



Fundusze Europejskie

Narzędzia i techniki komunikacji w sprawnym udzielaniu zamówień



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Urząd Zamówień
Publicznych

Wstęp

XXI wiek jest czasem komunikacji. Właśnie komunikacji, a nie tylko informacji czy wiedzy. Zatem o wiarygodności osoby, urzędu, instytucji czy firmy decydują dzisiaj w równym stopniu trzy cechy: **mówienie prawdy**, **kompetencja** i **komunikacja**, choć taki ich porządek to zdecydowanie bardziej XX niż XXI wiek.

W XXI wieku ich hierarchia wygląda następująco:

1. **komunikacja** – budowanie relacji z innymi, zaspokajanie w jak największym stopniu ich potrzeb i pragnień, zgodność z ich poglądami i opiniami, prezentowanie podobnej lub takiej samej jak ich interpretacji świata.
2. **kompetencja** – znajomość tego, czym się osoba lub instytucja zajmuje zawodowo, sprawność w rozwiązywaniu problemów klientów i klientek, umiejętność pokazania im swojej wiedzy i odpowiedniego potraktowania sprawy, z którą przychodzą.
3. **mówienie prawdy** – istotne etycznie i, oczywiście, związane z kompetencją i komunikacją. Kiedyś kluczowe, dziś w dobie postprawdy (relatywizmu prawdy, subiektywizmu prawdy) ważne, gdy ma praktyczne przełożenie.

Ta zmiana hierarchii i znaczenia komunikacji, kompetencji i prawdy wiąże się z kontekstem, w jakim osoby żyją i działają. Postęp techniczny, a w zasadzie rewolucja technologiczna, mobilność (migracje) społeczna, globalizacja i łatwość dystrybucji (pseudo)wiedzy oraz zmiany w zarządzaniu nią i dostępie do niej spowodowały, że osoba, która przygotowuje jakąś dokumentację, zgłasza się do przetargu czy zapoznaje się z dowolnymi dokumentami administracyjnymi, urzędowymi czy prawnymi, chciałaby, aby te czynności zajmowały jej jak najmniej czasu. Jednocześnie oczekuje, że instytucje, które odpowiadają za tego rodzaju działania przygotowują zrozumiałe, krótkie i poprawne dokumenty związane z przetargami, funduszami europejskimi czy zamówieniami publicznymi. I tu pojawia się konflikt – skomplikowanie i objętość dokumentacji każdego z tych działań wymagane i przygotowane przez Unię Europejską, ministerstwa czy inne organy władzy państwowej i samorządowej nie odpowiadają na potrzeby i pragnienia klientów i klientek, które chcą się z nimi zapoznać i starać się o kontrakt, dofinansowanie czy grant.

Nie ma jednej recepty na natychmiastowe rozwiązanie tego konfliktu, ale jest sposób na jego złagodzenie, ułatwienie realizacji wyznaczonych zadań wszystkim osobom w nich uczestniczącym, a jest nim współczesna, zrozumiała, ekonomiczna i poprawna komunikacja językowo-wizualna we wszystkich formach tego rodzaju dokumentacji.

Co to jest komunikacja językowo-wizualna?

Komunikacja językowo-wizualna

Według klasycznych, tradycyjnych podziałów komunikacji ze względu na kody (systemy znaków) w niej używane można wyróżnić **komunikację werbalną i niewerbalną**.

W działalności instytucji typu Urząd Zamówień Publicznych komunikacja werbalna to po prostu język polski w dokumentacji, pismach, mejlach, telefonach czy rozmowach, a komunikacja niewerbalna to dla większości osób język ciała/mowa ciała, czyli przede wszystkim gesty i mimika, choć nie tylko.

Komunikacja językowo-wizualna, której dotyczy ten poradnik, jest dość podobna do typowej komunikacji językowej, choć w administracji, urzędach i wymiarze sprawiedliwości ma (a bardziej miała) swoje odrębne zasady i cechy, ale jednocześnie różni się bardzo od zwyczajnego rozumienia komunikacji niewerbalnej. Ponieważ wiąże się ona z komunikacją na odległość oraz sposobem jej prowadzenia jest tekst – wydrukowany (w ostatnich latach na szczęście coraz rzadziej) lub wyświetlony na ekranie/elektroniczny (w ostatnich latach na szczęście coraz częściej) – jej wizualność nie dotyczy osoby i jej ciała, tylko wyglądu, kształtu, układu tekstu na kartce lub na ekranie.

Prowadzone przez instytuty naukowe na całym świecie badania potwierdzają, że układ tekstu, jego wygląd, wybór czcionki (druk) lub fontu (ekran), odległości między wersami i akapitami, kolejność informacji i inne elementy graficzne wpływają na łatwość odbioru i przyjemność poznawania treści takiego komunikatu.

I choć było tak od wielu wieków i tysiącleci (w zasadzie od początku pisma), to w ostatnich dwóch dekadach, gdy kultura druku ustąpiła miejsca kulturze obrazu, wizualność tekstu stała się nie tyle estetyczną, ile pragmatyczną, użytkową koniecznością.

Przygotowywane dokumenty przy zamówieniach, ofertach czy przetargach są przez większość osób skanowane, a nie czytane, bo książki czyta w Polsce w 2025 roku jedynie 30% społeczeństwa, a inne teksty także niewiele więcej.

*Uważna lektura strony tekstu zajmuje około 1-2 minut,
a skanowanie tego samego tekstu od 2 do 10 sekund*

Komunikacja językowo-wizualna

Jasną sprawą jest, że teksty, z którymi pracuje Urząd Zamówień Publicznych i inne instytucje oraz urzędy, wymagają znacznie uważniejszej lektury, a ich czytanie ze zrozumieniem zajmuje więcej czasu niż lektura mniej specjalistycznego i „nienabitego” fachowymi terminami tekstu. Może zatem wydawać się, że takie komunikaty nie nadają się do skanowania i to nawet, gdyby wydłużyć to skanowanie do np. 20-30 sekund.

Ten poradnik jest przede wszystkim o tym, że w przypadku trudniejszych poznawczo tekstów, do których z całą pewnością zalicza się teksty regulaminów, umów, zamówień, przetargów czy decyzji lub ogłoszeń, można połączyć te dwa jakże różne sposoby odbioru takich tekstów. Żeby to osiągnąć, trzeba posługiwać się komunikacją językowo-wizualną i stworzyć komunikaty, które można efektywnie skanować, a następnie, jeśli jest to niezbędne osobie, która je poznaje, informacyjnie czy perswazyjnie czytać.

**Do kogo adresować
teksty i z kim się
komunikować?
Zasada „lustra
komunikacyjnego”**

Zasada „lustra komunikacyjnego”

Kształt językowo-wizualny tekstu oraz jego skanowalność i niezbędność czytania zależą przede wszystkim od odpowiedzi na pytania, które trzeba zawsze zadać sobie przed jego pisaniem:

Kto ma przeczytać ten tekst?

Do kogo będzie adresowany?

Co wiadomo o osobach, które go poznają?

W wypadku dokumentów, które są tekstami specjalistycznymi, adresowanymi do osób, dla których terminy i konstrukcje językowe nazywające różne procesy i działania są całkowicie zrozumiałe, nie ma potrzeby wyjaśniania używanych nazw specjalistycznych i wyrażień, zwrotów i fraz urzędowo-prawniczych czy specjalistycznych, np. ekonomicznych czy finansowych. Jednak zamówienia publiczne, procedury przetargowe, regulaminy, wzory umów czy innych dokumentów i załączników mogą być także skanowane, czytane czy poznawane przez osoby o różnym stopniu kompetencji, zaczynające swoją działalność na rynku, zainteresowane tematem, ale się na nim nieznające, posługujące się językiem polskim i jego specjalistyczną odmianą gorzej od innych.

Dobrym rozwiązaniem komunikacyjnym jest wtedy nowoczesny, komunikatywny i przyjazny **słownik** poprzedzający tekst główny, a w wypadku tekstów w formie elektronicznej, zamiast słownika, leksje/węzły/odnośniki do wyjaśnień trudnych, specjalistycznych słów i sformułowań, które będą aktywować jedynie osoby, które nie są specjalistami.

Bardzo ważne jest to, żeby słownik i wyjaśnienia pod odnośnikami były zrozumiałe dla każdej osoby, czyli były napisane językiem ogólnym, zwanym też publicznym, bardzo bliskim prostemu językowi.

W tym języku użyte słowa i formy gramatyczne wyrazów są dla osób, które czytają te wyjaśnienia „przezroczyste” (dobrze im znane i często widywane), bo wtedy skupią się one na sensie i celu tekstu, a nie na jego estetyce (tę zostawia się współcześnie komunikatom artystycznym).

Zasada „lustra komunikacyjnego”

Taka komunikacja językowo-wizualna powinna być punktem wyjścia, wersją podstawową i uniwersalną każdego komunikatu publicznego, natomiast na jego podstawie można tworzyć komunikaty bardziej skomplikowane, gdy osobami je czytającymi będą jedynie specjaliści i/lub osoby o bardzo wysokiej kompetencji językowej. Z wersji podstawowej można także, i jest to coraz częstsze w różnych urzędach i instytucjach publicznych, stworzyć teksty łatwiejsze, prostsze, przeznaczone do skanowania i czytania dla osób, które mają niskie kompetencje poznawcze, językowe i specjalistyczne (standardy AAC i ETR).

Zatem, i warto to powtarzać wielokrotnie, przede wszystkim trzeba zawsze wiedzieć, jakie osoby będą odbierać przygotowywany komunikat.

Jeśli natomiast jest to komunikacja z jedną osobą, zwłaszcza odpowiedź na mejl lub pismo, które wpłynęło do organizacji czy instytucji, warto zastosować zasadę „**lustra komunikacyjnego**”.

Polega ona na naśladowaniu sposobu i formy komunikacji osoby, która ją rozpoczęła, np. jedna osoba używa formy *Szanowna Pani* na początku pisma, a druga rozpoczyna je bez formy adresatywnej – w takiej sytuacji pierwszej odpisuje się z początkiem *Szanowny* lub *Szanowna* (w zależności od form rodzajowych, których używa w tekście), a drugiej bez żadnych form adresatywnych.

Jeśli natomiast to osoba z organizacji inicjuje komunikację mejlową, to na początku wiadomości zaleca się w nowoczesnej komunikacji językowo-wizualnej użycie powitania (*Dzień dobry* lub *Dobry wieczór* w zależności od tego, kiedy mejl jest pisany), a w piśmie zastosowanie nagłówka/tytułu, który łatwo pozwoli zorientować się osobie, do której się je wysyła, czego dotyczy pismo, np. *Nabór w projekcie nr 8346/08/2025*.

**Public design –
wizualność
tekstu urzędowego
i administracyjnego**

Public design

Na początku omówione zostaną aspekty wizualne komunikacji językowo-wizualnej, bo w XXI wieku większość osób najpierw tekst ogląda, a dopiero potem zaczyna go poznawać i rozumieć oraz interpretować i na niego reagować. Wizualność tekstu, zwana w administracji i urzędach **public design**, zależy od wielu czynników, ale najważniejszym z nich jest podział na wizualność tekstów drukowanych i wizualność tekstów elektronicznych/na ekranie.

Wizualność tekstów drukowanych

Od wielu lat zajmuje się nią edytorstwo, które określa sposób edycji i redakcji tekstów drukowanych w różnych formatach i na różnych nośnikach. Najważniejsze niewątpliwie jest drukowanie tekstu na papierze A4, czyli typowy tekst administracyjno-urzędowo-prawniczy. W kulturze druku lektura tekstu polegała na jego szczegółowym i uporządkowanym czytaniu, w związku z tym mniejsze znaczenie miała liczba znaków na stronie, wybór czcionki (w Polsce zresztą bardzo ograniczony najczęściej do czcionek z maszyn do pisania), odstępów między wersami, wyrównanie tekstu, tabulatory czy przenoszenie wyrazów.

W kulturze obrazu tekst jest najpierw skanowany, a czasami tylko skanowany, dlatego wszystkie te parametry mają swoją wagę i funkcję. Najlepiej zatem:

1

Używać czcionki o wielkości od 12 do 14 pkt, która jest krojem bezszeryfowym

czyli litery pisane tymi krojami nie mają poprzecznych lub ukośnych zakończeń kresek głównych. W wielu instytucjach nadal używa się w pismach Ariala, ale jest to krój, który ma już kilkadziesiąt lat. Lepszym rozwiązaniem jest Calibri (od 2006 do 2023 roku krój ten był instalacyjnym fontem MS Office), wskazane przez władze państwowe w 2022 roku Lato, a najnowszy i instalacyjny w MS Office od 2024 roku jest Aptos.

Font Aptos jest najbardziej praktyczny i najlepszy komunikacyjnie, bo zajmuje odpowiednią ilość miejsca w tzw. polu znaku, czyli nie jest ani za duży, ani za mały, ani za szeroki, ani za wąski, a ma to znaczenie przy skanowaniu lub skanowaniu i czytaniu tekstu drukowanego.

Public design

Odradza się stosowanie tradycyjnie używanych czcionek szeryfowych, wśród których najczęściej korzystano i korzysta się z Times New Romana. Krój szeryfowy ma poprzeczne lub ukośne zakończenia kresek głównych liter, które przeszkadzają w odbiorze tekstu na ekranie, mogą się ze sobą zlewać, nie wyglądają naturalnie i absorbują uwagę swoim wyglądem, a to zaburza efektywność skanowania i czytania tekstu przez osoby, które go poznają.

Kroje szeryfowe i bezszeryfowe mogą być skutecznie stosowane w tekstach drukowanych, bo gazety i książki są od wieków drukowane w krojach szeryfowych, ale dobrze byłoby wtedy sięgać po nowe kroje z literami „zakończonymi ogonkami”, np. Apolonię.

Przewaga krojów bezszeryfowych nad szeryfowym wynika z ich „przezroczystości”, „niewidoczności”, bo osoby, które czytają tekst, w ogóle nie zwracają na nie uwagi, a kroje szeryfowe, zwłaszcza te mniej typowe, często rozpraszają i odbierają część percepcji osoby, która skanuje i/lub czyta tekst, na ich zauważenie i rozszyfrowanie.

2

Stosować odpowiednią interlinię (odległość między wersami)

najlepiej 1,5, ale 1,3 czy 1,4 też wystarczy.

W bardzo wielu tekstach administracyjno-prawno-urzędowych używana jest interlinia 1 lub 1,2. Dla osób, które najpierw skanują, a dopiero później czytają tekst, to zdecydowanie za mało. Przy takiej odległości między wersami tekst dokumentu zlewa się w jedno, pomijane są niektóre wyrazy, co prowadzi do niewłaściwego zrozumienia tekstu lub jego całkowitego niezrozumienia.

Niechęć do rozsuwania linii tekstu jest tłumaczona często zwiększeniem objętości całego dokumentu, ale przy odpowiedniej komunikacji językowo-wizualnej ten problem nie istnieje, ponieważ dobrze przygotowany tekst jest znacznie krótszy od tradycyjnego.

Public design

3

Używać tabulatorów (wcięć akapitowych)

lub odsuwać od siebie poszczególne akapity –
dobry informacyjnie akapit ma z reguły od 4 do 8 wersów
i tworzy całość informacyjno-komunikacyjną.

Tradycyjnie, w tekstach pisanych na maszynie, stosowano
wcięcia akapitowe i jest to nadal bardzo dobre rozwiązanie,
jeśli osobą, która czyta dokument, jest osoba,
która wychowała się w XX wieku. Warto pamiętać,
żeby to wcięcie akapitowe pierwszego wersu nie było
głębsze niż 0,75 cm (standardowo MS Office proponuje
1,25 cm).

Współcześnie, zwłaszcza w tekstach adresowanych do osób
urodzonych w XXI wieku zamiast wcięcia akapitowego stosuje
się częściej odsunięcie akapitów przez dodanie odstępu
przed akapitem i/lub po akapicie. Nie warto wtedy
zostawiać wolnego całego wersu, tylko odsunąć
od siebie akapity na 6 pkt. Jest to wystarczający sygnał,
że w kolejnej części tekstu pojawi się nowa całość
informacyjno-komunikacyjna.

4

Wyrównywać (justować) tekst do lewej i do prawej

ze względu na tradycje drukowania tekstu lub pisania
ich na maszynie większość osób przyzwyczaiła się do tekstu
wyrównanego z lewej i z prawej strony. Każdy wers tekstu
zaczyna się od pierwszej kolumny (chyba że stosujemy wcięcia
akapitowe) i kończy w ostatniej kolumnie po prawej – zajmuje
całą szerokość papieru – od marginesu do marginesu.
Wydaje się, że wtedy tekst jest bardziej estetyczny i staranny.
W ostatnich latach ze względu na dostępność i inkluzywność
komunikacji coraz częściej teksty są wyrównywane jedynie
do lewej, a prawa strona tekstu jest nierówna (o długości
każdego wersu decyduje liczba znajdujących się w nim
wyrazów i ich długość). Wyrównywanie tekstu jedynie do lewej
strony jest także ważne dla wizualności tekstów na ekranie.

Public design

Wizualność tekstów na ekranie

Determinuje ją zarówno krótki kontakt z tekstem osoby skanującej/ czytającej go na ekranie, jak i znaczenie poszczególnych części ekranu w odbiorze tekstu czy komunikatu językowo-wizualnego.

Teksty ekranowe skanowane i czytane są szybciej i mniej uważnie, a najważniejsze miejsca przy ich odbiorze to góra i lewa strona ekranu, średnie znaczenie ma jego środek, a najmniej ważna jest prawa strona i dół ekranu. Z tych względów należy w nich:

1

Używać kroju bezszeryfowego

do wyboru wśród tych najbardziej popularnych jest Calibri, Lato i Aptos, ale najlepszym z nich również w tekstach ekranowych jest Aptos. Coraz mniejsze znaczenie ma wielkość fontu, ponieważ w najnowszych komputerach, laptopach i smartfonach systemy operacyjne dopasowują wielkość fontu do rozmiaru ekranu lub preferencji osoby, która właśnie go skanuje i/lub czyta.

2

Stosować odpowiednią interlinię (odległość między wersami)

w przypadku tekstów na ekranie częściej stosuje się 1,2 lub 1,3 niż 1,5, bo ekrany są z reguły mniejsze niż kartka A4 i duże odstępy pomiędzy wersami bardziej wtedy niepokoją i odwracają uwagę od treści komunikatu niż pomagają w jego odbiorze.

3

Nie używać tabulatorów (wcięć akapitowych)

ale można odsuwać od siebie poszczególne akapity, jeśli tekst trzeba przewijać (jest dłuższy niż jeden ekran), żeby go przeczytać. Dobry informacyjnie akapit ekranowy jest krótszy niż drukowany i ma z reguły od 3 (a nawet od 2) do 5 wersów i tworzy całość informacyjno-komunikacyjną.

Public design

Jeśli odsuwa się od siebie akapity, to na ekranie przerwa pomiędzy nimi może wynosić maksymalnie 6 pkt (często też ich nie ma lub odstęp ma tylko 3 pkt wysokości). Jest to wystarczający sygnał, że w kolejnej części tekstu pojawi się nowa całość informacyjno-komunikacyjna.

4

Wyrównywać (justować) tekst tylko do lewej

zarówno ze względu na to, że najlepiej widoczne części ekranu to góra i lewa strona oraz część środkowa, jak i ze względu na dostępność i inkluzywność (teksty wyrównane do lewej strony są dla osób neuroróżnorodnych i z dysfunkcją widzenia łatwiejsze do czytania i bardziej zrozumiałe, bo nie rozpraszają percepcyjnie).

Public design

Struktura i układ tekstu w komunikacji językowo-wizualnej

Opisane elementy wizualności tekstów drukowanych i ekranowych mają ułatwić, a czasami wręcz umożliwić osobie, która chce skanować lub przeczytać tekst, jego zrozumienie i wykorzystanie zawartych w nim informacji do własnych celów. Pomocne w realizacji tych celów i zadań są także: odpowiednie podzielenie tekstu na części i ich właściwy porządek.

Każdy tekst administracyjno-prawno-urzędowy powinien być skonstruowany w następujący sposób:



1

Moduł nadawczy

służy wskazaniu, kto jest nadawcą danego tekstu, kto za niego odpowiada i/lub kto go przygotował. W zależności od kultury komunikacyjnej urzędu, organizacji czy instytucji, która przygotowuje taki tekst, moduł nadawczy może wyglądać następująco:

- w tekstach drukowanych na papierze firmowym i w mejlach nie jest zupełnie potrzebny, bo wszystkie informacje o nadawcy już są ujawnione;
- w tekstach drukowanych na zwykłym papierze lub w PDF-ach tych tekstów załączanych do mejli umieszcza się go w lewym górnym rogu i zawiera on przede wszystkim **imię i nazwisko** lub **nazwę instytucji** w pierwszym wersie, poniżej **adres**, a następnie w oddzielnych wersach **telefon** i **mejl** w kolejności, którą preferuje osoba lub instytucja, która przygotowała pismo (wyżej telefon, niżej mejl, jeśli woli kontakt telefoniczny, albo na odwrót w przeciwnym wypadku).

2

Moduł temporalno-lokatywny

wskazuje **miejsce** i **datę** przygotowania tekstu. Umieszcza się go według następujących zasad:

- w tekstach drukowanych oraz w PDF-ach pism załączanych do mejli – zawsze w pierwszym wersie (tym samym, w którym jest nazwa instytucji albo imię i nazwisko) po prawej stronie (nie musi kończyć się w ostatniej kolumnie, ale większość osób uznaje, że tak jest najbardziej estetycznie). Tradycyjnie składa się z nazwy miejscowości i daty, np. *Warszawa, 10 czerwca 2025 r.* (bez wyrazu *dnia* i z *r.* na końcu ze spacją po liczbie – 2025 r. – nie wolno pisać *2025r.*). Współcześnie postuluje się rezygnację z miejsca, jeśli zgadza się ono z miejscem siedziby firmy i/lub tekst pisany jest w tej miejscowości albo miejsce, w którym był on pisany, nie ma żadnego znaczenia, np. *10 czerwca 2025 r. bez Warszawa*;
- w tekstach dostępnych i inkluzywnych (przede wszystkim drukowanych) – w pierwszym wersie, ale powyżej modułu nadawczego, wyrównanie do lewej. Miejsce i/lub data znajdują się na początku pisma w lewym górnym rogu;
- w mejlach – nie ma tego modułu, bo datę wprowadza w metadanych sam program poczty elektronicznej, a miejsce jest oczywiste, nieważne lub wskazane w treści mejla.

3

Moduł odbiorczy

określa **osobę** lub **instytucję**, do której adresowany jest dokument:

- w tekstach drukowanych – rozpoczyna się 2-3 kolumny za środkiem strony w tym samym wersie, w którym kończy się moduł nadawczy lub w wersie kolejnym. Dobrym zwyczajem wizualno-językowym jest zapis tego modułu czcionką o 2 pkt większą niż modułu nadawczego, temporalno-lokatywnego i tekstu głównego, np. jeśli te części pisane są Aptosem 12 pkt, to moduł odbiorczy dobrze jest zapisać Aptosem 14 pkt. Zawiera nazwę instytucji lub imię i nazwisko osoby, do której adresowany jest tekst, a później albo adres, albo stanowisko w organizacji, jeśli ta właściwość osoby jest najważniejsza;
- w mejlach – nie ma tego modułu, jeśli wysyła się mejl pod adres osoby, która ma go odczytać. Natomiast, jeśli jest to mejl ogólny instytucji lub innej osoby (oba przypadki w 2025 roku i w kolejnych latach są marginalne i będą coraz rzadsze), w tytule mejla należy napisać *Dla Pawła Nowaka* lub *Do Pawła Nowaka*.

4

Oznaczenia administracyjno-urzędowe

sygnatury i identyfikatory spraw, projektów programów, grantów krajowych i międzynarodowych:

- w tekstach drukowanych tradycyjnie umieszcza się je na samej górze albo przed modulem nadawczym, albo bezpośrednio pod nim, natomiast we współczesnych pismach i dokumentach zarówno wydrukowanych, jak i przesyłanych w PDF-ach mejlem te oznaczenia znajdują się po lewej stronie (są zapisywane od pierwszej kolumny po lewej) poniżej modułu odbiorczego, a powyżej tytułu/nagłówka dokumentu;
- czasami w wydrukach te dane i oznaczenia umieszcza się w stopce (w dolnym marginesie) papieru firmowego lub na samym dole tekstu głównego, ale to rozwiązanie jest rzadziej spotykane;
- w mejlu – najczęściej w nagłówku/tytule mejla, na który miejsce znajduje się w większości programów poczty elektronicznej, czasami albo przy podpisie osoby, która wysyła mejl, albo w stopce mejla. W komunikacji językowo-wizualnej i profesjonalnej warto prowadzić całą korespondencję w jednym wątku i posługiwać się odpowiedziami, a nie tworzyć nowe mejle. Dzięki temu sprawa zachowuje ciągłość i łatwo znaleźć potrzebne do jej załatwienia/zamknięcia informacje.

5

Tytuł tekstu

ułatwia skanowanie/czytanie tekstu i pomaga w zrozumieniu powodów i celu jego wysłania:

- w tekstach drukowanych i PDF-ach – znajduje się poniżej sygnatury i innych oznaczeń, a przed tekstem głównym. Najczęściej poprzedza się go słowem *Dotyczy;*, a potem następuje opis tego, co znajduje się w tekście głównym, np. *Braków w dokumentach konkursowych* albo *Zmiany regulaminu w projekcie*. Powinien być, podobnie jak moduł odbiorczy, zapisywany czcionką o 2 pkt większą od tekstu głównego, np. Aptos 14 pkt, jeśli tekst główny jest pisany Aptosem 12 pkt. Tytuł wyrównuje się albo do lewej (teksty współczesne – dostępne i inkluzywne), albo wyśrodkowuje (teksty tradycyjne). Ze względu na urzędowy, administracyjny czy prawny charakter części z drukowanych tekstów niektóre z nich mają tytuły odsyłające do gatunku wypowiedzi administracyjno-prawno-urzędowej, np. *Oświadczenie*, *Zgoda na przetwarzanie danych*, *Umowa zlecenia*. W takiej sytuacji tytuły występują samodzielnie – bez słowa *Dotyczy;*
- w mejlach – podobnie jak sygnatury i oznaczenia, tytuły mejli umieszcza się w wydzielonym do tego celu w programach pocztowych miejscu. Ważne, żeby zadbać o dużą informacyjność takiego tytułu, np. *Spotkanie na Teamsach o zmianach w formularzu rekrutacyjnym dziś o 14.00*, a nie samo *Spotkanie* albo *Spotkanie na Teamsach*.

Tekst główny

to dla treści w nim zawartych przygotowuje się każdy tekst i dlatego, tym bardziej, ta część dokumentu musi być bardzo komunikatywna językowo i wizualnie:

- w tekstach drukowanych i PDF-ach – zajmuje on z reguły najwięcej miejsca spośród wszystkich części dokumentu i zaczyna się poniżej tytułu (tabulatorem lub od pierwszej kolumny z lewej strony). Może być wyrównany do lewej i prawej lub tylko do lewej, natomiast zgodnie z zasadą „odwróconej piramidy” pierwsze zdanie jest w nim najważniejsze i ma zawierać jak najwięcej ważnych treści, np. *Urząd Zamówień Publicznych ogłasza konkurs na...; Wygrał Pan przetarg na usługi transportowe w naszej firmie*. Nie powinno być też zbyt długie – najlepiej, żeby składało się z około 10 wyrazów lub kilku więcej i było zdaniem pojedynczym lub jednokrotnie złożonym. Czasami tyle wystarczy, a jeśli jest potrzebne jakieś wyjaśnienie lub uzupełnienie treści ze zdania pierwszego, to trzeba oddzielić te pozostałe treści akapitem lub podzielić cały tekst na części, które otwierają śródtytuły. I tak, jeśli trzeba coś szerzej uzasadnić lub wyjaśnić, to warto po zdaniu pierwszym wprowadzić śródtytuł *Wyjaśnienie* albo *Uzasadnienie* i w krótkich zdaniach opisać, dlaczego coś się stało albo z jakich powodów podjęto jakąś decyzję. W ostatnich latach nie uzasadnia się ani nie wyjaśnia decyzji pozytywnych – w takich wypadkach wystarczy jedno zdanie, a czasami przydają się także podstawy prawne, które są umieszczone na końcu pisma. Przepisy, ustawy, regulaminy czy rozporządzenia znajdują się na końcu pisma w części ze śródtytułem *Podstawa prawna* lub *Podstawy prawne* i są po prostu wymienione w punktach lub od punktorów, np. kroppek lub gwiazdek. Można oczywiście podzielić tekst główny na więcej części i tytułować je w różny sposób, np. pytaniami: *Czego brakuje? Gdzie zanieść dokumenty?* Istotne jest przede wszystkim to, żeby tytułować te części konsekwentnie i spójnie, np. same równoważniki zdań albo same pytania.

Public design

- w tekstach mejli – z jednej strony można stosować te same zasady, co w tekstach drukowanych i PDF-ach, ale z drugiej strony trzeba je dopasować do innego medium niż druk. Przede wszystkim tekst główny mejla musi być naprawdę krótki. Idealnie byłoby, gdyby zmieścił się na jednym ekranie laptopa lub komputera, a pierwsze zdanie z najważniejszą informacją nawet na jednym ekranie smartfona. W tekstach drukowanych nie zaleca się na początku dokumentów użycia form adresatywnych czy etykietalnych typu: *Szanowny Panie*, *Szanowna Pani* czy *Szanowni Państwo*, choć wiele osób wysyłających takie dokumenty je stosuje i nie jest to błąd komunikacyjny czy językowy. Natomiast mejl trzeba rozpocząć od nawiązania kontaktu. Zdecydowanie lepszą w tym wypadku formą niż *szanowny/szanowna/szanowni* jest po prostu *Dzień dobry* lub *Dobry wieczór*, a potem przecinek i w nowym wersie najważniejsza treść. Trzeba pamiętać, że ten zapis rozpoczynamy małą literą, choć programy poczty elektronicznej często zamieniają ją na dużą. Po tym zdaniu może być krótkie wyjaśnienie, a jeśli wymaga to więcej miejsca, warto napisać *Szczegóły znajdują się w załączniku* lub *Szczegóły są w załącznikach*. Teksty załączników to po prostu PDF-y tekstów drukowanych, przygotowanych zgodnie z zasadami tekstu drukowanego lub tekstu ekranowego.



Inne elementy

są z reguły oczywiste i wiążą się z **podpisem własnoręcznym** lub **elektronicznym** (prawy dolny róg lub pod tekstem głównym po prawej stronie), **załącznikami** (ich lista może być ostatnim modułem tekstu głównego lub znajdować się pod tekstem głównym po lewej stronie), **informacją o osobie, która zajmuje się sprawą** – tradycyjnie znajdowała się na samym dole po podpisie, we współczesnej wersji to ostatnia informacja, ale przed podpisem.

Public design

Podsumowanie

Niewątpliwie to jedna z największych zmian komunikacyjnych ostatniego czasu w komunikacji werbalnej – teksty pisane są najpierw oglądane (skanowane), a dopiero później, jeśli będą proste, łatwe w czytaniu, estetyczne i inkluzywne, osoby, które je obejrzały, zaczynają je czytać. Z tego powodu tak ważna jest wizualność tekstów, ich struktura, układ, dopasowanie do medium, liczba informacji, łatwość percepcji i wiele wiele innych. Nie znaczy to jednak, że język (strona formalna/gramatyczna, semantyczna/znaczeniowa i pragmatyczna/intencjonalna tekstu) stał się mniej ważny niż wygląd komunikatu.

W komunikacji językowo-wizualnej nadal najważniejszy jest język.

**Współczesny język
publiczny – poprawnie,
prosto i skutecznie**

Współczesny język publiczny

Trudno precyzyjnie określić, ile słów i reguł gramatycznych i znaczeniowych jest we współczesnym języku polskim. Zdaniem wielu osób najlepszy w XX wieku słownik języka polskiego (jego druk zakończono w 1968 r.), którego redaktorem był Witold Doroszewski, składał się ze 120 000 haseł (z suplementem z lat 70-tych XX wieku było ich 140 000), a najnowszy i wciąż aktualizowany Wielki słownik języka polskiego, który znajduje się pod adresem wsjp.pl (WSJP), liczy obecnie ponad 90 000 haseł. Bardzo prawdopodobne wydaje się, że słów jest około 200 000, a reguł językowych, które teoretycznie można byłoby znać, nawet około 1 000 000.

Widać zatem wyraźnie, że odpowiednia komunikacja językowo-wizualna oferuje bardzo wiele możliwości, a wybór właściwych słów i form nie jest łatwy i oczywisty.

Odpowiedni dobór słownictwa przy udzielaniu zamówień

Słownictwo języka polskiego składa się z kilku rodzajów wyrazów:

1. wyrazy potoczne/pospolite (jest ich w słownikach języka polskiego najwięcej), np. *zakupy, oferta, podpis, pytanie*, które dzielą się na:

- znane niemalże wszystkim i często używane, np. *kupić, wysłać, cena, praca, sprzęt*;
- rzadziej używane i/lub trudne, czasami nieznane wielu osobom albo źle przez nie rozumiane, np. *dedykowany, informacja, procedura, zagospodarować*.

2. nazwy własne, czyli imiona, nazwiska, nazwy geograficzne czy nazwy instytucji i organizacji (językoznawcy oceniają, że jest ich około 750 000), np. *Urząd Zamówień Publicznych, Miejskie Przedsiębiorstwo Oczyszczania w m. st. Warszawie sp. z o.o., Paweł Nowak, Anielów, Garwolin, Tatry*.

Bardzo istotna z perspektywy poprawności językowej jest odmiana nazw własnych – zwłaszcza nazwisk.

Współczesny język publiczny



I w zamówieniach publicznych, i w większości pozostałych dokumentów administracyjno-prawno-urzędowych osoby, które przygotowują te dokumenty, nie odmieniają nazw własnych – najczęściej nazwisk, rzadziej imion i najrzadziej nazw miejscowości. W ponad 90% wypadków nazwy te są odmienne i mają formy zależne. Można wtedy komunikacyjnie wybrać jedną z dwóch opcji: albo odmieniać te nazwy zgodnie z regułami (*W tej sprawie można kontaktować się z Pawłem Nowakiem*), albo konstruować zdania w taki sposób, żeby nazwy własne były w zdaniu podmiotem (występowały w mianowniku) – *Paweł Nowak odpowie na pytania w tej sprawie*. Odmiana nazw własnych nie jest łatwa, dlatego warto upewniać się, czy forma, którą chce się napisać, jest właściwa. Najszybciej można to zrobić na [stronie o odmianie nazwisk](#).

3. określenia specjalistyczne (nie można współcześnie określić ich liczby, bo nowe odkrycia i rozwój techniczny powoduje, że ciągle powstają kolejne), np. *przedmiotowe urządzenie, usługa obróbki i usuwania odpadów, tomograf komputerowy, elektroniczny kwalifikowany podpis/kwalifikowany podpis elektroniczny*. Mają one bardzo różny charakter i stopień skomplikowania. Najprościej podzielić je na:

- *jednowyrazowe*, np. *instrukcja, wniosek, umowa, procedura, przedmiotowa*, które są używane w języku ogólnym, a wieloznaczność części z nich utrudnia właściwe zrozumienie tekstu, ponieważ ludzie myślą, że znaczą to samo, co w języku potocznym. Niektóre z nich warto zastąpić prostszym wyrazem, np. *instrukcja* i *procedura* najczęściej oznaczają po prostu sposób, a ulubione w wielu instytucjach i urzędach określenie *w przedmiotowej sprawie* albo *w niniejszej sprawie/w powyższej sprawie*, jeśli są w ogóle potrzebne, warto zastąpić po prostu zaimkiem wskazującym *ten/ta/to* – w tej sprawie jest zrozumiałe dla wszystkich i zastępuje wszystkie te określenia;

Współczesny język publiczny

- wielowyrazowe, np. *odpowiedź na wezwanie do zapłaty, punktowane parametry techniczne, oświetlenie zewnętrzne solarno-wiatrakowe, magazyny centralne, odpady komunalne, procedura udzielania zamówień publicznych*. Część z nich jest niezbędna w dokumentach, ponieważ nazywa i wskazuje istotne elementy działań, urządzeń czy przepisów. Warto wtedy stworzyć słowniczek takich określeń z prostym lub stopniowalnym ich wyjaśnieniem albo podać zrozumiały odpowiednik w nawiasie.
- skróty i skrótowce od różnych nazw instytucji, typów dokumentów, rodzajów programów i funduszy, np. *UZP (Urząd Zamówień Publicznych), SWZ (Specyfikacja Warunków Zamówienia)* – tak ustalono, zapewne na wzór języka angielskiego, po polsku lepiej byłoby *swz (specyfikacja warunków zamówienia)*, ponieważ nie ma podstaw semantycznych, żeby zapisywać ten skrót dużymi literami. Jest natomiast tradycja drugiej połowy XX wieku, np. *KP (Kasa Przyjęła)* czy późniejszy *ROR (Rachunek Oszczędnościowo-Rozliczeniowy)*, który jest w ogóle nonsensem ortograficznym – poza dwuczłonowymi nazwiskami nie ma możliwości zgodnego z regułami użycia dużej litery w innej niż pierwsza części złożenia). Są oczywiście skróty (np. czy zł) i skrótowce (*ZUS* czy *US*), które nie wymagają żadnych objaśnień, bo każda osoba, która zajmuje się zamówieniami publicznymi lub tylko ma kontakt z działalnością gospodarczą, wie na pewno, co oznaczają te skróty (skrótowe wersje nazw pospolitych) i skrótowce (skrótowe wersje nazw własnych, zwłaszcza instytucji, organizacji czy urzędów). Jeśli jednak używa się skrótów i skrótowców branżowych, specjalistycznych, rzadziej używanych trzeba najpierw zapisać wyrazy pospolite i/lub nazwy własne w całości, a po każdej z nich w nawiasie zapisać skrót lub skrótowiec. Wtedy w kolejnych zdaniach można będzie używać tylko objaśnionych już skrótów i skrótowców.

Współczesny język publiczny

4. konstrukcje nominalne (zbudowane przede wszystkim z rzeczowników i przymiotników, ale nie tylko – poza tymi częściami mowy używa się w nich także liczebników, zaimków i imiesłówów przymiotnikowych), zwane wyrażeniami, a także zwroty (czasowniki połączone z ich określeniami) oraz frazy (zdania z podmiotem, orzeczeniem i innym częściami zdania oraz zdania złożone). Warto używać wszystkich tych konstrukcji w ekonomiczny i poprawny sposób, bo wtedy gwarantują one skuteczność komunikacyjną, a przynajmniej zwiększają jej prawdopodobieństwo.

Oczywiście, jeżeli te skrócone i poprawne językowo zapisy w dokumentach postępowania **nie zmieniają sensu samego przepisu, do którego się odwołują**. Warto też w niektórych przypadkach w części *Podstawa prawna* lub *Podstawy prawne* albo w nawiasie po wyjaśnieniu wskazać przepis, który został omówiony w języku publicznym w nowoczesny sposób. Wystarczy wtedy przywołać numer art. i/lub nazwę ustawy czy rozporządzenia, bo to wystarczy odbiorcom, którzy potrzebują poznać prawne źródło jakiejś informacji (mogą do niej z łatwością sięgnąć).

Nie zawsze trzeba cytować przepisy i używać konstrukcji językowych, które można zastąpić bardziej ekonomicznymi i skutecznymi.

W procedurach zamówień publicznych (a wystarczyło napisać – **w zamówieniach publicznych**) często połączenia wyrazowe i szablony składniowe są zbyt rozbudowane, skomplikowane, niezrozumiałe i przez to nieskuteczne komunikacyjnie, np. *Zamawiający najpierw dokona badania i oceny złożonych ofert, a następnie dokona kwalifikacji podmiotowej wykonawcy*, a we współczesnej komunikacji językowo-wizualnej lepiej to zapisać: **UZP zbada i oceni oferty, a potem zakwalifikuje wykonawcę** albo **UZP oceni oferty i przeprowadzi/sprawdzi kwalifikację podmiotową wykonawcy**. Widać tu wyraźnie jeden z podstawowych problemów w tekstach zamówień publicznych – nadużywanie konstrukcji analitycznych, które mają dodać powagi komisji, która organizuje zamówienia publiczne.

Współczesny język publiczny

Najczęściej spotykane w dokumentacji przetargowej połączenia wyrazowe tego rodzaju to:

- *dokonać + rzeczownik w dopełniaczu, np. Komisja dokona oceny i wyboru spośród złożonych ofert i wybierze tę, która spełnia najlepiej wymogi przetargu – powinno być **Komisja wybierze najlepszą ofertę**. Oczywiście, jeśli we wcześniejszych informacjach wskazano termin składania ofert i opisano jej kryteria. Wtedy wszystkie słowa typu: oceny i wyboru spośród złożonych..., spełnia najlepiej wymogi przetargu są już niepotrzebne (redundantne komunikacyjnie i informacyjnie, czyli powtarzają znane już treści i sformułowania). Zamówienia publiczne mają swój profesjolekt (to nie tylko język urzędowy, ale także jego odmiana w zamówieniach publicznych), dlatego konstrukcje nominalne, które są terminami i muszą być użyte w zamówieniu (np. przedmiotowe środki dowodowe, kwalifikacja przedmiotowa wykonawcy), należy wyjaśniać – albo w nawiasie, albo w oddzielnym, a najlepiej podlinkowanym słowniku. Inne tego typu, najpopularniejsze w zamówieniach publicznych konstrukcje z dokonać to: dokonać wypłaty (zamiast zapłacić), dokonać zakupu (zamiast kupić), dokonać zmiany (zamiast zmienić), dokonać rejestracji (zamiast zarejestrować);*
- *podlegać + rzeczownik w celowniku, np. Przetwarzaniu podlegają dane kontaktowe oraz inne niezbędne do udziału w postępowaniu oraz podpisania i realizacji umowy oraz dane zawarte w dokumentach potwierdzających uprawnienia lub doświadczenie zamiast **UZP przetwarza różne dane: kontaktowe i inne potrzebne w postępowaniu i przy umowie oraz zawarte w dokumentach potwierdzających, które złożył XXX**. Poza podlegać przetwarzaniu w zamówieniach publicznych pojawiają się także: podlegać wykluczeniu zamiast wykluczyć, podlegać odrzuceniu zamiast odrzucić, a także inne tego typu konstrukcje: podlegać kontroli zamiast kontrolować;*

Współczesny język publiczny

- przeprowadzić + rzeczownik w bierniku, np. *Ocena ofert zostanie przeprowadzona* [analizm od *przeprowadzić*] *na podstawie kryteriów określonych w SWZ oraz ich wag* zamiast **Ocenimy ofertę/UZP oceni ofertę** (ciąg dalszy w większości wypadków nie jest potrzebny, bo kryteria i ich wagi są w SWZ i jest to oczywiste);
W związku z powyższym, konieczne jest pilne zakupienie xxxx, co wymaga jak najszybszego przeprowadzenia procedury przetargowej, a tym samym skrócenia czasu składania ofert zamiast **UZP musi szybko kupić xxxx, więc musimy/ musi jak najszybciej przeprowadzić przetarg i skrócić jego czas**. Inne konstrukcje tego typu: *przeprowadzić analizę* zamiast *przeanalizować* czy *przeprowadzić badanie* zamiast *zbadać*;
- inne konstrukcje – czasownik + rzeczownik:
 - ◇ *udzielić* + rzeczownik w dopełniaczu (*udzielić zgody* zamiast *zgodzić się*),
 - ◇ *złożyć* + rzeczownik w bierniku (*złożyć podpis* zamiast *podpisać*),
 - ◇ *przystąpić do realizacji* zamiast *rozpocząć, zacząć*,
 - ◇ *przystąpić do wypełniania* zamiast *wypełniać*,
 - ◇ *podjąć kroki* zamiast *działać* czy *zrobić* albo *podjąć dyskusję* zamiast *dyskutować*,
 - ◇ *sprawować nadzór* zamiast *nadzorować/pilnować*.

Współczesny język publiczny

Błędy w użyciu różnego rodzaju słownictwa przy zamówieniach publicznych

Tradycyjny język urzędowy (zwłaszcza drugiej połowy XX wieku) tym różnił się od komunikacji językowo-wizualnej, że skomplikowane i niepoprawne, a przynajmniej niezrozumiałe i nieekonomiczne konstrukcje legitymizowały i uzasadniały często nonsensowne lub ideologiczne przepisy i regulaminy. A ponieważ z czasem zmieniały się one w sformułowania rytualne, nad którymi nikt się nie zastanawiał, tylko je automatycznie powtarzał, przez to do dziś są one powszechnie używane, choć nie są poprawne. Komunikacja językowo-wizualna konsekwentnie je zwalcza i proponuje zmiany, które powodują, że sformułowania te stają się poprawne, ekonomiczne i skuteczne. Najczęściej polegają one na:

1. skracaniu długich konstrukcji przez usuwanie zbędnych elementów lub zastępowanie ich prostszymi sformułowaniami:

- tautologie/pleonazmy, czyli słowa i połączenia wyrazowe, które powtarzają treści wyrażone już wcześniej, np. *na dzień dzisiejszy* zamiast *dzisiaj/dziś*, *okres czasu* zamiast *okres* lub *czas*, *równowartość kwoty 300 000 euro* zamiast *równowartość 300 000 euro*;
- zbyt opisowe, a puste semantycznie wypowiedzi, które łatwo można skrócić bez zmiany wartości informacyjnej tekstu, np. *Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych z uwagi na fakt, że podział zamówienia na części nie znajduje uzasadnienia celowego, ani finansowego* zamiast ***Zamawiający nie dopuszcza ofert częściowych*** lub ***W tym postępowaniu nie wolno składać ofert częściowych***. Warto rozstać się także z anachronicznymi, analitycznymi i mało poprawnymi określeniami typu *z uwagi na fakt*, a zastąpić je słowami *ponieważ* czy *bo*. Inny przykład: *Nie wymaga wniesienia wadium* zamiast ***Nie wymaga wadium***;

Współczesny język publiczny

- modne i trudne określenia, które mają popularne i proste odpowiedniki, np. *dochować należytej staranności* zamiast **postarać się**, *bez zbędnej zwłoki* zamiast **jak najszybciej**, *zasadne jest* zamiast **należy**.
- zastępowaniu wyrazów obcych, których większość osób nie rozumie albo rozumie je niewłaściwie, polskimi lub prostszymi wyrazami, np.: *adekwatny* zamiast *odpowiedni*, *właściwy*, *dostosowany*; *komponent* zamiast *składnik*, *część*; *monitorować* zamiast *kontrolować*, *pilnować*, *nadzorować*; *zrealizować* zamiast *wykonać*, *zrobić*.

Warto dbać o to, żeby samodzielnie nie tworzyć tego typu konstrukcji, nie „umudrzać” komunikatu, gdy nie jest to niezbędne, cały czas myśleć o osobie, która będzie chciała szybko ten tekst zeskanować i przeczytać.

Wybór form gramatycznych i poziomu normy językowo-komunikacyjnej przy zamówieniach publicznych

We współczesnej komunikacji językowo-wizualnej można korzystać z jednej z trzech norm językowych, czyli zbioru form i reguł obowiązujących w języku. W tradycyjnych komunikatach publicznych oprócz błędów językowych, które osoby piszące teksty uważały za poprawne, wykorzystywano do komunikacji normę hiperpoprawną/wzorcową, czyli idealną, która jednak jest znana bardzo małej liczbie osób posługujących się językiem polskim – optymistycznie szacuje się ją na 1–3% społeczeństwa. Z tego względu trudno polecić ją jako najlepszą w komunikacji o zamówieniach publicznych, ponieważ oryginalność form hiperpoprawnych przyciąga uwagę osoby, która skanuje i czyta tekst, a odciąga ją od sensu i intencji wypowiedzi.

Z tego względu lepsza jest norma potoczna/szkolna/użytkowa, które jest mniej staranna i idealna, ale za to częściej spotykana i przez to transparentna (formy z niej pochodzące nie przyciągają uwagi i nie przysłaniają treści i intencji wypowiedzi). To ta norma powinna być podstawową w dokumentach przy zamówieniach publicznych, to po nią powinny sięgać osoby, które je tworzą.

Cały czas trzeba mieć jednak świadomość, że właściwie posługuje się nią jedynie 10-20% osób, które znają język polski.

Współczesny język publiczny



Stąd w sytuacji, gdy poprawna forma jest nieznana co najmniej 90 procentom osób (a tak jest z reguły z formami rzadkimi i trudnymi) nawet w normie potocznej, pozostaje norma pragmatyczna, która pozwala wykorzystać bliskoznaczność wyrazów i znaleźć „zastępnik”/odpowiednik dla formy, której osoby nie zaakceptują (uznają za błędną, choć jest poprawna) albo będzie ona zbyt odciążała je od sensu i intencji tekstu.

Najlepiej zilustruje tę różnicę między normami czasownik potrafić. W czasie przyszłym ma on jedną (dla obu norm – hiperpoprawnej i potocznej), bardzo oryginalną, wynikającą z historii języka formę potrafię, potrafisz, potrafi, potrafimy, potraficie, potrafią, która dla około 99% osób mówiących po polsku nie jest formą czasu przyszłego, tylko czasu teraźniejszego (natomiast faktycznie w zależności od kontekstu jest formą obu tych czasów). Te 99% osób uważa, że właściwą formą czasu przyszłego jest będę potrafił albo będzie potrafić itd. Tymczasem są to formy błędne. Wtedy trzeba użyć zastępnika – będzie umiał/będzie umiała/będzie umiało (lepiej niż będzie umieć, bo naturalniej) – czyli zastąpić wyraz potrafić wyrazem umieć, który ma niemalże identyczne znaczenie. Nie traci się wtedy nic z sensu i intencji wypowiedzi, a tekst pozostaje przezroczysty.

O tych zasadach językowego konstruowania tekstu warto pamiętać na różnych jego poziomach i w różnych sytuacjach komunikacyjnych.

1. ortografia i interpunkcja – upewniać się co jakiś czas, zwłaszcza gdy osoba pisząca chce użyć słowa, którym dawno się nie posługiwała, czy dobrze pamięta się normę językową dotyczącą ortografii i interpunkcji tego słowa:

- bardzo często osoby piszące tekst zapominają o różnicy w pisowni *nie* z czasownikiem i z rzeczownikiem odczasownikowym, np. *nie zrealizowała* i *niezrealizowanie* (wiele osób pisze błędnie *nie zrealizowanie*), *nie złoży* i *niezłożenie* (wiele razy jest *nie złożenie*) czy *nie zostanie dopuszczony* i *niedopuszczenie* (wiele osób pisze błędnie *nie dopuszczenie*);

Współczesny język publiczny

- nie zawsze właściwie zapisują *nie* z imiesłowami przymiotnikowymi, czyli wyrazami zakończonymi na *-ący/ąca/ące* lub *-ny/ty*, np. *nie istniejący*, choć lepiej: *nieistniejący*, *nie przeprowadzony* zamiast *nieprzeprowadzony*, *nie dopuszczony* zamiast *niedopuszczony*. Wiele z tych rozdzielnych zapisów wynika z przepisywania lub utrwalenia w pamięci przepisów z drugiej połowy XX wieku, w których zapis rozdzielny *nie* z imiesłowami był powszechny. W 1997 roku zalecano już zapis łączny, a od 1 stycznia 2026 r. zapis łączny będzie jedynym dopuszczalnym w języku polskim zapisem imiesłowów przymiotnikowych z *nie*;
- używają często przecinka w niewłaściwych miejscach albo zapominają o tym, że trzeba go w jakimś miejscu postawić. Najczęściej dotyczy to złożonych spójników/wskaźników zespolenia w zdaniach złożonych, np. *dlatego że* (najczęściej poprawnie stawia się przecinek przed *dlatego*, natomiast w tekstach administracyjno-prawno-urzędowych najczęściej niepoprawnie przed *że*) czy *złoży dokumenty a następnie zgłosi się na rozmowę* (brakuje często przecinka przed *a*);
- źle posługują się łącznikiem (-) i półpauzą (–). Łącznik jest elementem, który łączy, więc świetnie sprawdza się w wyrazach wielocłonowych, np. nazwiskach (*Nowak-Kowalska*) czy nazwach miejscowych (*Bielsko-Biała*). Nie można w takich sytuacjach stawiać przed łącznikiem i po nim spacji, natomiast może on być używany do oznaczania zakresu, choć lepiej w tej funkcji używać półpauzy, np. *punkt 7-10* lub *punkt 7–10* czy *22-24 sierpnia* lub *22–24 sierpnia*. Natomiast jedynie półpauza może służyć do oddzielania tekstu lub wyjaśniania jakichś treści, np. *W ZAKRESIE PUNKTOWANYCH PARAMETRÓW TECHNICZNYCH – KRYTERIUM OCENY OFERT zaoferowanego przedmiotu zamówienia - zawierający opis oraz parametry potwierdzające wymagania postawione przez Zamawiającego w zał. nr 2.2 do SWZ w oparciu o które została przygotowana oferta, w zakresie punktowanych parametrów technicznych* półpauza jest użyta właściwie, ale nie powinno tam być łącznika. Zdanie to powinno wyglądać tak: ***W ZAKRESIE PUNKTOWANYCH PARAMETRÓW TECHNICZNYCH – KRYTERIUM OCENY OFERT przedmiotu zamówienia - zawierający opis oraz parametry potwierdzające wymagania zamawiającego z zał. 2.2 do SWZ, według których przygotowano ofertę punktowanych parametrów technicznych.***

Współczesny język publiczny



Ortografia to także stosowanie dużych (kiedyś częściej zwanych wielkimi) liter. W opisanym przykładzie użyto zapisu Zamawiającego, który nie ma żadnego uzasadnienia – lepiej zamawiającego. O tym błędzie była już mowa przy nazwach własnych i skrótach i skrótowcach. Dużych liter używa się:

- ◇ ze względów składniowych przy rozpoczęciu tekstu oraz na początku zdania;
- ◇ ze względów graficznych na kartach tytułowych książek, w tytułach utworów, na afiszach oraz szyldach itp.;
- ◇ ze względów znaczeniowych przy zapisie nazw własnych, przy czym przez nazwę własną rozumieć należy wyraz, wyrażenie lub jakąkolwiek inną formę językową (np. zdanie) służącą do wyróżnienia jednego przedmiotu (np. instytucji, osoby, produktu, utworu, usługi) spośród innych;
- ◇ ze względów uczuciowych w wyniku indywidualnej decyzji osoby piszącej, która jest wyrazem jego postawy uczuciowej (np. szacunku, miłości) wobec kogoś lub czegoś, o kim albo o czym pisze.

W dokumentacji zamówień publicznych często narusza się te zasady, pozornie zgodnie z regułą ostatnią – ze względu na postawę uczuciową (szacunek) do osób i instytucji, które będą brały lub uczestniczą w zamówieniach publicznych. Stąd odnajduje się w dokumentacji konstrukcje typu: *należy złożyć w Urzędzie niezbędne pełnomocnictwa* zamiast **należy złożyć pełnomocnictwa w urzędzie** czy *Po zakończeniu oceny wniosków Komisja ogłosi listę rankingową* zamiast **Po ocenie wniosków komisja ogłosi listę rankingową/ranking**.

Warto używać w takich tekstach dużych liter tylko wtedy, gdy stosuje się pełną nazwę instytucji czy stanowiska, np. *Urząd Zamówień Publicznych*, albo adresuje się komunikat do konkretnej osoby na jakimś stanowisku – *Zapraszamy Panią Dyrektora, ale Zaprosiliśmy dyrektora Agnieszkę Nowak*.

Współczesny język publiczny



Sprawa jest o tyle ważna i aktualna, że 1 stycznia 2026 r. zaczną obowiązywać **zmiany ortograficzne**, z których część będzie dotyczyć dużych liter, np. zapis dużą literą nazw mieszkańców miejscowości, a nie tylko państw i kontynentów.

2. fleksja i słowotwórstwo – te dwa zbiory reguł językowych, czyli odmiana wyrazów i ich tworzenie/budowa, wiążą się z największą liczbą błędów (choć błędy ortograficzne i interpunkcyjne są równie powszechne) popełnianych przez osoby, które używają języka polskiego. Zwłaszcza odmiana wyrazów nastrocza wiele trudności, które wynikają przede wszystkim z dwóch cech języka polskiego – synkretyzmu fleksyjnego i równoległości końcówek.

Synkretyzm fleksyjny polega na tym, że jedna forma wyrazowa pełni wiele funkcji w zdaniu. Dotyczy to zwłaszcza rzeczowników rodzaju męskiego i nijakiego, które mają tę samą formę m.in. w mianowniku i w bierniku. Powoduje to trudność w rozstrzygnięciu, czy użyty w zdaniu wyraz jest podmiotem czy dopełnieniem, np. *Spis zawiera opis zamówienia* – podmiotem może być zarówno *spis*, jak i *opis zamówienia*. Najlepiej w takiej sytuacji użyć innego czasownika, np. ***W spisie znajduje się opis zamówienia/W opisie zamówienia znajduje się spis*** czy ***W opisie zamówienia przedstawiono spis***.

Równoległość końcówek prowadzi natomiast do wyboru błędnej formy ze względu na to, że w zależności od różnych bardziej lub mniej skomplikowanych czynników (historycznych, fonetycznych, społecznych itp.) trzeba spośród dwóch lub kilku wersji wyrazu użyć tej właściwej. Wiele razy pisano już o *w cudzysłowie*, a nie *w cudzysłowiu* (równoległość końcówek miejscownika) czy o *przekonywającym*, a nie *przekonywującym* (nieistniejąca równoległość zakończenia imiesłowu przymiotnikowego *-ającym* i *-ującym*). To także powracający problem zaimka *tę* czy *tą* w bierniku (w języku mówionym obie formy, bo *tę* to norma hiperpoprawna, a *tą* to norma potoczna, natomiast w języku pisanym tylko *tę*) oraz *mejł* czy *mejla*, *SMS* czy *SMS-a* w tym samym przypadku (formy z *a* na końcu w bierniku dotyczą rzeczowników męskich osobowych i ożywionych, np. *urzędnika* czy *psa*). Popularność formy *mejla* i *SMS-a* spowodowały, że są one dopuszczalne w normie potocznej, choć bardziej poprawne (wzorcowe) są *wyśle mejl* i *otrzyma SMS z powiadomieniem* (nie wysyła się przecież *lista* tylko *list*).

Współczesny język publiczny



Tego rodzaju wątpliwości i zasad jest we fleksji języka polskiego niestety znacznie więcej. Warto co jakiś czas upewniać się, czy dobrze pamięta się te reguły i formy.

Skrótowiec *SMS (Short Message Service)* i jego odmiana wskazuje na jeszcze jeden problem fleksyjno-ortograficzny. Najlepiej używać skrótowców w takiej pozycji, w której sięga się po ich formę mianownika lub biernika, np. *ZUS wyda zaświadczenie*. Wtedy nie trzeba niczego dodawać do samego skrótowca. Natomiast jeśli umieści się skrótowiec w zdaniu w takim miejscu, że trzeba go odmienić, wtedy należy posłużyć się łącznikiem i małą literą końcówki przypadku (o ile oczywiście skrótowiec się odmienia), np. **Otrzyma Pan pismo z ZUS-u**. Nie wolno w takiej sytuacji pisać *Otrzyma Pan pismo z ZUSu*. W ostatnich kilku latach dopuszcza się w normie potocznej nieodmienianie odmiennych skrótowców, ale to mało naturalne i estetyczne. Najlepiej przeformułować zdanie w taki sposób, żeby skrótowiec występował w formie podstawowej.

Słowotwórstwo to współcześnie przede wszystkim tworzenie feminatywów i osobatywów. Nie są to z reguły słowa i konstrukcje językowe, które większość osób skanujących i/lub czytających teksty przeoczy, nie będzie nimi zaskoczona czy zdziwiona. Dziesięciolecia, zwłaszcza w drugiej połowie XX wieku, kiedy uznawano, że forma męska jest lepsza, podnosi prestiż osoby w ten sposób określonej, w językowy i tylko językowy sposób zrównuje kobiety, mężczyzn i osoby niebinarne, odzwyczaiły użytkowników i użytkowniczki języka polskiego od obecności form feminatywnych i osobatywów. Ilekroć dojdzie do sytuacji, w której będą one potrzebne, trzeba upewnić się, czy intuicja językowa osoby, która tworzy komunikat, zgadza się z regułami słowotwórczymi języka polskiego. W zamówieniach publicznych nie nastroczają problemów określenia *kandydatka*, *administratorka*, *zamawiająca*. Zapewne trudniej wielu osobom jest mówić o *wykonawczyni*, *odbiorczyni* albo *osobach urzędniczych*. Z perspektywy poprawnej i skutecznej komunikacji językowo-wizualnej nie należy posługiwać się jedynie formami feminatywnymi i osobatywami, jeśli osoba, którą określa feminatyw lub osobatyw, tego nie chce, nie zależy jej na tym lub w ogóle nie przychodzi jej do głowy, że te formy są jej do czegoś potrzebne. Zgodnie z dążeniem do większej dostępności, równorzędności i inkluzywności tekstów publicznych warto używać konstrukcji typu: *kandydat* i *kandydatka* albo *zamawiający* i *zamawiająca* lub *osoby, które zamawiają usługę*.

Współczesny język publiczny



Nie oznacza to jednak, że używanie form męskich jako jedynych czy podstawowych jest błędem językowym czy komunikacyjnym – stosowanie form męskich jako uniwersalnych jest nadal dominującym sposobem wskazywania osób o różnej płci. I fleksja, i słowotwórstwo wpływają w dużym stopniu na prostotę skanowania i czytania zdań tworzących teksty, ale za ich poprawną i skuteczną budowę odpowiada poziom składniowy.

3. składnia – ze względu na rytualność i schematyczność tradycyjnej komunikacji administracyjno-prawno-urzędniczej składnia typowych tekstów zamówień publicznych to składnia zdań rozwiniętych, a przede wszystkim wielokrotnie złożonych.

Z perspektywy poprawności i skuteczności współczesnej komunikacji językowo-wizualnej najwięcej problemów w składni współczesnych tekstów zamówień publicznych następuje:

- zbyt długie i zawierające niepotrzebne powtórzenia zdania, np. *Zaświadczenie właściwej terenowej jednostki organizacyjnej Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego albo innego dokumentu potwierdzającego, że wykonawca nie zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne, w zakresie art. 109 ust. 1 pkt 1 ustawy, wystawionego nie wcześniej niż 3 miesiące przed jego złożeniem, a w przypadku zalegania z opłacaniem składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne wraz z zaświadczeniem albo innym dokumentem zamawiający żąda złożenia dokumentów potwierdzających, że odpowiednio przed upływem terminu składania ofert wykonawca dokonał płatności należnych składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne wraz odsetkami lub grzywnami lub zawarł wiążące porozumienie w sprawie spłat tych należności zamiast **Zaświadczenie z terenowej jednostki Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego albo innego, nie starszego niż 3 miesiące dokumentu, który potwierdzi, że wykonawca lub wykonawczyni nie zalega ze składkami (art. 109 ust. 1 pkt 1 ustawy). Jeśli natomiast zalega z tymi składkami, to oprócz takiego dokumentu, musi złożyć także potwierdzenie, że przed terminem składania ofert wykonawca lub wykonawczyni zapłacił lub zapłaciła te składki z odsetkami lub z grzywnami albo porozumiała się w sprawie ich spłat;***

Współczesny język publiczny

- wyrazy o znikomej lub zerowej wartości informacyjnej, po które bardzo chętnie sięgali przed laty i sięgają nadal osoby, które przygotowują tekst, żeby go „umudrzyć”, dodać mu niepotrzebnej, jeszcze większej powagi lub pokazać, że umieją posługiwać się stylem wysokim:
 - ◇ *niniejszy – Zamawiający nie przewiduje rozliczenia z wykonawcą w walutach obcych. Wszelkie rozliczenia związane z realizacją zamówienia publicznego, którego dotyczy niniejsza SWZ dokonywane będą w PLN zamiast Zamawiający będzie rozliczał się z wykonawcą w złotych – lepiej napisać jak, a nie pisać jak nie (to w ogóle naczelną zasadą każdej współczesnej komunikacji, a zwłaszcza pisemnej komunikacji językowo-wizualnej). I w zasadzie zdanie drugie nie jest wtedy potrzebne, ale jeśli trzeba byłoby je zostawić, to najlepiej napisać je następująco: **Zamawiający będzie rozliczał zamówienie publiczne z tego SWZ w PLN.** I jeszcze jeden przykład *Niniejsza informacja przekazywana jest zgodnie z art. 13 i art. 14 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. zamiast **UZP przekazuje tę informację zgodnie z art. 13 i art. 14 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27 kwietnia 2016 r.** lub **Przekazujemy tę informację zgodnie z art. 13 i art. 14 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27 kwietnia 2016 r.,****
 - ◇ *wyjaśnienia/wyjaśnić, np. Zmiany i wyjaśnienia treści SWZ oraz inne dokumenty zamówienia bezpośrednio związane z postępowaniem o udzielenie zamówienia publikowane będą na stronie prowadzonego postępowania zamiast **SWZ oraz inne dokumenty zamówienia związane z tym postępowaniem znajdą się na stronie** tu najlepiej podać adres strony, ewentualnie *na stronie tego postępowania,**

Współczesny język publiczny



- ◇ powyższe/powyżej (często wskazane) i zakres (często wskazany (!)), np. *Usługi powyższe obejmują niżej wskazany zakres działań: zamiast Usługi obejmują: czy Zamawiający kontynuuje procedurę ponownego badania i oceny ofert, o której mowa powyżej, w odniesieniu do ofert wykonawców pozostałych w postępowaniu, a następnie dokonuje kwalifikacji podmiotowej wykonawcy, którego oferta została najwyżej oceniona do momentu wyboru najkorzystniejszej oferty albo unieważnienia postępowania zamiast **Zamawiający ponownie bada i ocenia oferty, które pozostały w postępowaniu, i przeprowadza kwalifikację podmiotową wykonawcy, którego ofertę ocenił najwyżej, aż wybierze ofertę albo unieważni postępowanie,***
- ◇ w związku z, np. *Administratorem danych osobowych przetwarzanych w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego jest Prezes Urzędu Zamówień Publicznych z siedzibą w Warszawie (02-676) przy ul. Postępu 17A, dalej jako Prezes UZP zamiast **Administratorem danych osobowych przy postępowaniu o zamówienie publiczne jest Prezes Urzędu Zamówień Publicznych w Warszawie (02-676) przy ul. Postępu 17A, dalej Prezes UZP (może też być po prostu prezes);***
- konstrukcje z imiesłowami przysłówkowymi, zwłaszcza współczesnymi z zakończeniem na -ąc, które naturalnie wydłużają zdania (bo są częścią równoważników zdaniowych, które łączy się z co najmniej jednym zdaniem), powodują trudności z wyborem podmiotu, a przede wszystkim są trudne percepcyjnie – wymagają znacznie dłuższego zastanowienia się nad sensem wypowiedzi niż proste zdania, które zastępują, p. *Opisując przedmiot zamówienia przez odniesienie do norm, ocen technicznych, specyfikacji technicznych i systemów referencji technicznych, o których mowa w art. 101 ust. 1 pkt 2 oraz ust. 3 Pzp, Zamawiający dopuszcza rozwiązania równoważne opisywanym zamiast **W opisie zamówienia z perspektywy norm, ocen i specyfikacji technicznych oraz systemów referencji technicznych (art. 101 ust. 1 pkt 2 oraz ust. 3 PZP) zamawiający dopuszcza rozwiązania, które są równoważne z tym opisem***

Współczesny język publiczny

- lub **W opisie zamówienia z perspektywy norm, ocen i specyfikacji technicznych oraz systemów referencji technicznych (art. 101 ust. 1 pkt 2 oraz ust. 3 PZP) UZP dopuszcza rozwiązania, które są równoważne z tym opisem** albo **W opisie zamówienia z perspektywy norm, ocen i specyfikacji technicznych oraz systemów referencji technicznych (art. 101 ust. 1 pkt 2 oraz ust. 3 PZP) dopuszczamy rozwiązania, które są równoważne z tym opisem.** Inne tego rodzaju przykłady to: Biorąc pod uwagę liczbę pacjentów hospitalizowanych, a także tych kierowanych na badania w ramach umowy z NFZ, dostępność jednego urządzenia jest niewystarczająca zamiast **Jedno urządzenie to za mało przy takiej liczbie pacjentów w szpitalu oraz tych ze skierowaniami na badania z NFZ;** W katalogu/prospekcie/folderze/instrukcji należy wyraźnie zaznaczyć, których pozycji opisu przedmiotu zamówienia (Załącznika nr 2.2 do SWZ) dotyczy dany zapis - umieszczając w nim zarówno nr zaoferowanego asortymentu, jak i nr poszczególnej pozycji asortymentowej – celem identyfikacji oferowanego przedmiotu zamówienia zamiast **W katalogu/prospekcie/folderze/instrukcji należy zaznaczyć, których pozycji z załącznika nr 2.2 do SWZ dotyczy ten zapis.** **Trzeba też umieścić w nim zarówno nr asortymentu, jak i nr pozycji asortymentowej.**

To tylko kilka z bardzo wielu zasad i reguł, które trzeba zmienić w komunikacji administracyjno-prawno-urzędniczej, jeśli chce się tworzyć współczesne, zrozumiałe, skuteczne i poprawne teksty w komunikacji językowo-wizualnej.

Z pewnością warto rozważyć wyraźniejsze wskazywanie podmiotu w zdaniu, np. UZP *określa* albo *określamy*, niż dotychczas. Na razie, również w tym poradniku dominują formy bezosobowe, np. *zaleca się, wskazano, należy, trzeba*. Ostatnie z tych form pokazują jeszcze jeden ważny aspekt nowego języka w zamówieniach publicznych – zbyt słabo wskazują na to, kto kryje się pod *należy* i kto ma zrozumieć, że *trzeba*. Warto używać w takich sytuacjach form adresatywnych *Państwo/Pan/Pani* albo, co zapewne będzie łatwiejsze, *Osoby, które składają wnioski, muszą* albo *UZP zobowiązuje instytucje i przedsiębiorstwa, które uczestniczą w przetargu, do...*

Ocena zrozumiałości tekstu

Ocena zrozumiałości tekstu

Większość firm, organizacji, instytucji, urzędów i osób, które piszą często zestandaryzowane albo powtarzające się teksty, przygotowuje sobie ich szablony, które następnie wypełnia indywidualnymi treściami. Warto nadal posłużyć się tą metodą, gdy tworzy się dokumenty do kolejnych konkursów i projektów czy przetargów przy zamówieniach publicznych w nowej komunikacji językowo-wizualnej. Najlepsze efekty daje zaangażowanie do tego co najmniej dwóch, a najlepiej kilku osób. Jeśli podzieli się je pracą i każda z nich przygotowuje po 2-3 dokumenty, to wystarczy kilka godzin, żeby każda z tych osób naniosła swoje poprawki na przygotowane przez inne osoby teksty. Można też, i często ta metoda daje lepsze efekty, zebrać te osoby w sali konferencyjnej i dać im kilka godzin na rozmowę o tym, co zrobiły. Dzięki temu nauczą się od siebie rozwiązywać podobne problemy w przyszłości. Można także skorzystać z audytu specjalisty lub zorganizować dla tych osób szkolenie audytowe (bardzo popularna i efektywna forma kształcenia w ostatnim czasie). Polega ona na:

- **1 Przygotowaniu przez kilka osób różnych tekstów;**
- **2 Przesłaniu ich do eksperta lub ekspertki, aby poddać je ocenie;**
- **3 Po kilku/kilkunastu dniach zorganizowaniu szkolenia, na którym ekspert/ekspertka dyskutuje z autorami i autorkami tekstów, co można w nich poprawić;**
- **4 Przygotowaniu po szkoleniu przez te same osoby kolejnych wersji swoich wcześniejszych tekstów i przesyłaniu ich do eksperta/ekspertki, u których poddaje się je kolejnej ocenie;**
- **5 Przesłaniu ostatecznego raportu z komunikacji językowo-wizualnej tych tekstów i zatwierdzeniu ich wzorców.**

W ten sposób osiąga się efekt nauczania kształtującego – osoby, które przygotowują taką dokumentację, zwiększają i to znacznie swoją świadomość i kompetencję językowo-wizualną.

Ocena zrozumiałości tekstu

Przy innych metodach opracowywania scenariuszy można sięgnąć po aplikacje sprawdzające stopień trudności tekstu i skorzystać z ich odpowiedzi. Uniwersalną aplikacją tego rodzaju jest Jasnopis (jasnopis.pl), który i w wersji darmowej, i w wersji komercyjnej podsuwa cenne uwagi. Inny tego rodzaju program to Logios (logios.pl). Przydatne mogą być także programy AI, choć warto używać ich z rozwagą i krytycznie, bo polskie wielkie modele językowe nie działają jeszcze wystarczająco komunikatywnie.

Na zakończenie – dobre praktyki

Dobre praktyki

Ten poradnik ma za zadanie pomagać osobom, które tworzą teksty przy zamówieniach publicznych, w podejmowaniu właściwych decyzji językowo-wizualnych. Istotne jest także, aby każda z osób, które będzie dokonywała wyboru właściwych form z tej perspektywy rozumiała, dlaczego i po co decyduje się właśnie na te formy, a nie na inne. Natomiast, jeśli jest potrzebna szybka i (prawie) automatyczna/intuicyjna decyzja, to na końcu tej publikacji znajduje się zbiór dobrych praktyk, które w ostatnich kilku/kilkunastu miesiącach były opracowywane w różnych instytucjach pod nazwą Standardy prostego języka.

Efektem działań wielu ośrodków akademickich i specjalistów-praktyków komunikacyjnych są standardy przygotowane przez Fundację Języka Polskiego i udostępnione na jej stronie: <https://www.fundacjajezykapolskiego.pl/wp-content/uploads/2025/01/Prosty-jezyk-ustandaryzowane-zasady.pdf>.

Każda osoba, która pisze współczesne teksty językowo-wizualne, musi przestrzegać kilku zasad:

**Określ odbiorcę
i cel tekstu**

**Zadbaj
o jego układ
i kompozycję**

**Dobierz
odpowiednie
słownictwo**

**Używaj jasnej,
naturalnej
składni**

**Sprawdź
swój tekst**

**Zachowaj
zdrowy rozsądek**

Komunikacja językowo-wizualna w języku ogólnym lub w prostym języku to szansa na szybsze, łatwiejsze, poprawne i skuteczne posługiwanie się tekstem w komunikacji administracyjno-prawno-urzędowej.

Warto spróbować.