

академія», Школа охорони здоров'я, Центр досліджень здоров'я та соціальної політики. Київ : Унів. вид-во «Пульсари», 2010. С. 107-119.

3. Електронний ресурс <https://tyzhden.ua/shkoda-vid-kalianu/>

## **ЕРГОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ОФОРМЛЕННЯ ПЛАКАТІВ У КАБІНЕТІ ОХОРОНИ ПРАЦІ**

*Дядюн Л. М.*

*Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка*

***Анотація.** У статті досліджується проблема візуальної комунікації із застосуванням ергономічних принципів в кабінетах охорони праці. У роботі розглядаються основні елементи дизайну плакатів, такі як кольори, шрифти, розміри та макет, які допомагають зрозуміти важливу інформацію щодо безпеки працівників. Досліджуються також особливості розташування плакатів у приміщенні для максимальної доступності та використання.*

***Ключові слова:** ергономіка, дизайн плакатів, візуальна комунікація, безпека праці, приміщення, продуктивність, ефективність, ризики, травми, нещасні випадки, витрати.*

Кабінет охорони праці є виділений простір, призначений для того, щоб навчати співробітників вимогам правил безпеки. Основними завданнями кабінету охорони праці установи є проведення організаційної і методичної роботи щодо навчання працівників з питань охорони праці, пропаганди безпечних та нешкідливих умов праці і поширення позитивного досвіду щодо створення здорових і безпечних умов праці, профілактики аварій, виробничого травматизму та професійних захворювань.

Досить ефективним є проведення в кабінеті охорони праці, обладнаному наочністю та технічними засобами, лекцій, семінарів, бесід, консультацій, оглядів-конкурсів, перегляду тематичних кіно- та відеофільмів. Серед наочності

значну роль відіграють інформаційні стенди, що пропагують позитивний досвід роботи створення здорових і безпечних умов праці.

Важливу роль у системі навчання, пропаганди з профілактики і попередженню виробничого травматизму і професійних захворювань відіграють плакати. Вони є одним із засобів забезпечення відповідного інформаційного рівня безпеки на виробництві [4].

Простота, доступність, наочність та актуальність зображеного матеріалу, а також доцільне розміщення його у виробничих приміщеннях допомагає пропагувати, виховувати та підтримувати культуру безпеки праці серед працівників на належному рівні. Поряд у світі набуває широкого розповсюдження практика використання інтерактивних плакатів (з вмонтованими екранами, можливістю вибору тематики показу). Можливе використання звукового супроводу з наведенням прикладів та роз'яснень з тематики поданого матеріалу. Це дозволить привернути увагу персоналу, збільшити рівень довіри та запам'ятовування інформації.

Кожен робітник сам визначає свою поведінку та, відповідно, рівень власної безпеки. Плакат не може захистити від травми або нещасного випадку, але він може нагадати і попередити про це, сфокусувати увагу працівника. Тому не потрібно недооцінювати внесок у охорону праці на виробництві простих інструкцій, настінних газет та плакатів.

Плакат має можливість дії на максимально широку аудиторію. Лаконічність малюнка, фотографії, текст забезпечують високу ефективність сприйняття матеріалу. До переваг плакатів відносяться також гнучкість і різноманітність тематики, простота виготовлення і відносно невисока вартість [1].

Плакати по охороні праці можна класифікувати наступним чином:

*за призначенням:*

– навчальні – містять зведення з питань охорони праці учбового характеру(їх мета – представлення учбового матеріалу в наглядному вигляді для полегшення його засвоєння); інструктивні – наказують окремі норми і

правила безпеки або забороняють небезпечні прийоми роботи(їх мета – сформувавши у працівників готовність до виконання окремих правил і норм охорони праці); агітаційно-пропагандистські – закликають до безпечної поведінки, пропагують передовий досвід в області охорони праці(їх завдання сформувавши у працівників загальну установку на безпечну поведінку і позитивне відношення до питань охорони праці); – інформаційні – містять різні відомості з питань охорони праці (про проведення заходів з охорони праці, про роботу служби охорони праці, про видання нових книг з охорони праці і т. п.);

*за сферою використання:*

– загальні (міжгалузевого застосування) – можуть бути використані в декількох галузях народного господарства; специфічні(галузевого застосування) – використовуються тільки у якій-небудь одній галузі народного господарства;

*за оформленням:*

– шрифтові – містять в основному текст (із зображенням або без нього); образотворчі – несуть в собі в основному зображення(з тестом або без тексту, серед них розрізняють мальовані, фотографічні, фотомонтажі);

*за тональністю:*

– нейтральні – повідомляють про що-небудь, констатують факти; драматичні – акцент в таких плакатах робиться на змалюванні небезпечної ситуації, моменту нещасного випадку або його наслідків; сатиричні, гумористичні – в зображенні окремих об'єктів або ситуацій в цілому присутні сатира, гумор [1].

Застосовується також класифікація плакатів за характером дії: попереджуючі, переконуючі, повчальні; за способом передачі інформації: раціональні (пояснення необхідної поведінки, повідомлення про норми і правила), емоційні; за місцем експозиції: вуличні і кімнатні; за тривалістю експозиції: короткострокового або тривалого застосування. Останні виготовляють з міцних матеріалів (жерсть, емаль, картон) [2].

Існують різні критерії оцінки ефективності плакату з охорони праці,

наприклад, частота застосування рекомендацій плакату, ступінь довіри до нього, відсоток запам'ятовування його вмісту.

За змістом плакат має бути актуальним, а інформація, яку він містить – новою. При цьому потрібне оригінальне художнє рішення і емоційний виклад теми. В той же час наведена ситуація має бути знайомою, типовою, і, звичайно, плакат повинен виглядати приємно і привабливо.

У плакаті має бути чітко визначена ідея. Існує три типи ідей. Перший тип заснований на обставинах, що викликають до себе позитивне відношення.

Другий тип будується на показі негативного факту і його наслідків. Мета дії – спонукання негативного відношення до зображуваного через усвідомлення небезпечних наслідків недотримання певних правил.

Третій тип будується на протиставленні негативної і позитивної дій. Основна ідея виражається, таким чином, у показі як мінімум двох дій і характеризується напруженістю, динамічністю.

Композиція плакату повинна забезпечувати таке поєднання образотворчих, колірних і шрифтових елементів, яке відразу виявляло б центр змістового навантаження. Зображення в плакаті, безумовно, грає провідну роль. Воно здійснює істотний вплив на людину, створюючи в її свідомості потрібний образ. Застосовуються найрізноманітніші прийоми – реалістичний малюнок, фотографія, символ, піктограма, колаж і т. д. [5].

Головна вимога, що висувається до плакату, – це оригінальне, образне трактування теми, нові художні рішення. У плакаті бажано використовувати симетричні, закінчені форми - круг, квадрат, прямокутник; вони засвоюються краще за інших. Те саме стосується й ліній. Прямі лінії пов'язані в нашій свідомості із спокоєм і ясністю. Зображення людей і тварин привертають значно більше уваги до плакату, ніж зображення неживих предметів. У зображенні людини головне, що зупиняє погляд, – це обличчя.

Текст плакату має бути стислий, енергійний, зрозумілий, як будь-який настінний напис. Найкраще сприймаються і запам'ятовуються заклики, що складаються з трьох-шести слів, але не в повчальному тоні [1].

До ергономічних чинників, які включають «антропометричні, психофізіологічні та естетичні відповідності різноманітних функціональних можливостей та особливостей людини до предметно-просторового оточення», відносимо особливості сприйняття плакату, його візуальної мови глядачем.

Плакат як друкований засіб візуальної передачі інформації діє на зорові органи чуттів. Характер елементів плакату (текст, зображення, логотип) та його засобів виразності (гарнітура і розмір шрифту, колір, стилізація) визначаються умовами сприйняття плакату глядачем, призначенням та метою плакатного аркуша.

Під час розробки плакатів, оформлення стендів слід враховувати ергономічні вимоги, в першу чергу особливості зору людини.

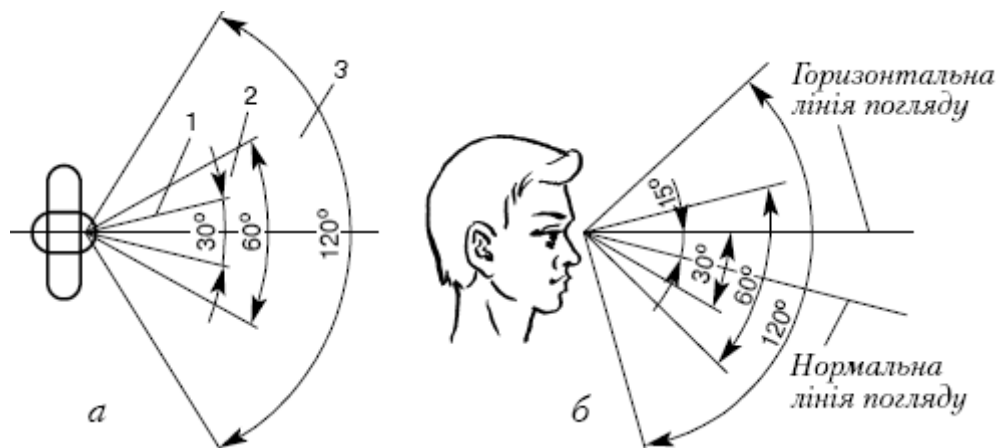


Рис.1. Кути зору людини

В інформаційному полі зорового спостереження (рис. 1) виділяють три зони: у зоні 1 розміщують засоби відображення інформації, які використовуються дуже часто і вимагають точного та швидкого зчитування інформації; у зоні 2 – засоби інформації, які використовуються часто і вимагають менш точного і швидкого зчитування інформації; у зоні 3 – засоби відображення інформації, які використовуються рідко.

Таким чином, розмір плаката, стенда або екрана повинен відповідати відстані, з якої його роздивляються.

Текст плаката або стенда повинен читатися без зорової напруги, тобто розмір шрифту повинен відповідати нормальній гостроті зору людини.

Розробка плакатів з охорони праці – це складна дизайнерська задача, яка повинна вирішуватися з урахуванням завдань плакату, місцем його розміщення [3]. Плакат повинен містити оригінальне, образне трактування теми, нові художні рішення, обов'язково враховувати ергономічні чинники, які включають антропометричні, психофізіологічні та естетичні відповідності різноманітних функціональних можливостей та особливостей людини до предметно-просторового оточення.

### **Список використаних джерел**

1. Грищенко В.В. Особливості дизайну в мистецтві плаката. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. Мистецтвознавство. Архітектура. 2011. № 6. С. 138-140.

2. Даниленко В. Я. Дизайн: Підруч. для студ. вищ. навч. закл. Харків держ. акад. дизайну і мистец., Ін-т пробл. сучас. мистец. Акад. мистец. України. Харків : Вид-во ХДАДМ, 2003. 320 с.

3. Дементій Л.В., Юсіна Г.Л., Чижиков Г.І. Охорона праці в галузі. Краматорськ : ДДМА, 2006. 296 с.

4. Полукаров Ю.О., Марковський О.В. Плакати як засіб пропаганди охорони праці на виробництві. *Проблеми охорони праці, промислової та цивільної безпеки» НТН України «Київський політехнічний інститут»* : матеріали п'ятої науково-методичної конференції, 2012 р. Київ. КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2012. С.128-132.

5. Шевченко В. Я. Композиція плаката: навч. посіб. Харків. держ. академія дизайну і мистецтв. 2-ге вид., доп. Харків : Колорит, 2007. 133 с.