



prosta polszczyzna

STANDARD UNIWERSYTETU WROCŁAWSKIEGO

Myśli to wyspy

1. Czasowniki ożywiają tekst, bo każdy z nich opowiada kompletną historię. Używaj ich jak najczęściej.
2. Unikaj „rzeczowników zombie”. To ukryte czynności, które pozbawiają tekst życia; np. *Niezapłacenie kolejnej faktury skutkować będzie wypowiedzeniem umowy.*
3. Unikaj zwrotów typu: *w razie X, z powodu X, na skutek X, w celu X* – zwłaszcza na początku akapitu. Zwroty te zapraszają do tekstu „rzeczowniki zombie”; np. *W razie niezapłacenia podatku..., Z powodu niezapłacenia podatku....*
4. Pisz osobowo. Nie ukrywaj aktorów działań. Unikaj czasowników na *-no, -to, się* (np. *ustalono, podjęto decyzję, uznaje się, że...*) i słów typu *można, trzeba, należy, warto*.
5. Unikaj imiestowów na *-qc*, ponieważ odbiorca sam musi ustalić, kto wykonuje imiestowową czynność.
6. Podmiot i orzeczenie stawiaj blisko siebie – i jak najbliżej początku zdania. Unikaj wtrąceń.
7. Frazy z imiestowem na *-qcy* najlepiej „rozrzedzać” zdaniem podrzędnym z *który*; np. *Przesyłam Pani aneks stanowiący integralną część umowy darowizny... => ,który jest integralną częścią umowy darowizny.*
8. Dopowiedzenia lub wtrącenia, których nie możesz usunąć, oznaczaj myślnikami; np. *Powinna Pani – do 10 marca 2016 roku – złożyć wniosek o rozwiązanie umowy.*
9. Uwidaczniaj logikę swojej wypowiedzi. Służą do tego słowa łączące zdania. Zwykle mówią one o czasie, przyczynie, wniosku itp., np. *następnie, zatem, więc, bowiem, jednak, ponieważ*.
10. Unikaj negacji. Wyrazy typu: *nie, żaden, nikt, nic, brak* – źle wpływają na wizerunek firmy, a do tego opóźniają przetwarzanie informacji.
11. W instrukcjach i procedurach często pojawiają się zdania warunkowe (z *jeśli*). W takich sytuacjach zaczynaj od *jeśli*: *Jeśli osiągasz odpowiednie dochody, złóż wniosek*; a nie: *Złóż wniosek, jeśli osiągasz odpowiednie dochody*.

Tekst to mapa

12. Wpuszczaj światło między akapity.
13. Tematy akapitów sygnalizuj śródtytułami. Bardzo dobre są w tej funkcji pytania – ze znakiem zapytania lub bez niego (np. *Jak to robimy?/ Jak to robimy*).
14. Początek pisma to najgorsze miejsce na podstawy prawne. Najlepiej przenieść je na koniec – do ostatniej sekcji (ale nie do przypisów z „maczkiem”).
15. Przygotuj czytelnika na negatywną informację. Pismo z taką informacją zacznij dłuższym wstępem. Nie przenoś jednak głównej informacji na koniec tekstu.
16. Jeśli zbliżasz się w tekście do ważnych treści, spróbuj je zapowiedzieć (np. słowem *poniżej, poniższy*), por. *Poniżej znajdzie Pani szczegółowe uzasadnienie naszej decyzji*.



17. Informacje w jakiś sposób powiązane zapowiadaj zdaniem wprowadzającym; np. *Możesz się z nami skontaktować na trzy sposoby:...; Są dwa powody, dla których mogłaby Pani wybrać ten subfundusz....*
18. W zdaniu zmieszczą się tylko trzy elementy wyliczenia (*Zamawiam X, Y i Z*). Od czterech elementów stosuj pionowe listy – z punktami.
19. Każdy wers listy zaczyna w podobny sposób.
20. Dwukropek zapowiada różne typy wyliczeń. Przed listami ważnych elementów „powiększaj” dwukropek o słowo *następujący*, aby wzmocnić efekt zapowiedzi; np. *Prosimy o przesłanie następujących dokumentów:....*
21. Tytuły dokumentów, które przywołujesz w tekście, najlepiej podawać kursywą lub w cudzysłowie.

Kontakt pisemny to dialog

22. O swojej organizacji pisz w tekście per „my”. Nazwę widać przecież w logo.
23. W korespondencji możesz też pisać per „ja”. Rób tak zwłaszcza wtedy, gdy opisujesz swoje działania lub emocje; np. *Załączam potrzebne dokumenty; Przekazuję Pani naszą decyzję; Bardzo mi przykro, że poczuła się Pan urażona naszym listem.*
24. Często zwracaj się do czytelnika bezpośrednio (za pomocą zaimków i czasowników); np. *Szanowna Pani, jeśli będzie Pani miała pytania, proszę, by odwiedziła Pani naszego doradcę.*
25. W instrukcjach, procedurach i formularzach zwracaj się do czytelnika per „Ty” i w trybie rozkazującym; np. *Podaj PESEL; Wybierz odbiorcę przelewu.*

Słowa to klucze

26. Nie pisz o pisaniu (*informuję, wobec powyższego, nadmieniam, wyjaśniam*). Wyjątkiem są początki długich lub relacyjnie trudnych tekstów.
27. Unikaj patosu i podniosłego tonu. Efekt ten tworzą słowa-bufony: *iż, dokonać, nadmienić, pragnąć, ufać, mniemać*.
28. Bądź oryginalny. Unikaj słownych natrętów i szablonowych powiedzeń; np. w *trosce o coś, spełniać oczekiwania, wychodzić naprzeciw*.
29. Unikaj wyrazów specjalistycznych. Jeśli wprowadzasz trudny termin, umieść go po prostym omówieniu (np. w nawiasie).
30. Jeśli kolejny raz piszesz o danych (np. o kwotach), powtarzaj je dosłownie. Nie odwołuj się „do góry” tekstu (*powyższy, wyżej wymieniony*).