



## Porozumienie w sprawie standardu zrozumiałości języka w usługach bankowości detalicznej

1. Dostępność usług bankowości detalicznej w Polsce określa ustawa z 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze. Jest ona implementacją Europejskiego Aktu o Dostępności (EAA), czyli Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady UE 2019/882 z 17 kwietnia 2019 r. w sprawie wymogów dostępności produktów i usług. Zgodnie z tą ustawą od 28 czerwca 2025 roku przekazywane konsumentom i konsumentkom informacje o usługach bankowości detalicznej mają być zrozumiałe na poziomie B2 (wyższy średnio zaawansowany). Ustawodawcy zaczerpnęli pojęcie poziomu B2 z Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.
2. Unijny prawodawca wprowadził wymóg zrozumiałości informacji, aby osoby ze szczególnymi potrzebami mogły korzystać z usług bankowości detalicznej i podejmować świadome decyzje. Wymóg ten ma także zapewnić usługodawcom równe szanse na rynku (motyw 39 EAA).
3. Poziom B2, do którego odsyłają ustawodawcy, służy ocenie kompetencji językowych osób uczących się języka polskiego jako nierodzimego (obcego). Rozumiemy intencję ustawodawcy, który chce wyznaczyć miarodajny punkt odniesienia w ocenie zrozumiałości tekstu. Jednak w opinii sygnatariuszy porozumienia, ekspertów i ekspertek z zakresu językoznawstwa oraz glottodydaktyki, stosowanie tej miary do oceny zrozumiałości informacji w języku ojczystym jest nieuzasadnione. Może doprowadzić do rozbieżnych interpretacji i powstania różnych standardów językowych na rynku usług bankowości detalicznej ze szkodą dla konsumentek i konsumentów.
4. W 2020 roku banki podpisały „Deklarację w sprawie standardu prostego języka” i opracowały „Dobre praktyki prostej komunikacji bankowej”, które wciąż są rozwijane i uzupełniane.
5. Aby uniknąć rozbieżności interpretacyjnych i różnych standardów językowych w usługach bankowości detalicznej, przyjmujemy, że zasady prostego języka mogą być odpowiednikiem standardu B2 dla rodzimych użytkowników i użytkowniczek języka polskiego, ponieważ:

- zasady prostego języka zapewniają zrozumiałość informacji konsumentom i konsumentkom (w przybliżeniu odpowiadają poziomowi szkoły średniej)
  - standard B2 służy do oceny kompetencji językowych osób, które uczą się języka polskiego jako nierodzimego (obcego).
6. Zasady prostego języka stosujemy zgodnie ze standardem wypracowanym przez ekspertki i ekspertów z polskich ośrodków naukowych zajmujących się prostym językiem. Standard „Prosty język – ustandaryzowane zasady” jest załącznikiem do tego porozumienia. Banki mogą stosować wewnętrzne wytyczne dotyczące prostego języka, które są zgodne z tym standardem.
  7. Nasze porozumienie nie dotyczy tekstów formułowanych zgodnie z zasadami tekstu łatwego do czytania i zrozumienia (ETR).
  8. Podpisujemy to porozumienie, aby utrzymać kierunek naszych dotychczasowych działań i potwierdzić, że rozumiemy wymogi prawa w ten sam sposób.



## Prosty język – ustandaryzowane zasady

Standard wypracowali przedstawiciele i przedstawicielki polskich ośrodków naukowych, które rozwijają ideę prostego języka. Są to:

- Fundacja Języka Polskiego
- Jasnopis
- Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
- Uniwersytet Szczeciński
- Uniwersytet Warszawski.

**Jeśli chcesz napisać tekst zgodny z zasadami prostego języka:**

## Określ odbiorcę i cel tekstu

Skup się na celu tekstu i potrzebach odbiorcy – zastanów się, jakich informacji potrzebuje i które z nich są dla niego najważniejsze.

Zdecyduj, czy piszesz do fachowca, do laika czy do osoby, której kompetencji nie znasz. Pomoże Ci to właściwie zredagować tekst.

## Zadbaj o układ i kompozycję

Oceń kompozycję i warstwę graficzną.

1. Podaj tylko te informacje, które są istotne dla odbiorcy i zgodne z celem tekstu. Nie podawaj informacji zbytecznych, pobocznych.
2. Uporządkuj informacje w kolejności istotnej z perspektywy odbiorcy – najważniejsze umieść na początku.
3. Podziel tekst na akapity (jeden akapit = jeden wątek). Dobry akapit składa się z trzech do pięciu krótkich zdań.
4. Jeśli tekst jest długi, zastosuj na przykład:
  - nagłówki
  - listy
  - wypunktowania
  - wyróżnienia graficzne.

Jeśli tekst jest krótki, wystarczy, że podzielisz go na akapity.

## Dobierz odpowiednie słownictwo

1. Dostosuj słownictwo do odbiorcy, do którego kierujesz tekst. Fachowiec nie potrzebuje wyjaśnienia każdego terminu, laik może mieć dużą trudność w rozumieniu terminów z Twojej branży. Zachowaj szczególną ostrożność przy tekstach kierowanych do dużych grup nieznanymi Ci odbiorcami. Załóż, że dominują tam laicy.
2. Dla odbiorcy trudne mogą być na przykład:
  - terminy specjalistyczne i słownictwo fachowe (np. klauzula abuzywna, marża, dewizowe polecenie zapłaty, rachunek przeciwstawny)
  - słowa rzadkie, przestarzałe (np. iż, nadmieniac, bowiem, jednakowoż)
  - rzeczowniki abstrakcyjne i odczasownikowe (kończą się na -anie, -enie, -cie, -acja, -sja, -zja, -ość, np. procesowanie, implementacja, weryfikowalność)
  - wyrazy modne i nadużywane (np. dedykowany, innowacyjny, unikalny)
  - słabo przyswojone wyrazy pochodzenia obcego (np. case, challenge)
  - rzadkie skróty i skrótowce (np. PKB, CEIDG, ATM, TAN)
  - elementy stylu urzędowego (np. niniejszym informuję, w przedmiotowej sprawie, dzień dzisiejszy).
3. Co możesz zrobić z trudnymi słowami:
  - usuń je, jeśli nie wnoszą nowej treści
  - zastąp prostszymi, częściej używanymi odpowiednikami, jeżeli jest to możliwe
  - wyjaśnij je za pomocą słów typowych dla codziennej komunikacji
  - podaj przykład zjawiska, które kryje się pod terminem
  - podawaj konkrety (nazwa instytucji zamiast właściwy organ, tytuł dokumentu zamiast stosowna ustawa).
4. Nie zawsze można uniknąć trudnych słów lub terminów, bo ich użycia wymagają ustawodawcy, regulatorzy lub są to treści specyficzne dla danej branży. Wtedy wyjaśnij je.

## Używaj jasnej, naturalnej składni

1. Twórz krótkie zdania, najlepiej do 20 wyrazów.
2. Stosuj zasadę: jedno zdanie = jedna myśl.
3. Używaj zdań twierdzących (np. zapłać w wyznaczonym czasie), unikaj zdań przeczących (np. nie spóźniaj się z opłatą).
4. Pisz tak, aby budowa zdania wskazywała, kto i do kogo mówi:
  - zwracaj się bezpośrednio do odbiorcy (np. Ty, Pan/Pani, Wy, Państwo) i używaj osobowych form czasowników (np. zrób, napisz)
  - unikaj pisania do swojego odbiorcy w trzeciej osobie (np. klient, strona, wnioskodawca)
  - ujawniaj się jako nadawca tekstu, stosuj osobowe formy czasowników (np. analizujemy, podjęliśmy, prześlemy, wykonałem)
  - unikaj form bezosobowych: zakończonych na -no, -to (np. podjęto, wykonano) i form typu zaleca się, można, należy
  - używaj strony czynnej, a stronę bierną (np. dokumenty zostały wysłane) zarezerwuj dla sytuacji, w których jest ona naprawdę niezbędna
  - unikaj imiestwów zakończonych na -ąc, -wszy, -wszy (np. nawiązując, poszedłszy, złożywszy).
5. Unikaj podwójnej negacji (np. nie możemy Ci tego nie powiedzieć).
6. Usuń nadmiar rzeczowników:
  - zamień rzeczowniki odczasownikowe na czasowniki (w celu złożenia na aby złożyć)
  - zamień konstrukcje analityczne na czasowniki (np. dokonać oceny na ocenić)
  - rozbij łańcuchy dopełniaczowe, czyli ciągi rzeczowników, które odpowiadają na pytania kogo? czego? (np. umożliwienie spłaty raty kredytu zamień na może Pan spłacić ratę kredytu).

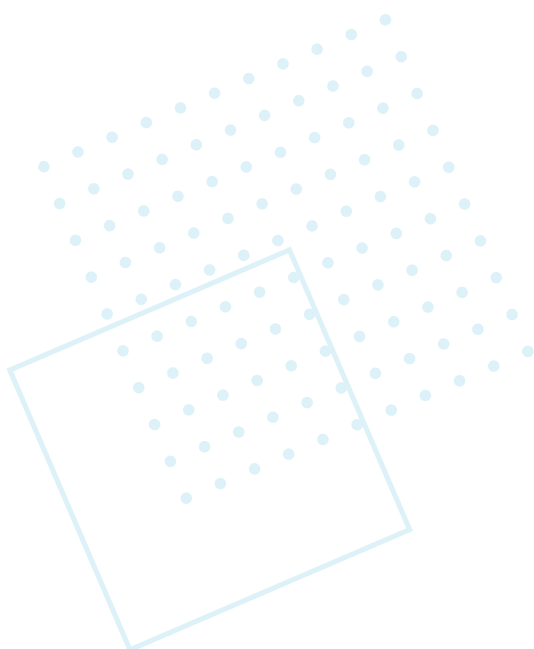
## Sprawdź swój tekst

1. Upewnij się, że tekst jest poprawny językowo i merytorycznie.
2. Sprawdź, czy tekst jest zrozumiały. Możesz to zrobić na przykład tak:
  - użyj elektronicznych narzędzi do oceny zrozumiałości tekstu, używanych w Twojej firmie lub dostępnych na rynku
  - jeśli możesz, skonsultuj tekst zarówno ze specjalistami, jak i niespecjalistami w danej dziedzinie, a także z osobami ze szczególnymi potrzebami komunikacyjnymi
  - jeśli możesz, zorganizuj badania fokusowe.

## Zachowaj zdrowy rozsądek

Pamiętaj, że język jest żywy, a nasze zasady mają Ci pomagać, a nie Cię ograniczać. Stosuj je z wyczuciem:

- zdanie, które ma 19 słów, nie zawsze będzie lepsze od tego, które liczy ich 21
- strona bierna czasami jest potrzebna, a nawet niezbędna
- nie usuwaj wszystkich imiesłówów zakończonych na -ąc, -wszy, -wszy czy wszystkich form na -anie, -enie
- znajdź równowagę w stosowaniu wyróżnień graficznych – ich nadmiar może utrudniać lekturę.



## **Autorki i autorzy standardu**

- Monika Buraczyńska, Jasnopis
- dr Marta Chojnacka-Kuraś, Wydział Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego, Fundacja Języka Polskiego
- prof. dr hab. Włodzimierz Gruszczyński, Jasnopis, Instytut Języka Polskiego PAN
- dr Piotr Kajak, Centrum Języka Polskiego i Kultury Polskiej dla Cudzoziemców Polonicum Uniwersytetu Warszawskiego
- prof. dr hab. Ewa Kołodziejek, pełnomocniczka Rektora ds. Prostego Języka na Uniwersytecie Szczecińskim
- dr Ewa Koziół-Chrzanowska, Jasnopis, Pracownia Wielkiego Słownika Języka Polskiego, Instytut Języka Polskiego PAN
- dr hab. Monika Kresa, prof. ucz., koordynatorka Zespołu ds. Prostego Języka Uniwersytetu Warszawskiego, Fundacja Języka Polskiego
- dr Anna Niepytalska-Osiecka, Jasnopis, Pracownia Wielkiego Słownika Języka Polskiego, Instytut Języka Polskiego PAN
- Katarzyna Nowak, Fundacja Języka Polskiego
- dr hab. Maciej Ogrodniczuk, prof. IPI PAN, Jasnopis, Instytut Podstaw Informatyki PAN
- Katarzyna Osior-Szot, Fundacja Języka Polskiego
- dr Anna Rabczuk, Centrum Języka Polskiego i Kultury Polskiej dla Cudzoziemców Polonicum Uniwersytetu Warszawskiego
- dr hab. Karolina Ruta-Korytowska, Wydział Filologii Polskiej i Klasycznej Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu
- dr Magdalena Wanot-Miśtura, Wydział Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego, Fundacja Języka Polskiego