списъци.

Използвайте ясни параграфи

Препоръчваме ви да ограничите всеки абзац до една идея. Оставете малко бяло пространство между всеки абзац и избягвайте да продължавате абзац върху страница.

Бъдете последователни

Бъдете в съответствие с всички условия, които използвате във вашите документи. Това може да обърка читателите ви, ако използвате твърде много синоними.

Използвайте въпроси и отговори

Въпросите и отговорите са чудесен начин да получите информация или да подчертаете определени факти. Те също така означават, че хората могат да отидат директно в района, който ги интересува особено.

Друг списък с термини¹² е представен от НАЛА със синоними, които могат да бъдат разбрани по-добре от възрастни с основни нужди от умения:

МЕДИЦИНСКИ УСЛОВИЯ	
Вместо:	Обмислете:
остро	внезапно и силно
антенатално	преди раждането
доброкачествено	безвредно
конгенитални	вродени
опционално	по избор
имунизирани	предпазване
инцизия	разрез
монитор	следене
медицински специалист	лекар
постоперативно	след операцията

Моля, имайте предвид, че може да има различия при останалите езици. Имайте предвид кои от изброените по-горе термини са по-лесни за разбиране на майчиния ви език. Освен това одитите на грамотността могат да се използват за преглед на вече съществуващи или нови писмени текстове и документи по отношение на езика. Добра идея е да проверите инструментите за одит в началото и в края на изготвянето на текст. Можете да използвате [материали на NALA](#)¹³ които са свободно достъпни онлайн.

¹² пак там, стр. 28–30.

¹³ АЗ СЪМ НАЛА. (2008). Ясни английски насоки с един поглед. (онлайн документ). URL АДРЕС: [категория:Наръчници на английски език](#)

5.2. Съображения, свързани с дизайна на



Проектирането на документи също може да допринесе значително за разбирането на читателя, особено в случаите, когато материалите са насочени към възрастни с основни предизвикателства, свързани с уменията. NALA¹⁴ предоставя следните препоръки за проектиране на документи:

Използвайте качествена хартия

Много видове хартия се използват за печат и всеки от тях реагира различно на мастилото. Най-качествената хартия е „непокрита“. Поради повърхността си, тя отнема мастило добре, което подобрява четливостта. Другата полза от непокритата хартия е, че тя не отразява светлината.

Осигуряване на добър контраст

Бялата или лека кремава хартия обикновено прави текста ви най-четлив. Но можете да използвате светла хартия или плътен цвят на фона, за да направите публикацията си по-цветна. За най-добри резултати се уверете, че има силен контраст между текста и фона.

Внимавайте за сенки

Уверете се, че хартията ви е достатъчно тежка, за да избегнете „засенчване“ — това се случва, когато изображения или текст от едната страна на страницата могат да бъдат видени през хартията. Това прави четенето трудно, така че използвайте по-тежка или по-дебела хартия, за да избегнете този проблем.

Междуредово разстояние

Текстът е 30pt и има 10pt от интервала между редовете. Това означава, че междуредието е 10pt. Добавете размера на типа 30pt към водещия 10pt и получавате пространството на линия, което е 40pt.

14 НАЛА. (2021). Съвети за писане и дизайн. Nala Resources. стр. 17–27. (онлайн документ). URL: [описание:Тионите/писмените и дизайнерските върхове](#).

Гледайте разстоянието между линиите

Разстоянието между редовете се отнася до размера на пространството от дъното на един ред на текста до дъното на следващия ред. Твърде малко пространство и читателят ще пусне линии. Твърде много и читателят няма да е сигурен дали редовете на текста се отнасят един към друг. Ако използвате текст от 12 точки, препоръчителното разстояние между редовете е 18 pt (или 1,5).

Използвайте най-малко 12 точков шрифт

Използвайте текст с шрифт 12 pt, защото е лесен за четене.

Изберете четим шрифт

Шрифтовете обикновено се групират като „serif“ или „sans serif“ (вж. илюстрацията). Ако използвате компютър, ще имате достъп до широк спектър от шрифтове. Но най-добре е да се придържате към ясни, лесни за четене шрифтове като Arial или Helvetica.

Избягвайте двустранно подравнен текст

Избягвайте използването на двустранно подравнен текст, защото това може да доведе до голямо бяло пространство между думите. Това прави изреченията трудни за четене. Най-добре е да използвате ляв подравнен текст.

Графиките могат да помогнат

Графиките и изображенията могат да допълват и предлагат почивка от големи количества текст. Когато ги използвате внимателно, те могат да бъдат чудесен начин за подчертаване на важни факти и цифри. Това означава да ги поставите близо до съответния текст и да се уверите, че наистина изясняват или добавят нещо към вашето съобщение.

Открийте ясно важните точки

Когато искате да подчертаете заглавие или абзац от текста, използвайте по-голям размер или получер шрифт.

Избягвайте фонове изображения

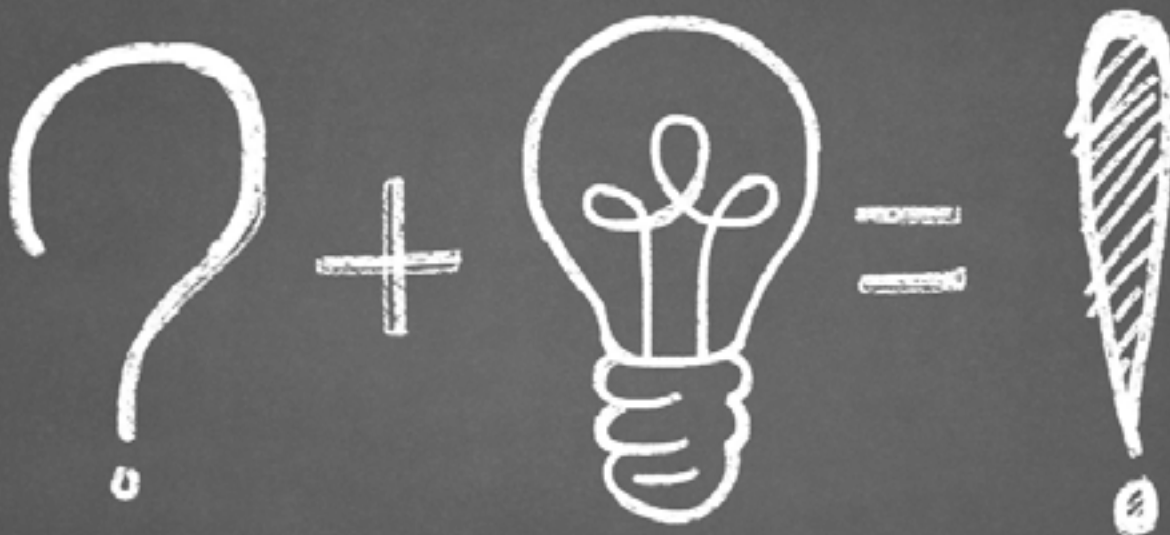
Избягвайте използването на фонове изображения зад текст. Много организации използват илюстрации като фоново изображение. Това прави текста по-труден за четене, особено ако фоновото изображение е много колоритно.

Представените по-горе препоръки за оформление и дизайн на документи са само съвети, а не правила, които се прилагат във всички контексти. Винаги е добра идея да преразгледате тези елементи, независимо дали те правят документа или платформата ви по-добри за вашата аудитория. Подобно на одита на грамотността в предишния раздел относно езиковото разглеждане, може да Ви бъде от полза да преминете през контролен списък за проектиране на документи. Можете да получите свободен достъп до контролния списък¹⁵ на NALA за проектиране на документи. Друг ключов ресурс¹⁶ за научаване на това как едно здравно заведение може да прогресира към превръщането му в услуга, благоприятстваща грамотността, също се предоставя от NALA.

¹⁵ NALA. (2008). *A plain English checklist for documents*. (онлайн документ). URL: <https://www.nala.ie/publications/a-plain-english-checklist-for-documents/>.

¹⁶ NALA. (2009). *Literacy Audit for Healthcare Settings*. (онлайн документ). URL: <https://www.nala.ie/publications/literacy-audit-for-healthcare-settings/>.

Струва си да се обмисли как организациите могат да проектират дигитални платформи, така че да се окажат по-подходящи за възрастни с по-ниски нива на грамотност. За кратко резюме вижте следната видео презентация, озаглавена [Designing Digital Products for Adults with Low Literacy](#) от DigitalGov.



Въпроси за размисъл

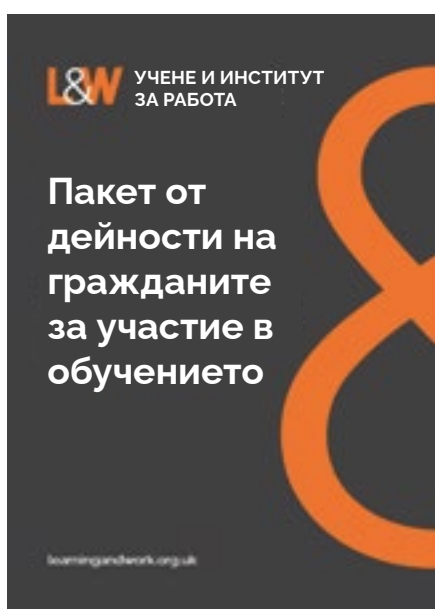
- Има ли нужда от преосмисляне на текстовете, които публикуваме за нашата целева група? Има ли изобщо предизвикателство за основните умения?
- Ако е така, кои текстове, комуникационни платформи и канали следва да бъдат приоритет?
- Кой в организацията би могъл да помогне при преработването на платформите, преглеждането на текстове за обикновен език?
- Какво означава прост език на майчиния ми език? Дали споменатите по-горе тенденции наистина помагат?
- До каква степен можем да променим дизайна на нашите комуникационни платформи?

6. ПРЕОДОЛЯВАНЕ НА ПРЕПЯТСТВИЯТА В ОБЩУВАНЕТО

В предходните раздели разгледахме препоръки за методи и инструменти по отношение на информационните инициативи, както и за езиковия и документалния дизайн. В последния раздел се фокусираме върху подходите за вербална комуникация, които могат да помогнат за улесняване на комуникацията с целевата група. И двата метода бяха приложени от организацията „Learning and Work Institute“ от Великобритания, член на EBSN, в рамките на тяхната ключова инициатива, наречена „Гражданска учебна програма“, която има за цел да създаде възможност за участие за възрастни с основни нужди от умения и доказва, че е високоефективна.

6.1. Стратегии за учене, основани на участието

Образованието, основано на участието, традиционно се съсредоточава върху способността на отделните лица да доведат до промяна в собственият им живот чрез внимателно проектирани активни учебни последователности, където обучаемите вземат смислена отговорност за собственото си учене.



Като се отнасяме към всички с уважение и предизвикателство установена динамика на мощността в класната стая, учениците стават по-добре подготвени да променят света извън класната стая. Практиките на саморефлексия и споделяне, което се налага от подход на участие изграждане на общност и насърчаване на взаимоотношенията да се развива между членовете на групата¹⁷.

Участието на учащите е в основата на подходите за участие, което гарантира уместност и помага на възрастните за изграждане на по-голяма увереност в себе си като учащи. Следователно участието на учащите може да се случи на всеки етап от учебния процес, от проектирането на програмата до оценката. Институтът за обучение и работа предоставя свободно достъпно [ръководство за методология](https://learningandwork.org.uk/resources/research-and-reports/citizens-curriculum-participatory-resource-pack/) със списъци с дейности, които всеки може да приложи в собствения си контекст. Представените дейности за участие следват определен ред и са групирани около следните теми: ангажиране на учащите се и намиране на теми; проучване на подтеми в по-голяма дълбочина; оценка на участието.

Можете да използвате тази публикация като методическо ръководство за събития, семинари с образователни цели, споделени разсъждения, информационни дейности, курсове за обучение и др.

17 Институт за обучение и работа. (2017). Пакет от дейности на гражданите за участие в обучението. (онлайн документ). URL: съпадение за: <https://learningandwork.org.uk/resources/research-and-reports/citizens-curriculum-participatory-resource-pack/>.

6.2. Методи за недирективна комуникация

Недирективният коучинг представлява метод за улесняване на всяко събитие, семинар, консултация, при който участниците поемат активна и отразяваща роля по отношение на собствения си статут. Треньорът или фасилитаторът им помага да обмислят тази програма и след това да свържат собствения си опит с дадения контекст, за да постигнат резултатите, които желаят. Недирективният коучинг е силно улесняващо и може да помогне за създаване на мотивация, смислена ангажираност в контекста на темите, в които се прилага. Освен това, недирективният коучинг има силен акцент върху подпомагането на хората да преодолеят самоограничаващите се нагласи и предположения. Тя прави това, като поставя под въпрос тези нагласи и предположения в контекста на практическото решаване на проблеми. Публикацията на Института за обучение и работа по недирективен коучинг представя редица инструменти, методи и контексти, в които може да се приложи успешно този подход.



Ролята на фасилитатора / треньора:

- Дава на клиента време да обмисли нещата за себе си
- Показва вяра в способността на клиента да достигне самостоятелно до задоволителни решения
- Помага на клиента да поеме собствеността и отговорността за собственото си обучение.

Недирективният коучинг следва проста процедура.

- Клиентът обяснява целта си на треньора.
- Треньорът помага на клиента да преформулира своята цел като практически проблем, например „Как мога да постигна X до дата Y?“
- С помощта на треньора клиентът разработва план за действие, за да постигне целта си. Този план на практика се превръща в самонасочен учебен проект за клиента.
- След това клиентът поставя този план в действие и докладва на треньора за това, което се случва.
- Треньорът помага на клиента да прегледа резултатите от своите действия и да направи всички подходящи корекции в своя план за действие и/или цел.

В полуструктурирани интервюта може да намерите недирективни начини за улесняване, полезни в семинари, консултации, обучения, проучвания относно нуждите на целевата група.

7. ИЗВОДИ

Както беше посочено, тази брошура има за цел да предостави на читателите ключови съображения, инструменти и методологии, за да се свърже с възрастни със затруднения в основните умения, и да преосмисли как управляваме комуникацията си с всички хора.

Предоставянето на здравна информация на възрастни с нисък социално-икономически произход потенциално слипсана достатъчно умения за четене и писане е сложно предизвикателство, което може да бъде преодоляно чрез достатъчно гъвкав механизъм за реагиране. Един от начините за постигане на тази цел е да се превърнем в така наречената „приятелска към грамотността“ организация. Такова начинание може да бъде само организационна амбиция, която се предприема стъпка по стъпка с постоянно обмисляне къде се намираме в даден момент.

Не става въпрос само за възрастни с по-ниски нива на грамотност — всеки има полза, когато езикът е по-лесен за разбиране. В нашата все по-богата на информация среда, особено онлайн, ние четем и асимилираме информацията бързо и ако езикът е по-лесен за разбиране, ще разберем по-бързо и по-точно. По-лесното разбиране на езика също е от решаващо значение за общуването с хора, за които този език не е първият или най-силният им език, както и за тези с трудности при четенето или писането.

Планирането и изпълнението на информационни програми за връзка с по-голям брой хора (т.е. количествени мерки) и след това установяване на по-органична връзка с тях чрез други инициативи (качествени мерки) може да бъде път напред. Друг важен фактор за успех при достигането до нови целеви групи, особено към тези, които се борят с четенето и писането, е да се препроектират комуникационните стратегии и платформи и да се преразгледат текстовите комуникационни материали, които организацията прилага. Следването на определен списък от научноизследователски препоръки относно проектирането на документи и лингвистичната намеса може да улесни възрастните с по-ниска грамотност и математическа грамотност да следват това, което искате да комуникирате. И накрая, някои инструменти за улесняване, например дейности за учене с участие и недирективни методи на коучинг, могат да предизвикат и поддържат интереса и мотивацията на новоангажираната целева група, като създадат чувство за размисъл и по този начин ангажираност към собствените си въпроси.

Ако искаме информацията, която трябва да споделим, да бъде достъпна и разбираема за хората, до които искаме да достигнем, трябва да инвестираме време и усилия в изработването на посланията си, за да бъдем ясни и прости, следвайки примерите, дадени в тази брошура.

Обръщайте се често към нея!