



**SENAT  
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ  
VIII KADENCJA**

---

Warszawa, dnia 6 sierpnia 2015 r.

**Druk nr 1051**

---

**PRZEWODNICZĄCY  
RADY JĘZYKA POLSKIEGO**  
przy **PREZYDIUM POLSKIEJ AKADEMII NAUK**

**Pan  
Bogdan BORUSEWICZ  
MARSZAŁEK SENATU  
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ**

Szanowny Panie Marszałku!

Realizując zapis art. 12 ust. 2 ustawy o języku polskim, przesyłam na ręce Pana Marszałka „**Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2012-2013**”.

Rada Języka Polskiego jest gotowa do dyskusji nad tym sprawozdaniem i ogólnie nad stanem polszczyzny na forum Senatu RP.

Łączę wyrazy szacunku

(-) prof. dr hab. Andrzej Markowski



**Rada Języka Polskiego przy Prezydium Polskiej Akademii Nauk**

**SPRAWOZDANIE O STANIE OCHRONY JĘZYKA  
POLSKIEGO ZA LATA 2012–2013**

**JĘZYK POLSKI W DOKUMENTACH UŻYWANYCH  
W OBRODIE KONSUMENCKIM**

**EKSPERTYZA**

## **SPIS TREŚCI**

INFORMACJE WSTĘPNE .....	3
Cz. I. Informacje dołączane do leków .....	7
Cz. II. Informacje dołączane do parafarmaceutyków i kosmetyków .....	23
Cz. III. Instrukcje obsługi sprzętu AGD.....	50
Cz. IV. Instrukcje obsługi sprzętu elektronicznego .....	79
Cz. V. Umowy bankowe, leasingowe, ubezpieczeniowe, edukacyjne.....	96
Cz. VI. Umowy telekomunikacyjne.....	107
Cz. VII. Umowy deweloperskie i na usługi komunalne .....	126
WNIOSKI I POSTULATY .....	151

## INFORMACJE WSTĘPNE

1. **Zasady sporządzania ekspertyzy.** Ekspertyza powstała na podstawie uchwały Rady Języka Polskiego przy Prezydium Polskiej Akademii Nauk. Nadzór ze strony Rady zlecony został jej członkom prof. prof. Andrzejowi J. Bliklemu i Tadeuszowi Zgółce. Wykonania ekspertyzy podjęły się osoby zatrudnione w Zakładzie Retoryki, Pragmalingwistyki i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu. Koordynatorką całości prac była prof. zw. dr habil. Halina Zgółkowa, kierowniczka tego Zakładu. Każda z osób opracowała swoją część ekspertyzy na podstawie przyjętej instrukcji ogólnej, wszakże z zastosowaniem swojego, autorskiego zamysłu i zasad konstrukcji tekstu. Całkowite ujednoczenie tekstów ekspertyz cząstkowych było niemożliwe przede wszystkim ze względu na specyfikę analizowanych dokumentów (np. nieporównywalne są teksty ulotek dołączanych do leków z tekstami umów bankowych). Ponadto całkowite ujednoczenie prowadziłoby do pominięcia twórczego wkładu pracy o charakterze autorskim poszczególnych osób. Analizowane dokumenty były pozyskiwane w różny sposób. Były to zarówno „papierowe” ich wersje, jak i elektroniczne zamieszczone na stronach i portalach internetowych. Część „papierowych” instrukcji obsługi została dostarczona – na prośbę Rady Języka Polskiego – przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Pozostałe teksty były zdobywane przez autorki ekspertyz na własną rękę.
2. **Specyfika tekstów używanych w obrocie konsumenckim.** Analizie poddano wyłącznie wspomniane wersje „papierowe” o różnej objętości. Coraz częściej jednak do produktów pewnych kategorii dołączane są podręczniki w formie elektronicznej (zwykle w postaci tekstu umieszczonego na nośnikach CD/DVD), które wymagają od konsumenta posiadania odpowiedniego sprzętu elektronicznego i umiejętności posługiwania się nim. Część dokumentów – zwłaszcza instrukcje obsługi sprzętu elektronicznego i urządzeń AGD – ma postać wielojęzyczną, która wymaga odnalezienia odpowiedniej dla konsumenta wersji językowej. W ekspertyzie pominięto bardzo krótkie informacje umieszczane na opakowaniach towarów (zwłaszcza produktów spożywczych, kosmetyków, leków), jako że ich analiza komunikacyjno-językowa nie pozwala na wskazanie istotnych cech specyficznych, zwłaszcza ze względu na krótkość tekstu mieszczącego się na opakowaniu. Natomiast analizowane teksty – zarówno instrukcje obsługi sprzętu, jak i umowy zawierane z konsumentem mają bardzo zróżnicowaną wielkość: od wielostronicowych dokumentów dołączanych do samochodów (te szczegółowe podręczniki pominięto w prezentowanej ekspertyzie) po kilku- lub kilkunastostronicowe instrukcje i umowy oraz po jednostronicowe ulotki dołączane do leków, parafarmaceutyków i kosmetyków. Znaczna większość

dokumentów używanych w obrocie konsumenckim ma tradycyjną postać „papierową” drukowaną.

3. **Specyfika układu komunikacyjnego kontaktów w obrocie konsumenckim.**

Pracę nad tekstami dokumentów poddanych ekspertyzie potraktowano jako szczególnie ważną w kontekście społecznym. Analizowane dokumenty stanowią teksty językowe mające specyficzny układ komunikacyjny. W tym układzie konsument jest stroną niemal zupełnie bierną, a jednocześnie mocno uzależnioną od informacji i postanowień zawartych w dokumentach. Dokumenty te sporządzają – po stronie oferenta produktu lub usługi – profesjonalści (prawnicy, specjaliści od marketingu, brokerzy, copywriterzy itp.). Natomiast po stronie konsumenckiej jest na ogół osoba nieprofesjonalna (pominęliśmy dokumenty używane w obrocie między tzw. osobami prawnymi). Konsument może zakupić specyfik opatrzonej odpowiednią informacją lub zrezygnować z takiego zakupu. Niektóre ulotki dołączane do leków lub kosmetyków są dostępne w postaci elektronicznej, co sprawia, że potencjalny nabywca może zapoznać się z ich treścią przed podjęciem decyzji w sprawie zakupu. Na ogół jednak informacje tego typu przedstawia się konsumentowi dopiero po zakupie. W przypadku ulotek dołączanych do leków lub instrukcji obsługi sprzętu konsument może stosować się do wskazań i ostrzeżeń kierowanych do niego w ulotce lub je zlekceważyć. Natomiast umowy proponowane usługobiorcy są właściwie dyktatem usługodawcy. Pole do negocjacji warunków takiej umowy (bankowej, ubezpieczeniowej, telekomunikacyjnej) jest zredukowane niemal do minimum. Konsument może taką umowę podpisać w kształcie proponowanym niemal w całości przez usługodawcę lub odmówić jej podpisania. Klient jest na ogół zmuszony do podjęcia decyzji podczas kontaktu z przedstawicielem firmy po zaledwie pobieżnym zapoznaniu się z jej treścią. Rzadko zdarza się, aby konsument zażądał wydania dokumentu przed jego podpisaniem (w celu zapoznania się ze szczegółami postanowień). Takie żądanie jest często uniemożliwiane przez konsultanta lub wręcz kuriera dostarczającego egzemplarze dokumentu i często jest traktowane jako rezygnacja z usługi. Z tego też powodu szczególnie ważne jest, aby konsument precyzyjnie rozumiał treść ulotki, instrukcji, umowy. Na ten aspekt czytelności, zrozumiałości i przystępności zwracano szczególną uwagę przy opracowywaniu ekspertyz częściowych.
4. **Typy sensów komunikacyjnych realizowanych w obrocie konsumenckim.**

Z punktu widzenia kontaktu między nadawcą (twórcą) dokumentu przeznaczonego do tego rodzaju obrotu można wskazać kilka rodzajów przekazów. Pierwszym z nich (niekoniecznie najważniejszym) jest informacja. Ten wymiar dominuje – przynajmniej na pozór – w ulotkach i instrukcjach. Informacje dotyczą zwłaszcza składu farmaceutyku lub kosmetyku, budowy, konstrukcji sprzętu itp. Niejednokrotnie pojawia się w tym kontekście także funkcja perswazyjna. Znajduje się ona na pograniczu perswazji nakłaniającej

charakterystycznej dla tekstów reklamowych i przejawia się w używaniu określeń wartościujących (np. klasa energetyczna sprzętu zasilanego energią elektryczną, szybkie, skuteczne działanie preparatu, brak działań ubocznych, nieprzyjaznych, przyjazny stosunek do środowiska). Precyzyjne oddzielenie funkcji informacyjnej od nakłaniającej (perswazyjnej, czasem wręcz manipulacyjnej) jest w praktyce niemal niemożliwe. Obok informacji pojawiają się polecenia, ostrzeżenia, zakazy i nawet groźby związane z niewłaściwym stosowaniem produktu. W ulotkach dołączanych do leków (i niektórych parafarmaceutyków) jest to groźba odnosząca się do narażenia życia lub zdrowia konsumenta (pacjenta).

5. **Specyfika stylistyczna tekstów używanych w obrocie konsumenckim.** Teksty poddane ekspertyzie charakteryzują się daleko posuniętą różnorodnością stylistyczną. Ze względu na konsumenta najbardziej wskazane byłoby ich formułowanie w zgodzie z zasadami tzw. prostej polszczyzny, swoistego standardu językowego zrozumiałego dla wszystkich uczestników obrotu konsumenckiego. Taki projekt proponowany przez niektórych językoznawców wydaje się być bardzo daleki od rzeczywistości napotkanej w dokumentach poddanych ekspertyzie. W dokumentach można wyróżnić kilka warstw stylowych. Pierwszą z nich jest – wydawałoby się najważniejsza – warstwa potoczna. Właściwie nie chodzi tu o posługiwanie się wyłącznie słownictwem znanym i stosowanym przez ogół Polaków (wraz z kolokwializmami, eufemizmami, a nawet wulgaryzmami). Można by powiedzieć, że potoczność oznacza stosowanie słownictwa „gramatycznego” (zaimków, liczebników, przyimków, spójników) oraz tzw. słownictwa współnoodmianowego, czyli takiego, które występuje w możliwie wszystkich stylowych odmianach języka. Tymczasem w dokumentach poddanych ekspertyzie spotyka się bardzo dużą warstwę terminologiczną, czyli słownictwo charakterystyczne dla nauki (chemii, farmakologii, fizyki, techniki itp.) oraz dużo słownictwa żargonowego, używanego jako środowiskowe elementy leksykalne. W tekstach umów – oprócz wyżej wymienionego – pojawia się wielość terminów wziętych z języka prawnego (rzadziej prawniczego). W konstrukcjach językowych często spotykane są zwroty, frazy i frazeologizmy charakterystyczne dla odmiany administracyjno-urzędniczej, zwłaszcza napuszone, wielosłowne, celowo oddalone od konstrukcji potocznych. Przykłady takich uchybień znajdują się w opracowaniach cząstkowych.
6. **Podstawy prawne dokumentów używanych w obrocie konsumenckim.** Część analizowanych dokumentów podlega przepisom prawnym w zakresie prawa Rzeczypospolitej Polskiej i/lub Unii Europejskiej. Tak jest np. z treścią ulotek dołączanych do leków. W zakresie informacji umieszczanych na opakowaniach zawierających produkty spożywcze wprowadzono na przykład wymóg podawania ostrzeżeń o potencjalnych alergenach. Umowy

deweloperskie zostały ostatnio poddane rygorom aktu notarialnego (czyli podlegają zasadom stanowienia prawa). Podobnie jest także z umowami najmu lokali, ponieważ są one skonstruowane przez brokerów i pośredników obrotu nieruchomościami w sposób skrajnie skonwencjonalizowany, dostępny na stronach internetowych w postaci gotowych formularzy. Na życzenie stron taka umowa może być zawarta także w wersji aktu notarialnego, czyli dokumentu stricte prawnego. Nad sposobami sporządzania dokumentów używanych w obrocie konsumenckim (w tym także nad ich językiem) sprawują pieczę wyspecjalizowane urzędy: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Urząd Regulacji Energetyki.

7. **Cele ekspertyzy.** W ekspertyzie starano się zaprezentować zarówno opis diagnostyczny, jak i wskazania językoznawcze zmierzające do zapewnienia zrozumiałości warstwy językowej analizowanych tekstów, a zwłaszcza tego, aby były one – w tym, językowym aspekcie – bardziej przyjazne konsumentowi, co oznacza przede wszystkim zapewnienie możliwie łatwej świadomej percepcji tekstu. Wskazano w tym celu różnorodne czynniki utrudniające rozumienie tekstu (od aspektu typograficznego poprzez interpunkcję i ortografię, słownictwo aż po skomplikowane struktury składniowe). Celem zewnętrznym opracowania jest zwrócenie uwagi wszystkich zainteresowanych stron na konieczność zapewnienia zrozumiałości przez konsumentów kierowanych ku nim tekstów, co jest warunkiem skuteczności i uczciwości kontaktów komunikacyjnych między oferentem (produktu lub usługi) a konsumentem. Adresatami takich oczekiwań są zarówno wyspecjalizowane instytucje (por. wyżej), jak i oferenci. Na konieczność poprawy sytuacji w tej sprawie zwrócono uwagę w reklamie społecznej emitowanej pod hasłem *Zanim podpiszesz*.
8. **Upowszechnianie wyników dokonanej ekspertyzy.** Zdaniem zespołu opracowującego ekspertyzę jej zawartością powinny być zainteresowane różne środowiska działające na rynku konsumenckim, zwłaszcza wspomniany Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, urzędy regulujące rynki energetyczny, telekomunikacyjny, produktów spożywczych, farmakologicznych, kosmetycznych itp., deweloperzy, bankowcy, brokerzy, notariusze itp. Po konsultacji z autorkami możliwe (i – być może – wskazane) byłoby jego upowszechnienie w postaci tradycyjnej publikacji „papierowej” obok postaci elektronicznej zamieszczonej na stronach Rady Języka Polskiego.

prof. zw. dr hab. Halina Zgólkowa



## CZ. I. INFORMACJE DOŁĄCZANE DO LEKÓW

### 1. Uwagi wstępne

#### a. Podstawy prawne redagowania ulotek

Kształt i treści informacji na temat leku, zawartej w ulotce dla pacjenta, reguluje prawo. Polskie rozporządzenia muszą pozostawać w zgodzie z przepisami obowiązującymi w Unii Europejskiej. Aktualne ustalenia można znaleźć w dokumencie:

„Dziennik Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa, dnia 7 listopada 2013 r., Poz. 1292: ROZPORZĄDZENIE Ministra Zdrowia z dnia 5 listopada 2013 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie wymagań dotyczących oznakowania opakowań produktu leczniczego i treści ulotki”<sup>1</sup>. Rozporządzenie to, które weszło w życie z dniem 1 stycznia 2014 roku, podpisał Minister Zdrowia, B. A. Arłukowicz.

Jak dowiadujemy się z przypisu nr 2 do tegoż dokumentu: „Przepisy niniejszego rozporządzenia wdrażają postanowienia dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/84/UE z dnia 15 grudnia 2010 r. zmieniającej – w zakresie nadzoru nad bezpieczeństwem farmakoterapii – dyrektywę 2001/83/WE w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do produktów leczniczych stosowanych u ludzi (Dz. Urz. UE L 348 z 31.12.2010, str. 74, z późn. zm.)”.

Przywoływane rozporządzenie z 7 listopada 2013 r. wprowadza zmiany do wcześniejszego Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 20 lutego 2009 r., Dz. Ust. nr 39, poz. 321. Zmiany dotyczą paragrafu 6 i opisują szczegółowo **strukturę ulotki – wymienia się tu kolejne segmenty oraz wypełniające je treści**. Ulotki powinny zostać dostosowane do tego wzorca w terminie do 30 kwietnia 2016 roku. Wynika z tego, że materiały podlegające analizie mogą zawierać realizacje zgodne z wcześniejszym stanem prawnym.

W rozporządzeniu wyjaśnia się m. in.: „Ulotkę dołączaną do opakowania produktu leczniczego sporządza się zgodnie z Charakterystyką Produktu Leczniczego”. Oznacza to, że nie istnieje dowolność; producent nie może w swobodny sposób decydować o formie i treści ulotek.

Sporządzenie odpowiedniej informacji dla pacjenta jest obowiązkiem, wiążącym się z procesem rejestracji leku i wprowadzania go na rynek. „Druki informacyjne – tzw. charakterystyka produktu leczniczego, ulotka dla pacjenta i oznakowania opakowań – stanowią integralną część Pozwolenia na dopuszczenie do obrotu każdego produktu leczniczego i są zatwierdzane przez Ministra Zdrowia w procesie rejestracji”<sup>2</sup>.

#### b. Czytelność ulotki

Ministerstwo Zdrowia nie poprzestaje na zobowiązaniu producenta do zredagowania ulotki według ustalonego schematu. Wprowadzono także procedurę badawczą, pozwalającą na eksperymentalne ustalenie, czy ulotka napisana jest w sposób zrozumiały dla potencjalnego odbiorcy. Informacje na ten temat: Dz. Ustaw 2010 nr 84, poz. 551:

---

<sup>1</sup> Adres internetowy dokumentu: [isip.sejm.gov.pl/Download?id=WDU20130001292&type=2](http://isip.sejm.gov.pl/Download?id=WDU20130001292&type=2) [dostęp potwierdzony 29.09.2014]

<sup>2</sup> <http://farmacja.farmacom.com.pl/pdf/AWSDrukiRzeszow.pdf> [dostęp 29.09.2014]

Rozporządzenie Ministra Zdrowia z d. 26 kwietnia 2010 r. w sprawie badania czytelności ulotki (podpisała Minister Zdrowia Ewa Kopacz)<sup>3</sup>.

### **c. Inne formy informowania pacjenta o leku**

Osoba biorąca lek do ręki otrzymuje informacje drukowane w kilku postaciach.

Oprócz ulotek istnieją również:

- informacje podawane na opakowaniu zewnętrznym leku, np. nadrukowane na pudełku leku (w pudełku jest jednak ulotka; przykład: Ibuprom)
- informacje podawane tylko na opakowaniu, przytwierdzone do niego – winieta przytwierdzona bezpośrednio na butelkach syropu nadaje się do częściowego odklejenia, na wewnętrznej stronie paska papieru podaje się dane, nie ma odrębnej samodzielnej ulotki.

Na tekturowych opakowaniach istnieje też zapis w alfabecie Braille'a, dotyczący nazwy, mocy i postaci leku<sup>4</sup>. Również tę kwestię regulują stosowne przepisy.

Odrębną drogą informowania, także oficjalnego, pozostaje Internet. Wspomnianą w rozporządzeniu oficjalną charakterystykę produktu leczniczego, skrócone wersje ulotek, pełne wersje ulotek zapisane jako obraz oraz zatwierdzone do publikacji wzorcowe realizacje ulotek dołączanych do wybranych leków można znaleźć na różnych stronach internetowych.

## **I. Zakres ekspertyzy**

### **1. Cel ekspertyzy**

Jak wspomniano powyżej, tekst zamieszczany na ulotkach powinien być zgodny z międzynarodowymi zaleceniami. Celem niniejszej ekspertyzy nie jest porównanie realizacji z owymi zaleceniami (czyli sprawdzenie przestrzegania prawa), lecz ocena językowego kształtu tekstu, uwzględniająca czynniki o charakterze lingwistycznym, decydujące o zrozumiałości wypowiedzi, a także towarzyszące im elementy pozajęzykowe – takie jak kształt edytorski ulotki. W przypadku tekstów użytkowych postać tekstu nie jest wartością samą w sobie (autoteliczną, estetyczną), lecz powinna być podporządkowana jak najlepiej rozumianej użyteczności.

Dodatkowym uzasadnieniem dla postulatu czytelności tekstu, rozumianego jako przystępność postaci językowej, ale i graficznej, jest kontekst sytuacyjny – *informacje dla pacjenta* trafiają do osób w różnym wieku, o różnym wykształceniu, przede wszystkim zaś: często do osób chorych, w gorszej niż przeciętna kondycji psychofizycznej.

### **2. Aspekty ekspertyzy**

---

<sup>3</sup> <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20100840551> [dostęp 29.09.2014].

<sup>4</sup> Na opakowaniu zewnętrznym, a jeżeli produkt ten nie ma opakowania zewnętrznego – na opakowaniu bezpośrednim, umieszcza się następujące informacje w systemie Braille'a:

1) nazwę produktu leczniczego;

2) moc produktu leczniczego, jeżeli produkt jest dostępny w kilku mocach;

3) postać farmaceutyczną, jeżeli produkt jest dostępny w kilku postaciach.

Cyt. za: <http://farmacja.farmacom.com.pl/pdf/AWSDrukiRzeszow.pdf> [dostęp 29.09.2014].

Badaniami objęto następujące kwestie:

- A. Kompozycja ulotki
- B. Pragmatyka: wskazanie celu, relacje nadawczo-odbiorcze
- C. Słownictwo i frazeologia
- D. Składnia
- E. Interpunkcja
- F. Ortografia
- G. Elementy obrazowe, infografika
- H. Kształt typograficzny informacji

### 3. Badany materiał

Badaniami objęto 50 ulotek dołączanych do leków. Podstawą doboru była informacja klasyfikująca środek jako LEK. Wyłączono materiały dotyczące „homeopatycznych produktów leczniczych ze wskazaniami leczniczymi” (sformułowanie pochodzi z ulotki środka Cocculine), mimo że ulotki zredagowane są według tego samego schematu. Pod uwagę brano zarówno leki wydawane na receptę, jak i bez recepty. Należy również zaznaczyć, że identyczna ulotka może towarzyszyć lekom o różnych dawkach, np. 50 i 100 mg.

Alfabetyczny wykaz przeanalizowanego materiału znajduje się na końcu opracowania, w Aneksie.

## II. Wyniki ekspertyzy

### 1. Kompozycja ulotki

Kompozycja ulotki jest zestandaryzowana, strukturę narzucają ustalenia prawne. Teksty różnią się jednak znacznie objętością. Publikowane są zawsze na jednym, dwustronnie zadrukowanym pasku papieru.

Na początku, poniżej nazwy specyfiku, publikuje się standardowe, bardzo podobne, choć nie identyczne zalecenia dotyczące korzystania z ulotki (wymienione od myślніка, z nagłówkiem: „Należy [uważnie – przysłówki obecny w niektórych tekstach, przyp. K. Cz.] zapoznać się z treścią ulotki przed zastosowaniem leku (...)” oraz sześciopunktowy „Spis treści ulotki”.

Spis ten zawsze brzmi tak samo, nie podlega modyfikacjom. Bez względu na objętość ulotki, dalsze treści podporządkowane są zawsze 6 zapowiedzianym punktom:

1. Co to jest lek ... i w jakim celu się go stosuje
2. Informacje ważne przed zastosowaniem leku ...
3. Jak stosować lek ...
4. Możliwe działania niepożądane
5. Jak przechowywać lek ...
6. Zawartość opakowania i inne informacje

Podziału tego przestrzega się konsekwentnie, treści podporządkowane poszczególnym punktom pozostają w zgodzie z nagłówkiem.

**Wnioski:** Powtarzalność struktury wszystkich ulotek oraz potraktowanie wstępnego spisu treści jako elementu obowiązkowego znacznie ułatwia orientację w rozbudowanych informacjach, przyspiesza odszukanie potrzebnego segmentu. Powtarzalność i tym samym przewidywalność kompozycji należy uznać za cechę pozytywną.

## A. PRAGMATYKA

### 1. Przeznaczenie tekstu. Wskazanie odbiorcy

W początkowych partiach ulotki, nad nazwą leku lub tuż pod nią, pojawia się zwykle informacja o przeznaczeniu ulotki, w postaci wskazówki:

„Ulotka dla pacjenta”,

„Ulotka dołączona do opakowania: Informacja dla pacjenta”,

„Ulotka dla pacjenta: Informacja dla użytkownika”.

Jednoznaczne wskazanie odbiorcy pozwala zakładać, że twórcy tekstu odróżniają czytelnika – pacjenta od czytelnika – profesjonalisty (lekarza lub farmaceuty), liczą się lub przynajmniej powinni się liczyć z możliwościami percepcyjnymi pacjenta (użytkownika), który z natury rzeczy nie musi mieć żadnego przygotowania medycznego, nie musi też być osobą z wyższym wykształceniem.

### 2. Sposób zwracania się do odbiorcy

- W ulotkach konsekwentnie stosuje się czasowniki niefleksyjne, o wyraźnej dyrektywności. Obecne są one w zestandaryzowanej instrukcji dotyczącej postępowania z ulotką, na jej początku:

„Należy zapoznać się z treścią ulotki przed zastosowaniem leku”.

„Należy zachować tę ulotkę (...)”,

„Lek ten został zapisany ściśle określonej osobie i *nie należy* go przekazywać innym (...)”,

„(...) *należy* powiadomić lekarza lub farmaceutę”,

a także w innych partiach tekstu:

„(...) *należy* skontaktować się z lekarzem”, „(...) *należy* poradzić się lekarza”, „(...) *należy* zawsze zażywać zgodnie z zaleceniami”, „*należy* uwzględnić obecność w leku cukru”.

Liczne wypowiedzenia o treściach koncentrujących się wokół stanowczych zaleceń *trzeba*, *należy* jednoznacznie wyrażają powinność i nie dopuszczają swobodnej interpretacji.

- Uwagę zwraca duża frekwencja form nieosobowych, najczęściej bezokoliczników:

„Kiedy *nie stosować* leku Polopiryna Complex”,

„*Przyjmować* doustnie w postaci gorącego napoju”,

„*Przechowywać* w temperaturze poniżej 30 stopni Celsjusza”

lub form z zaimkiem zwrotnym: *zaleca się*.

- Brak w ulotkach jakichkolwiek form adresatywnych, nie ma żadnych bezpośrednich zwrotów do odbiorcy. O pacjencie pisze się tylko w 3. osobie liczby pojedynczej lub mnogiej, np. „jeśli pacjent ma zaburzenia czynności nerek”, „jeśli pacjent ma uczulenie (nadwrażliwość) na...”, „u pacjentów w podeszłym wieku należy...”.

### 3. Wskazanie nadawcy

W tekstach ulotek brak jakichkolwiek sformułowań odnoszących się do nadawcy, nie używa się form pierwszoosobowych (typu *\*zalecamy*) ani trzecioosobowych, nazywających nadawcę (typu: *\*producent przestrzega*).

Pacjent otrzymuje natomiast informacje na temat tzw. podmiotu odpowiedzialnego, wytwórcy leku (nazwa i adres) oraz dane adresowe do wykorzystania w razie potrzeby zdobycia bardziej szczegółowych wiadomości.

#### Wnioski:

Wymienione powyżej cechy wyraźnie zbliżają stylistykę ulotki do zespołu cech charakterystycznych dla stylu urzędowego. Konsekwentne użycie bezokoliczników oraz wyrazistych form typu *trzeba, należy* pozwala zachować jednakowy dystans wobec odbiorcy, sugeruje też z dużą siłą konieczność podporządkowania się jednoznacznym instrukcjom. Wstępne wskazówki jasno określają cel ulotki. Sposób ukształtowania relacji nadawczo-odbiorczych nie budzi zastrzeżeń co do poprawności językowej, stosowności używanych form oraz ich mocy illokucyjnej. Wybór dyscyplinujących, jednoznacznych, oficjalnych sformułowań jest w pełni uzasadniony, ze względu na ryzyko związane z nieodpowiednim podawaniem leków.

#### **B. Słownictwo i frazeologia**

Ze względu na informacje z dziedziny medycyny i farmacji ulotki obfitują w słownictwo specjalistyczne, sterminologizowane, częstokroć obcego pochodzenia, trudne dla nieprzygotowanego odbiorcy. W zasobie tym wyróżnić można m. in.:

- nazwy leków,
- nazwy składników leków,
- nazwy innych substancji chemicznych,
- nazwy procesów chemicznych i biologicznych, także zachodzących w organizmie pacjenta wskutek podania lub niepodania leku,
- nazwy chorób, ich objawów i towarzyszących im zjawisk,
- nazwy związane ze szczegółową anatomią.

W trosce o precyzję autorzy ulotek nie mogą zrezygnować z profesjonalnego słownictwa. Rodzą się jednak ważne pytania:

1. czy wszystkie informacje – wraz z wyrażającymi je terminami – są potrzebne przeciętnemu pacjentowi?

2. czy części zbyt trudnych wyrazów i połączeń wyrazowych nie można wyeliminować, zastąpić wystarczająco precyzyjną parafrazą lub uzupełnić stosownym, ułatwiającym wyjaśnieniem?

Wyjaśnienia zajmują co prawda miejsce, mogą jednak zwiększyć czytelność, zrozumiałość, a tym samym podstawową użyteczność ulotki.

#### Wybrane problemy i wady tekstu, związane ze słownictwem i frazeologią:

a) Przykłady zbyt trudnych sformułowań:

- „należy do grupy leków nazywanych *selektywnymi lekami blokującymi receptory beta-adrenergiczne (beta-adrenolityki)*” (Betaloc);
- „*zrekompensowana niewydolność serca*” (Betaloc);
- „*tyroksyna wzmacnia działanie leków sympatykomimetycznych*” (Eltroxin) – [pytanie: czy zwykły pacjent wie, że zażywa właśnie *lek sympatykomimetyczny* i jest w stanie samodzielnie rozstrzygnąć, czy wolno mu dołączyć kolejne leki?].

**b)** Przybliżone znaczenie niektórych wyrazów można próbować odgadnąć (!) tylko na podstawie kontekstu, np.

„Tyroksyna nasila działanie leków przeciwzakrzepowych i może być konieczne zmniejszenie ich dawki w celu uniknięcia nadmiernej *hipoprotrombinemii* i krwawień” (Eltroxin).

**c)** Zrozumienie tekstu mogą utrudniać również zapisy zbyt ogólne – np. taki, w którym brak precyzyjnej konkretyzacji (wymienienia w szczegółach, wyliczenia nazw) czynników niosących niebezpieczeństwo:

„Oprócz leków również inne substancje mogą oddziaływać z metoprololem. Należą do nich: alkohol, *niektóre substancje zwiększające lub zmniejszające aktywność enzymów ustrojowych*” (Betaloc).

Przeciwny pacjent nie wie przecież, czym są owe „niektóre substancje”, mające wpływ na aktywność enzymów ustrojowych. Z podobną sytuacją mamy do czynienia wówczas, gdy pacjent dowiaduje się o tym, że należy zachować ostrożność, jeśli przyjmuje się wraz z Fervexem „*leki przeciwdepresyjne o budowie podobnej do imipraminy*”. Pacjent bez odpowiedniego wykształcenia nie potrafi wyrokować na temat podobieństwa budowy substancji.

**d)** Tematyka ulotek narzuca konieczność posługiwania się nazwami leków, substancji chemicznych itp. W tego typu polach wyrazowych mieszczą się leksemy wielosylabowe, stosunkowo długie – oraz podobne frazeologizmy,

np. *działanie fotosyntetyzujące, działanie antycholinergiczne, inhibitory monoaminooxygenazy, ototoksyczność chlorfenaminy, antagoniści receptorów beta adrenergicznych* (zapis oryginalny).

Długość wyrazu połączona z jego obcym brzmieniem i niską frekwencją w innych niż specjalistyczna odmianach polszczyzny nie sprzyja zrozumiałości tekstu. Cecha ta – wysoka frekwencja wielosylabowego, trudnego artykulacyjnie słownictwa specjalistycznego – wydaje się jednak konieczna.

## Zalety

Wśród bardzo dobrych rozwiązań należy wymienić:

**1.** Próby przybliżenia znaczeń specjalistycznej terminologii np. poprzez dane w nawiasach, np. wyjaśnienie w postaci opisu objawów ujętego w zrozumiałe słowa, zapisany w nawiasie, po terminie:

- „*istotna klinicznie brachykardia zatokowa (znaczne zwolnienie rytmu serca)*” (Betaloc),
- „*omamy (widzenie lub słyszenie rzeczy, które nie istnieją)*” (Estazolam),
- „*amnezja następcza (niezdolność do pamiętania zdarzeń po zastosowaniu leku)*” (Estazolam),

- „ryzyko [...] reakcji paradoksalnych (przeciwnych do oczekiwanych)” (Estazolam),
  - „tachykardia (przyspieszone bicie serca)” (Gripex HotActiv),
  - „jeśli pacjent ma skłonność do retencji (zatrzymywania) moczu” (Polopiryna Complex).
2. Poprzedzenie terminu medycznego łatwiejszym omówieniem:
- „ciemne plamy na skórze (ostuda)”, „fioletowe lub czerwono-brązowe plamy widoczne przez skórę (plamica naczyńniowa)” (Activelle)
3. Podawanie przykładów – wskazanie konkretnych nazw leków zamiast poprzestania na ich naukowej klasyfikacji:
- „leki z grupy antagonistów kanału wapniowego (werapamil, diltiazem)” (Betaloc),
  - „leki z grupy selektywnych antagonistów zwrotnego wychwytu serotoniny (np. paroksetyna, fluoksetyna...) (Betaloc).

### **Wnioski:**

Nagromadzenie specjalistycznej terminologii (wyrazów i połączeń wyrazowych), pochodzącej z języków obcych może u przeciętnego czytelnika wywołać negatywne wrażenie: obawę oraz niechęć do czytania. Niebezpieczne jest tak zaniechanie lektury (i błędne decyzje np. co do sposobu podania leku), jak i niepełne lub niezgodne z intencją nadawcy zrozumienie przeczytanego tekstu.

Ulotki są opatrzone nadtytułem: „Informacja dla pacjenta”. Analiza kilkudziesięciu losowo wybranych tekstów upoważnia do postawienia tezy, mówiącej o tym, że z treści i formy ulotek wyłania się obraz pacjenta o dużych kompetencjach językowych, a przede wszystkim o solidnym przygotowaniu medycznym. Może warto byłoby rozważyć – zwłaszcza w przypadku ulotek bardzo rozbudowanych – wyodrębnienie dwóch części:

- 1) części niezbędnej, napisanej możliwie prostym językiem, umożliwiającej zapoznanie się z podstawowymi treściami i bezpieczne stosowanie leku; z części tej nie da się zapewne wyeliminować większości trudnych wyrazów i wyrażeń, można byłoby jednak zadbać o ich redukcję oraz wyjaśnianie niezbędnych trudnych określeń;
- 2) części szczegółowej, przeznaczonej dla osób zamierzających włączyć się w detale, niezłe zorientowanych w temacie lub wręcz profesjonalistów.

## **C. Składnia**

### **1. Długość zdań**

Długie i bardzo długie zdania, pomijając stopień ich złożoności, mają negatywny wpływ na rozumienie czytanej wypowiedzi. Stopień trudności tekstu, wg ustaleń Walerego Pisarka (2007), wiąże się z długością zdań mierzoną w wyrazach (przyjmujemy graficzną definicję wyrazu) oraz z odsetkiem zawartych w nim trudnych, długich wyrazów (dla języka polskiego: czterosylabowych lub dłuższych). Badania psycholingwistyczne potwierdzają

istotność obu parametrów (długości zdania i długości wyrazów składowych, mierzonej w sylabach)<sup>5</sup>.

Nadmierną długość zdań należy uznać za największy problem składniowy, ujawniający się przy lekturze „informacji dla pacjenta”. Zdania liczące 30 wyrazów nie należą do rzadkości, wizualnie (na tle innych zdań w ulotce) sprawiają one wrażenie zupełnie przeciętnych, a nawet krótkich.

Sytuację dodatkowo komplikuje skłonność do wyliczeń umieszczanych w obrębie jednego zdania. Taka kondensacja miewa uzasadnienie merytoryczne – wszystkie wyliczone elementy podporządkowane są hiperonimowi: pojęciu lub konstrukcji nadrzędnej. Elementy te mogą być wyrażane pojedynczymi słowami, połączeniami wyrazowymi, a nawet dłuższymi wypowiedziami. W efekcie powstają zdania liczące nie mniej niż 150 (sto pięćdziesiąt), licząc od pierwszej wielkiej litery do kropki na końcu (np. Bibloc 5 mg). Niewątpliwym ułatwieniem jest wówczas wprowadzenie zabiegów graficznych, takich jak np. wyliczenie „od myślnika” lub z zastosowaniem innych znaków edytorskich. Nie zmienia to jednak konieczności poruszania się w obrębie jednego zdania. Wyliczenia i tzw. wypunktowania (z ułatwieniem graficznym) stosowane są często, niemniej w ulotkach obecne są kilkudziesięciowyrazowe zdania pozbawione podobnej wizualnej segmentacji.

## **2. Struktura zdania złożonego**

W tekstach ulotek obecne są zarówno zdania pojedyncze, jak i zdania złożone.

### **a) Zdania pojedyncze**

Zdania pojedyncze mają zwykle przyjazną objętość (w przybliżeniu do 12 składników).

Bardzo dobrym rozwiązaniem jest rozbitcie potencjalnego zdania złożonego na dwa krótsze, prostsze, np. „Lek Cirrus może wpływać na wyniki alergicznych testów skórnych. Dlatego testy skórne należy przeprowadzać po upływie 3 dni od odstawienia leku”.

### **b) Zdania złożone**

Mimo odnotowanej już bardzo dużej długości zdań, występujących w badanym materiale, ich struktura wydaje się mało skomplikowana. Dominują zdania złożone jedno, dwu- i trzykrotnie (liczące zatem do czterech zdań składowych).

Np. Zdanie podrzędnie złożone, składające się z trzech zdań składowych:

„(1) Zachowanie ostrożności jest wymagane u pacjentów z nadciśnieniem tętniczym, (2) którzy przyjmują jednocześnie niesteroidowe leki przeciwzapalne (NLPZ), (3) ponieważ zarówno NLPZ, jak i pseudoefedryna mogą zwiększać ciśnienie tętnicze” (Cirrus).

Ponieważ w ulotkach opisuje się sytuacje potencjalne, możliwe komplikacje, działania niepożądane, przeciwwskazania itp., odnotowano ponadprzeciętną frekwencję zdań warunkowych, o strukturze typu *jeżeli – to*. Wypowiedzenia te nie budzą wątpliwości poprawnościowych.

## **Wnioski:**

---

<sup>5</sup> Zob. np. badania Edyty Charzyńskiej, <http://nlp.ipipan.waw.pl/NLP-SEMINAR/131104.pdf>, dostęp: 29.11.2014.



Podstawowym zaleceniem związanym z problematyką składniową pozostaje wskazówka dotycząca zmniejszenia przeciętnej długości zdań.

W przypadku rozbudowanych wyliczeń, obejmujących kilkadziesiąt lub kilkaset wyrazów, warto zastanowić się nad możliwością podzielenia zdań na krótsze. Niezbędne są też zrozumiałe, przejrzyste zabiegi graficzne, ułatwiające optyczny podział tekstu.

Należy utrzymać zwyczaj stosowania zdań o stosunkowo niewielkiej komplikacji złożeń.

#### D. Interpunkcja

Ogólny ogląd upoważnia do stwierdzenia, że przestankowanie w tekstach ulotek jest stosunkowo poprawne. We właściwy sposób używa się kropki, średnika i dwukropka. Najczęstsze problemy dotyczą przecinka, czyli znaku bardzo popularnego, jednak istotnego, ponieważ to właśnie przecinek sygnalizuje często granice zdań składowych. Tym samym – brak przecinka wydłuża segmenty, które mogą być odbierane jako jedna całość, długa czy wręcz zbyt długa dla czytelnika.

##### **Powtarzalne usterki:**

- zaniedbywanie przecinka w wypowiedzeniach z imiesłowowym równoważnikiem zdania, np.

- „tabletki należy połknąć [*brak przecinka*] popijając co najmniej połową szklanki wody” (Betoloc),

- „kiedy zachować szczególną ostrożność [*brak przecinka*] stosując lek Eltroxin” (Eltroxin),

- „Należy zachować ostrożność [*brak przecinka*] stosując lek Polopiryna Complex...” (Polopiryna Complex)

- przecinki wstawiane wbrew zasadom polskiej interpunkcji oraz opuszczane przecinki w zdaniach złożonych, co nie ułatwia zrozumienia ich struktury, np.:

- „mięśniaki macicy, endometrioza, [*błędnie wstawiony przecinek przed „lub”*] lub przebyta hiperplazja endometrium” (Activelle)

- „W przypadku kłopotów z sercem, przebytego udaru, [*błędnie wstawiony przecinek przed „lub”*] lub podejrzenia, że występuje ryzyko tych zaburzeń (np. podwyższone ciśnienie krwi, cukrzyca, zwiększone stężenie cholesterolu, palenie tytoniu) [*brak przecinka kończącego zdanie podrzędne*] należy omówić sposób leczenia z lekarzem lub farmaceutą” (Ibuprom Sprint Caps),

- „Pacjenci z cukrzycą oraz pacjenci, u których istnieje podwyższone ryzyko cukrzycy [*brak przecinka zamykającego zdanie podrzędne*] powinni być pod ścisłą kontrolą lekarską” (Ridlip),

- Pacjenci, u których stwierdzono nietolerancję niektórych cukrów [*brak przecinka zamykającego zdanie podrzędne*] powinni przed zastosowaniem leku skontaktować się z lekarzem” (Gripex HotActiv),

- „Jeżeli pacjent odczuwa zawroty głowy [*brak przecinka rozdzielającego zdania składowe*] powinien skontaktować się z lekarzem” (Ridlip).

Trzeba również zaznaczyć, że w niektórych ulotkach liczba usterek interpunkcyjnych jest wyraźnie większa niż przeciętnie; takie obserwacje można poczynić m. in. przy lekturze ulotki leku Activelle.

## F. Ortografia

Nie bez satysfakcji należy odnotować, że w tekstach ulotek tylko sporadycznie pojawiają się błędy z zakresu pisowni, np.:

niepoprawne decyzje co do pisowni łącznej i rozdzielnej, typu: *ponad to* zamiast *ponadto*: „*Ponad to* blokada receptorów beta może zwiększać...” (Polopiryna Complex).

## G. Elementy obrazowe. Infografika

W analizowanym materiale użycie kodów innych niż werbalny zdarza się sporadycznie.

### 1. Logo

Znaki graficzne przyjmują postać logo<sup>6</sup>. Jak wiadomo, logo jest znakiem, który może zawierać elementy werbalne, zapisane literami, i czysto graficzne. Loga w ulotkach dołączonych do leków identyfikują:

- producenta (np. logo firmy Polpharma na ulotce Polopiryny Complex),
- tzw. podmiot odpowiedzialny (logo UPSA na ulotce Fervexu)
- lek (np. logo leku Gripex HotActiv, z charakterystycznym profilem twarzy kreślonym jedną linią; logo leku Axtil, z wyróżnioną w ciągu liter literą X).

Znaki nieliterowe są tu wyraźnie ograniczane. Dominuje logotyp – część logo, wyrażana typograficznie, literowo, z użyciem specyficznego kroju i koloru czcionek, identycznego na ulotce, na opakowaniach leku i we wszelkich materiałach reklamowych.

Logo pojawia się w ulotkach tylko raz, zwykle na początku tekstu, w lewym górnym narożniku ulotki. Nie zakłóca jej odbioru, nie przytłacza treści, może ułatwiać identyfikację ulotki (podobieństwo graficzne znaków na ulotce i opakowaniu).

### Wnioski:

- Wprowadzenie logo produktu lub producenta nie utrudnia lektury tekstu, może pomóc we wzrokowej identyfikacji leku.

### 2. Piktogram

Użycie piktogramu – informacji w postaci elementu graficznego zastępującego wyraz lub połączenie wyrazowe – jest w analizowanych ulotkach zabiegiem bardzo rzadkim. Co więcej – piktogramy traktowane są jako dodatkowe sposoby zwrócenia uwagi czytelnika; nie zastępują treści wyrażanych werbalnie, lecz w pewnym sensie ją dublują. Są bowiem

---

<sup>6</sup> Logo – „forma graficzna będąca interpretacją brzmienia nazwy i jednoznacznie identyfikująca [markę](#), [firmę](#), agencję, [organizację](#), produkt, [usługę](#), [przedsięwzięcie](#), imprezę, projekt, ideę oraz każdy inny rodzaj aktywności gospodarczej lub społecznej.”, zob. <http://pl.wikipedia.org/wiki/Logo>, [dostęp: 22.11.2014].

umieszczane obok odpowiadających im sformułowań wyrażonych słownie. Tym samym poniekąd tracą swój charakter i przegradzają się w uzupełniającą, niekonieczną ilustrację.

Jako przykład można przywołać piktogramy zamieszczone na ulotce leku Allegra (120 mg, tabletki). Użyto tu:

– piktogramu w postaci litery „i”, przypominającego krojem znany piktogram informacji turystycznej; piktogram umieszczono przy punkcie: „co to jest lek Allegra i w jakim celu się go stosuje”; nie jest jasne, dlaczego znak pojawia się akurat w tym, a nie w innym miejscu;

- znaku w postaci krzyżyka (iks) na tle ciemnego kwadratu – przy punkcie: „Kiedy nie stosować leku Allegra”;

- znaku w postaci wykrzyknika w trójkącie – przy punkcie: „Kiedy zachować szczególną ostrożność...”;

- znaku w postaci wyobrażenia dwóch butelek i łyżeczek (zapewne z lekami) – przy punkcie „Stosowanie innych leków”;

- znaku w postaci po części przekreślonego samochodu – przy punkcie „Prowadzenie pojazdów i obsługa maszyn”;

- znaku zapytania w trójkącie – przy punkcie „W razie wątpliwości związanych ze stosowaniem leku należy zwrócić się do lekarza lub farmaceuty”.

Znaki te nie do końca są przejrzyste (wykrzyknik lub znak zapytania wpisane w trójkąt). Niektóre wykazują umowne podobieństwo graficzne wobec desygnatu (fiolki z lekami, sylwetka auta). Piktogramów używa się tylko sporadycznie, dlatego nie utrwalają się w pamięci odbiorców, sprawiają wrażenie doraźnie zastosowanego elementu dekoracyjnego. Umieszczone na ulotce o stosunkowo małej objętości wydają się niekonieczne.

### **Wnioski:**

Wprowadzanie piktogramów mogłoby ułatwić odbiór ulotek, zwłaszcza tych o bardzo dużej objętości, długich segmentach niezbyt zróżnicowanego graficznie tekstu, o mało przejrzystym, zwartym druku. Dobrze dobrane piktogramy mogłyby stanowić pomocny dla czytelnika sygnał segmentacji tekstu, pomóc w szybkim odnalezieniu potrzebnego fragmentu. Aby osiągnąć pozytywny efekt, trzeba byłoby jednak zadbać o stworzenie jednolitego, przejrzystego zasobu jednoznacznych piktogramów, o ich konsekwentne stosowanie. Obecna praktyka daje wrażenie zmarnowanej szansy komunikacyjnej, tym bardziej, że piktogramy pojawiają się tylko sporadycznie.

### **3. Elementy infografiki**

Pojęcie infografiki nie jest do końca jednoznaczne. Bardzo ogólna definicja mówi o dowolnym graficznym przekazie informacji, co utrudnia odróżnienie infografiki od ilustracji. W węższym rozumieniu „Infografiki są tradycyjnie postrzegane jako elementy wizualne takie, jak znaki, wykresy, mapy i diagramy, które mają za cel pomóc w zrozumieniu danej zawartości tekstowej”<sup>7</sup>. Zaleca się także, aby infografika była niezależna od tekstu

---

<sup>7</sup> <http://www.projektowaniegraficzne.pl/jak-zaprojektowac-infografike/>, [dostęp: 28.11.2014]

głównego (zrozumiała bez jego lektury). Obraz nie powinien dublować treści przekazywanych werbalnie – obie warstwy powinny być ze sobą organicznie połączone.

W zgromadzonym materiale oraz w kilkudziesięciu losowo wybranych ulotkach opublikowanych w Internecie trudno znaleźć realizację infografiki typu rysunek (przekrój itp.) z wkomponowanymi w niego opisami, instrukcja podawana w obrazkach z krótkimi tekstami itp. Ulotek takich nie przypominali sobie również pytani farmaceuci. Typowe infografiki odwzorowujące np. proces podawania leku, o dominującym przekazie graficznym i ograniczonym tekście, znaleźć można w materiałach reklamowych lub edukacyjnych, nie zaś w ulotkach obowiązkowo dołączanych do leków.

W analizowanych ulotkach można natomiast – tylko sporadycznie – odszukać ilustracje, towarzyszące pełnemu tekstowi. Ich rolą jest unaocznienie tego, co wyraża tekst pisany – i w tym sensie pomagają w odbiorze.

#### **a) Ilustracje o cechach infografiki (w różnym stopniu)**

Przykłady:

##### 1) Bibloc 5 mg

Jeden rysunek czarną kreską wkomponowany w kwadrat o wymiarach 2 cm x 2 cm, umieszczony obok tekstu opisującego sposób przełamywania tabletki. Rysunek przedstawia palec położony na tabletkę, nad nim strzałkę skierowaną w dół. Obok tekst: „Tabletkę należy położyć na twardym, płaskim podłożu, rowkiem dzielącym do góry. Nacisnąć kciukiem na środek tabletki. Tabletkę pęknie na pół. Po naciśnięciu na środek każdej z połówek otrzyma się 4 części”.

Opis wydaje się na tyle oczywisty, że powinien wystarczyć bez ilustracji.

##### 2) Miflonide 200 mg

Infografika przedstawia sposób użycia inhalatora, w którym umieszcza się tabletki leku. Tekstowi podzielonemu na 10 punktów towarzyszy 9 ilustracji, ułatwiających zrozumienie tekstu – pokazują one plastycznie kolejne etapy obsługi inhalatora. Nie zawierają co prawda danych innych niż te, które opisano werbalnie, pozwalają jednak, dzięki pierwszej grafice, jednoznacznie nazwać poszczególne części urządzenia i uniknąć nieporozumień, np. co do części, w której należy umieścić tabletkę ze specyfikiem.

##### 3) Activelle 1 mg

Cykl trzech ilustracji umieszczonych nad ujętym w 3 punkty opisem stosowania tzw. opakowania kalendarzykowego leku. Ilustracje unaocniają sposób ustawienia tzw. wskaźnika dnia oraz wydobywania tabletek. Zrozumiałość ilustracji jest – moim zdaniem – bardzo względna.

#### **b) Tabele**

Tabele pojawiają się również bardzo rzadko. Służą one zestawieniu danych liczbowych (np. jakie dawki leku można podawać osobom w poszczególnych przedziałach wiekowych) lub adresowych (jaka firma w danym państwie udziela informacji o leku).

### **Wnioski**

Infografika w ulotkach dołączanych do leków nie jest docenianą formą komunikacji. Instrukcja obrazkowa mogłaby być pomocna np. w ulotkach leku typu Clexane (ampułki, także do samodzielnego wstrzykiwania przez pacjentów). O potrzebie materiałów graficznych świadczą zapytania zadawane w Internecie oraz odnajdywane tam ilustrowane pomoce,

uzupełniające dane z ulotki, np. <http://www.urazowka.piekary.pl/zakrzepica.pdf><sup>8</sup>. Zapytania pozwalają wysnuć wniosek, że informacja pisana, wystarczająco precyzyjna dla profesjonalisty, nie musi zaspokajać potrzeb laika (jedno z pytań dotyczy interpretacji zapisu: „Lek należy podawać na przemian w lewą lub prawą przednio-boczną lub tylnio-boczną część powłok brzusznych”<sup>9</sup>).

Zastosowanie tabel do przedstawienia danych liczbowych, niestety bardzo rzadkie, należy uznać za korzystne.

## H. Kształt typograficzny informacji

Ulotki mają postać długich pasków papieru, dwustronnie zadrukowanych, wielokrotnie składanych w tzw. harmonijkę. Długość ulotki może sięgać 80-90 cm (!), szerokość – przeciętnie 10-20 cm. Tekst na takich taśmach dzielony jest na kolumny (dwie – wzdłuż pasa, tzw. orientacja pionowa – lub dowolnie wiele, jeśli druk jest w orientacji poziomej).

Podstawową zasadą wydaje się tutaj oszczędność miejsca – wielość informacji umieszczona (szczelnie upakowana) na stosunkowo małej powierzchni. Konsekwencje zastosowania takiej zasady nie zawsze są pozytywne.

Na kształt typograficzny ulotek składają się następujące elementy:

### Oceniane pozytywnie

1. Kolor papieru całej ulotki – zawsze biały.
2. Ewentualne poddruki (kolorowe tło, na którym się drukuje tekst) – stosowane rzadko, oszczędnie, zwykle szare, popielate, niebieskie, służą podkreśleniu części wstępnej (cele ulotki i spis treści) lub wyodrębnieniu śródtytułów, a tym samym wypuklają kompozycję tekstu i pomagają w poruszaniu się po tekście.
3. Kolor czcionki – czarny, niekiedy granatowy – korzystny, gdy na białym tle, daje dobry kontrast.  
Rzadko stosowana kolorowa czcionka służy wyodrębnieniu samej nazwy leku (na niebiesko – Fervex) lub wyodrębnieniu śródtytułów (na czerwono – Septolete Plus).
4. Kształt czcionki – przyjazny dla oka.
5. Wyłuszczenia, wersaliki – przyjazne, choć gdy jest ich wiele, niekoniecznie pomocne.
6. Wyodrębnienie bloków treściowych narzuconych przez prawo, które znajduje odzwierciedlenie w roztropnym wypukleniu nazw działów.

### Oceniane negatywnie

---

<sup>8</sup> Dostęp: 27.11.2014.

<sup>9</sup> „Ponieważ mam stosować zastrzyki 2 razy dziennie przez miesiąc, chciałbym wiedzieć: gdzie dokładnie są te miejsca? czy wstrzyknięcie w jakimś innym miejscu w ich okolicy czymś grozi?” – pytanie ze strony: <http://zakrzepica.mp.pl/lista/show.html?id=89702> [dostęp 28.11.2014].

1. Czarne poddruki, na których drukuje się tekst białą czcionką – segmenty widoczne, wyodrębnione, ale czytanie białych liter na ciemnym tle jest bardziej męczące niż w odwrotnym układzie (Betalloc).
2. Wielkość czcionki – zazwyczaj niewielka lub bardzo, bardzo mała, z całą pewnością utrudnia odbiór tekstu. To niewątpliwie jedna z największych wad ulotek.
3. Niewielkie interlinie – dają wrażenie zagęszczenia tekstu, wraz z maleńkimi literami tworzą „nieprzeniknione” dla oka bloki.
4. Niewystarczająca segmentacja graficzna, oszczędzanie miejsca – brak wcięć akapitów, brak powiększonej interlinii między segmentami, wąskie światło między kolumnami – wszystkie te cechy decydują o powstaniu wrażenia tekstu zbyt obszernego (przygniata wielkością), zbyt gęsto drukowanego (nieprzejrzysty), niepomagającego w odszukaniu konkretnych informacji (tekst odpycha). Wady te zniechęcają do lektury, mogą wręcz przestraszyć potencjalnego odbiorcę.

### **Wnioski**

Nawet najlepiej zredagowana ulotka, poprawna tak pod względem treściowym, jak i językowym, nie zachęca do lektury, nie ułatwia zrozumienia tekstu, jeśli jest wydrukowana zbyt małą czcionką, z pominięciem zasad graficznej segmentacji tekstu, bez dbałości o higienę wzroku. Co więcej – niefortunny kształt typograficzny może utrudnić lub uniemożliwić odbiór treści.

Ponieważ zawartość treściowa ulotki jest regulowana prawem, a względy merytoryczne nie pozwalają zapewne na ograniczenie liczby pomieszczanych na niej danych, należy zadbać o optyczną przejrzystość ulotek.

### **Podsumowanie**

Ulotka dołączana do leku jako informacja dla pacjenta jest tekstem, o którego kompozycji i wpisanych w nią treściach decydują międzynarodowe przepisy prawne. W gestii autorów (redaktorów), poza doбором informacji składających się na znormalizowane treści, pozostaje kształt językowy tekstu i jego postać edytorska. Te dwa obszary dają szansę na wprowadzenie zmian, korzystnych dla czytelników – osób przyjmujących leki i ich bliskich.

Najmniej wątpliwości budzi płaszczyzna pragmatyczna. Jasne określenie celów, zarysowanie roli nadawczo-odbiorczych i wybór oficjalnej, dyrektywnej stylistyki urzędowej podkreśla zobowiązującą moc zaleceń i przestróg. Pozostałe dwie płaszczyzny, nie budzące wielkiego zaniepokojenia, to ortografia i przestankowanie. Usterki w pisowni są bardzo nieliczne, błędy interpunkcyjne, choć dosyć częste, dotyczą jednak kilku typowych zjawisk i dlatego łatwo byłoby je usunąć.

Niepokojące pozostają wyniki analizy warstwy leksykalnej. Tematyka tekstów narzuca potrzebę posłużenia się słownictwem specjalistycznym, naukowym (medycznym, farmakologicznym). Poziom trudności sformułowań, długość wyrazów i wyrażań, ich obcojęzyczna proveniencja oraz nasycenie tekstu terminologią – wszystkie te czynniki z pewnością utrudniają lekturę. Rozwiązaniem może być selekcja leksyki specjalistycznej lub opatrzenie jej równoległymi, łatwiejszymi omówieniami.

Podstawową wadą składni badanych tekstów jest nadmierna długość zdań, przekraczająca możliwości percepcyjne czytelnika. Mniej wątpliwości budzi stopień skomplikowania budowy zdań.

Za niewykorzystaną szansę trzeba uznać zastosowanie dobrze przemyślanych rozwiązań infograficznych. Niedoceniana w ulotkach infografika mogłaby wspomóc czytelników, borykających się z trudnym słownictwem.

Cechą bulwersującą pozostaje kształt edytorski ulotek – teksty drukowane są częstokroć bardzo (wręcz skandalicznie) małą czcionką, z niewystarczającymi interliniami. Długie, zwarte bloki tekstu zapisanego małymi literami już przy pierwszym kontakcie nie zachęcają do lektury, mogą ją wręcz uniemożliwiać.

### **III. ANEKS**

#### **(alfabetyczna lista leków, których ulotki poddano ekspertyzie)**

ACC Optima, 600 mg, tabletki  
Activelle, 1 mg, 0,5 mg, tabletki  
Allegra, 120 mg, tabletki  
Atenolol SANOFI, 25 mg, tabletki  
Axtil, 2,5 mg, 5 mg, 10 mg, tabletki  
Betoloc ZOK, 25, 23,75 mg, tabletki  
Bibloc, 5 mg, tabletki  
Cirrus, 5mg+120 mg, tabletki  
Clexane, 100 mg/ml, roztwór do wstrzykiwań  
Co-Prestarium 5mg+5mg, tabletki  
Cordarone 200 mg, tabletki  
Diosminex, 500 mg, tabletki  
Divascan 2,5 mg, tabletki  
Doxycyclinum, TZF 100 mg, kapsułki  
Eltroxin, 50 mg, tabletki  
Estazolam TZF, 2 mg, tabletki  
Famogast 20 mg, 40 mg, tabletki  
Ferrisan, 750 mg=60 mg+10 mg, proszek musujący  
Fervex, 500 mg+200mg+25 mg, granulaty do sporządzania roztworu  
Flumycon, 100 mg, kapsułki  
Gripex HotActiv, 650 mg+50mg+10mg, (proszek do sporządzania roztworu doustnego)  
Ibum zatoki, 200mg + 30 mg, tabletki  
Ibuprom, 200 mg tabletki  
Ibuprom Sprint Caps, 200 mg, kapsułki  
Inhibace, 0,5 mg, tabletki powlekane  
Melatonina Lek-Am, 1 mg, tabletki  
Miflonide 200 mg, proszek do inhalacji

Nemesil 100 mg granulat do sporządzania zawiesiny doustnej  
Neurovit 100 mg +200 mg+0, 20 mg tabletki  
Nifuroksazyd, 200 mg , kapsułki  
Nitrazepam GSK, 5 mg, tabletki  
Nurofen Expressforte, 400 mg, tabletki  
Olfen 50 mg kapsułki  
Orgametril 5 mg, tabletki  
Panadol, 500 mg, tabletki  
Polopiryna Complex, 5000 mg  
Preductal MR 35 mg, tabletki  
Ridlip, 5mg, kapsułki  
Rivanolum roztwór 0,1%  
Septolete plus, 5 mg +1 mg, pastylki  
Spironol 100 mg, tabletki  
Starazolin, 0,5 mg/ml, krople do oczu  
Tantum Rosa, 500 mg, proszek  
Theraflu ExtraGrip, 650 mg+ 10 mg+20 mg, (proszek do sporządzania roztworu)  
Trittico CR, 75 mg, 100 mg, tabletki  
Urosept, tabletki  
Vicks SymptoMed Complete cytrynowy (proszek do sporządzania roztworu)  
Voltaren 50 mg, 100 mg, czopki  
Zocor 10, 10 mg, tabletki  
Zoloft, 50 mg, 100 mg, tabletki powlekane

dr hab. Katarzyna Czarnecka



## **CZ. II. INFORMACJE DOŁĄCZANE DO PARAFARMACEUTYKÓW I KOSMETYKÓW**

### **I. WPROWADZENIE**

Przedmiotem niniejszej ekspertyzy są teksty dołączane do dwóch grup produktów, a mianowicie do parafarmaceutyków i kosmetyków. Obszar eksploracji badawczej jest w tym przypadku szczególnie duży i wewnętrznie zróżnicowany. Dlatego też materiał egzemplifikacyjny został dobrany w sposób reprezentatywny tak, aby analizowane teksty odpowiadały proporcjonalnie liczebności poszczególnych grup produktów, były jak najbardziej różnorodne pod względem struktury oraz kształtu językowego. Analizie poddano łącznie informacje dołączone do **106 produktów** (odpowiednio: 53 parafarmaceutyków i 53 kosmetyków). Pod uwagę wzięto różnorodne formy przekazów, tj. dołączane do nich ulotki, opisy zamieszczone na opakowaniu zewnętrznym, a także teksty usytuowane bezpośrednio na pojemniku z danym specyfikiem. Jeśli chodzi o pierwszą grupę, a mianowicie o parafarmaceutyki, to ze względu na ich podobieństwo do kategorii leków, dołącza się do nich na ogół opisy sformalizowane, podobne w swym kształcie strukturalnym do ulotek medycznych. Niemniej jest to zasada ogólna, od której istnieją liczne wyjątki. Nieco inaczej jest z grupą produktów zaliczanych do kategorii kosmetyków, ze względu na ich powszechną dostępność, stosunkowo niską szkodliwość, a zarazem sporą konkurencję, panującą w branży kosmetycznej, teksty im towarzyszące łączą w sobie dwie funkcje – informacyjną i reklamową. Opisowi wzajemnego dopełniania się komunikatów informacyjnych i perswazyjnych poświęcona zostanie dalsza część opracowania. Niniejsza ekspertyza jest skonstruowana według następującego schematu: najpierw zanalizowano ulotki dołączane do parafarmaceutyków, a następnie teksty towarzyszące kosmetykom. W obrębie każdej z tych grup wyróżniono następujące zagadnienia cząstkowe: struktura, leksyka, styl, składnia, poprawność językowa. Całość wieńczą: podsumowanie, zawierające wnioski z przeprowadzonej ekspertyzy, oraz lista materiałów źródłowych, zawierająca spis produktów, które zostały poddane analizie.

## I. ANALIZA INFORMACJI DOŁĄCZANYCH DO PARAFARMACEUTYKÓW

Mimo iż pojęcie parafarmaceutyku nie doczekało się oficjalnego zdefiniowania w polskim prawodawstwie, to funkcjonuje ono zarówno w języku farmaceutów i lekarzy, jak i w wypowiedziach innych, niezwiązanych z branżą medyczną, użytkowników polszczyzny. *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny* pod red. H. Zgólkowej zawiera następującą definicję **parafarmaceutyku**: ‘środek leczniczy lub zapobiegawczy, wytwarzany zwykle na bazie surowców naturalnych np. ziół’. Jako słowa bliskoznaczne autorzy PSWP proponują wyrazy *paralek* i *placebo*<sup>10</sup>. Podobnie do kwestii rozumienia pojęcia *parafarmaceutyku* odnoszą się instytucje związane z monitorowaniem i oceną produktów leczniczych. Instytut Leków oraz Komisja Rejestracji Środków Farmaceutycznych i Materiałów Medycznych określają je jako „środki uzupełniające terapię. Środki, które ze względu na skład i mechanizm działania powinny wywierać określone efekty, ale to działanie nie zostało udowodnione w badaniach klinicznych”<sup>11</sup>. Zaliczane do nich są: mieszanki ziołowe, preparaty witaminowe, mineralne oraz probiotyki, a także różne suplementy diety, mające za zadanie wspomaganie funkcjonowania organizmu. Często sposób ich prezentacji w przekazach reklamowych, informacje na opakowaniu oraz sama forma, w jakiej trafiają one na rynek (jako tabletki, drażetki, butelki z kroplomierzem, saszetki z ziołami czy proszkiem bądź ampułki z płynem), sprawiają, iż do złudzenia przypominają one klasyczne leki, choć w wielu przypadkach ich działanie oraz skutki terapeutyczne nie są naukowo zbadane i udowodnione<sup>12</sup>.

Na potrzeby niniejszej ekspertyzy zanalizowano informacje dołączane do następujących rodzajów parafarmaceutyków<sup>13</sup>:

- **ziola i mieszanki ziołowe:** *Herbatka Rumiankowa z Sokiem Jabłkowym, Gastrosan Fix, Urosan Fix, Mięta, Propolisian, Azulan, Liść Melisy, Herbatka dla Kobiet Karmiących Wspomagająca Laktację, Ziola Uspokajające, Normosan, Locomotive;*

---

<sup>10</sup> *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, Poznań 2000, t. 27, s. 376

<sup>11</sup> Por. M. Kawczyńska „Niby-leki, czyli Parafarmaceutyki”, *Gazeta Wyborcza*, Częstochowa nr 210, 08.09.2007, s. 5 oraz portal informacyjno-prawny: Pharma Info [w:] <http://pharma.info.pl/Niby-leki-CzyliParafarmaceutyki-news-2840.html?dzial=pharmacovigilance>; dostęp 08.11.2014

<sup>12</sup> Por. M. Stachlewska, Suplementy diety to nie leki [w:] <http://studentprawa.pl/prawo-w-praktyce/item/1183-suplementy-diety-to-nie-leki>; dostęp dn. 08.11.2014

<sup>13</sup> Szczegółowy alfabetyczny spis zanalizowanych parafarmaceutyków znajduje się na końcu ekspertyzy

- **witaminy i multiwitaminy:** *Visolvit Junior, Vibovit Baby, Vitaminum C Teva, Vitamina C Monovitan, Vitaliss Plus Vitamina C, Vitaminum A+E, Vitamina B<sub>12</sub>, InFavit, Cebionmulti, Vitaminum B Compositium;*
- **minerały:** *Calcium+Kwercetyna Duo Alergo, Magnez +Witamina B6; Ferrum Lek, Folacid, Aspargin, Recalivid D, Ascofer; Glukonian Potasu,*
- **probiotyki:** *Biotyk, Neovaginal, Multilac, Vaginorm Forte, Dicoflor;*
- **wieloskładnikowe suplementy diety:** *Arthro-Vital, Omega 3 Forte, Hepatil Complex, Lutemac, 4Akne, Orlistat, Vita Buerlecithin, Ecomer, Bodymax Żeńszeń, Calogen, Biovilon, Biotastic, Furoxin, Pharmaton Geriavit, Bodymax Plus, Koenzym Q10 forte, Grawit, BioMarine570, Relastan.*

### 1. Struktura tekstów ulotek

Analiza ukształtowania strukturalnego analizowanych tekstów obejmuje ramę tekstową, segmentację tekstów oraz elementy graficzne. Większość badanych materiałów charakteryzuje się przemyślaną i stałą strukturą. Najbardziej schematyczna jest ona w przypadku witamin, minerałów i probiotyków, gdyż została zredagowana na wzór standaryzowanych ulotek medycznych<sup>14</sup>. I tak przykładowo struktura ulotki, dołączonej do *Witaminy C Monovitan*, jest następująca: w części wstępnej znajduje się ostrzeżenie o konieczności przeczytania ulotki, nazwa leku, zawartość opakowania, skład, podmiot odpowiedzialny, wytwórca, następnie pogrubionym drukiem (bold) zapisano słowa: *Spis treści ulotki*, w którym wypisano wszystkie kolejne jej segmenty, a mianowicie: *1. Co to jest lek Witamina C monovitan i w jakim celu się go stosuje? 2. Zanim zastosuje się lek Witamina C monovitan. 3. Jak stosować lek Witamina C monovitan. 4. Możliwe działania niepożądane. 5. Przechowywanie leku Witamina C monovitan. 6. Inne informacje.* Oprócz tego w ramach opisu poszczególnych fragmentów stosuje się wypunktowania w postaci myślników i kropek, a także pogrubienia czcionki w przypadku kolejnych śródrozdziałów, np. *Stosowanie leku Witamina C monovitan z jedzeniem i piciem, Prowadzenie pojazdów i obsługa maszyn, W przypadku pominięcia dawki leku Witamina C monovitan.* Należy w tym miejscu zauważyć zbyt częste użycie kursywy, co jest niezgodne z określonymi normami typograficznymi, niemniej przyczynia się do urozmaicenia tekstu i wyróżnienia pewnych jego fragmentów.

---

<sup>14</sup> Schemat ulotki produktu medycznego został określony w *Rozporządzeniu Ministra Zdrowia z dnia 20 lutego 2009 r. w sprawie wymagań dotyczących oznakowania opakowań produktu leczniczego i treści ulotki.*

Elementem wyróżniającym się jest także wprowadzenie zielonego koloru czcionki w nazwach rozdziałów.

Podobny kształt typograficzny ma większość ulotek dołączonych do produktów zawierających makroelementy, z tą nieznaczną różnicą, że informacje o podmiocie odpowiedzialnym znajdują się na końcu. Całość zredagowana jest w sposób uporządkowany i konsekwentny z zapisaną wersalikami nazwą produktu oraz spisem treści na początku ulotki, wszystkie nazwy rozdziałów i śródtytułów zostały wyróżnione pogrubioną czcionką, oprócz tego sygnałem typograficznym, kierującym uwagę odbiorcy na poszczególne treści, są podkreślenia wyrazów lub grup wyrazowych, np. *dorośli, zapobiegawczo, leczniczo u dzieci w wieku powyżej 3 lat.*

Nieco inaczej wygląda struktura probiotyku o nazwie handlowej *Biotyk*, gdyż już w części wstępnej – poza informacjami dotyczącymi nazwy produktu w językach polskim i angielskim, wielkości opakowania – pojawiają się obok nich, zapisane pogrubioną czcionką, następujące informacje o charakterze informacyjnym i perswazyjnym: *Dwa w Jednym. Probiotyk plus Prebiotyk. Efektywnie uzupełnia i skutecznie utrzymuje prawidłową mikroflorę organizmu. Wspomaga naturalną odporność.* Całość pozbawiona jest spisu treści, niemniej kolejne fragmenty są odpowiednio nazywane wyróżnionymi graficznie tytułami, np. *Skład preparatu., Opis działania preparatu., Opis działania szczepu Lactobacillus casei., Opis działania inuliny., Przechowywanie., Ostrzeżenie.* Dodatkowym elementem graficznym, ułatwiającym zapoznanie się z ilościowym składem preparatu, jest tabela, w której wyróżniono poszczególne składniki i ich dawkę w jednostce probiotyku.

Jeśli zaś chodzi o składniki mineralne, to tutaj obowiązują różne wzorce, począwszy od bardzo rozbudowanych, jak np. w przypadku preparatu żelazowego o nazwie *Ascofer*, którego ulotka przypomina te, dołączane do klasycznych leków, jej kształt typograficzny obejmuje nazwę produktu w językach polskim i łacińskim, spis treści – odpowiednio rozwijany, wzbogacany graficznie wyróżnionymi śródtytułami. Niemniej w przypadku minerałów często dochodzi do skracania tekstów dołączanych do preparatu. Często nie mają one kształtu klasycznej ulotki, lecz są wydrukowane bezpośrednio na opakowaniu, wewnątrz którego znajdują się pastylki. Z taką sytuacją mamy do czynienia w przypadku tabletek musujących z wapnem o nazwie *Calcium+Kwercetyna Duo Alergo*. Na górze opakowania znajduje się informacja marketingowa – SUPER CENA 20 tabletek. Całość tekstu jest wydrukowana na tylnej stronie plastikowego pojemnika, mającego kształt tuby. Zamieszczony tam komunikat składa się z nazwy, ostrzeżenia, iż produkt zawiera substancje słodzące. Następnie pojawia się krótka informacja o przeznaczeniu produktu (dla osób

dorosłych, których organizm potrzebuje większej zawartości wapnia), o jego zawartości, przeciwwskazaniach oraz redundantna wiadomość o zawartości substancji słodzących. W strukturze analizowanego wprowadzenia widać pewien chaos, przenikanie się elementów o różnej ważności i odmiennym celu komunikacyjnym. Następnie wyróżniona graficznie zostaje informacja o zawartości substancji aktywnych w dwóch tabletkach. Później odbiorca zostaje poinformowany o składnikach. Kolejnym elementem oznaczonym pogrubioną czcionką jest sposób użycia. Takie wyróżnienie obejmuje też informację o wysokiej zawartości wapnia i zalecanej dawce 2 tabletek dziennie. Kolejne informacje o sposobie przechowywania, dalszych przeciwwskazaniach i składzie produktu zostały podane w sposób nieuporządkowany, bez niezbędnych wypunktowań czy akapitów. Częściowo znajduje to uzasadnienie w ograniczonej ilości miejsca na opakowaniu produktu.

Jeszcze inną strukturę można zaobserwować w przypadku tekstów umieszczanych na opakowaniach ziół i mieszanek ziołowych. Na czołowej części opakowania znajdują się: logotyp firmy i slogan reklamowy (*Herbapol. Esencja natury*) oraz nazwa serii (*Mieszanki ziołowe*). U dołu strony umieszczona jest nazwa produktu (*Gastrosan Fix*) oraz podstawowe zalecenia, a także zapisana znacznie mniejszą czcionką informacja o formie i sposobie przygotowania produktu (*ziola do zaparzania, w saszetkach*). Ponadto, na stronie głównej znajdują się dodatkowe elementy graficzne: fotografie ziół oraz schematyczne ujęcie przewodu pokarmowego. Szczegółowe informacje o składzie i sposobie przygotowania mieszanki ziołowej można znaleźć na tylnej stronie opakowania. Na części wyróżnionej graficznie (ciemne tło, jasne litery) wydrukowano tekst dotyczący składu ilościowego i jakościowego produktu (obok nazw polskich zamieszczone zostały nazwy łacińskie). Poniżej, nieco mniejszym drukiem podane są informacje o sposobie stosowania zioła, reakcji na przedawkowanie oraz działaniach niepożądanych, u dołu umieszczone są: numer serii oraz termin ważności. Kolejna boczna strona opakowania zawiera opis produktu, poniżej umieszczone są kolejne wskazania, ostrzeżenia specjalne, środki ostrożności, opis możliwych interakcji, wpływu na ciążę i karmienie piersią oraz prowadzenie pojazdów i obsługiwane maszyn. Taki układ należy uznać za czytelny, kompozycja jest poprawna, pozwala łatwo odnaleźć potrzebne treści, zastosowana wielkość oraz prosty krój czcionki, a także kontrast między jej barwą a kolorem tła umożliwiają łatwe odczytanie zamieszczonych na opakowaniu treści.

Kolejny wzorzec strukturalny obowiązuje w przypadku wieloskładnikowych suplementów diety, przykładem może być tutaj produkt o nazwie *BioMarine570*. Informacje zamieszczone na ulotce zostały uszeregowane w następujący sposób – na szczycie znajduje

się wyróżniona graficznie nazwa produktu z podtytułem, informującym o podstawowym składniku (*olej z wątroby rekinów tasmańskich*). Tuż obok znajduje się schematyczny obraz, ilustrujący sposób działania preparatu, na nim znajduje się napis informujący o zakresie działania (*wzmacnia naturalną i nabytą odporność organizmu*). Graficzny układ ulotki charakteryzuje się obecnością wielu elementów tektonicznych i graficznych. Strukturyzacji tekstu służą śródtytuły, zapisane wersalikami i pogrubionym drukiem (np. **WSKAZANIA DO SPOŻYCIA, ZALECANE DZIENNE SPOŻYCIE, ZAWARTOŚĆ OPAKOWANIA, WARUNKI PRZECHOWYWANIA**). Ponadto pojawiają się wypunktowania, a także tabele. W obrębie tabel stosowane są kolejne wyróżnienia, jak ciemne tło oraz pogrubiona czcionka. Na odwrocie ulotki nabywca znajdzie powtórzony nagłówek z nazwą produktu oraz informacje o jego składzie (mają one charakter redundantny w stosunku do przedstawionych na stronie pierwszej), a zaraz poniżej zamieszczona jest część poświęcona zagadnieniu odporności ludzkiego organizmu. Taki układ pełni podwójną rolę: informacyjną oraz reklamową (nadawcy chodzi o przekonanie o skuteczności produktu i potrzebie jego zażywania).

Na zakończenie opisu ukształtowania strukturalnego warto podkreślić, iż czcionka zastosowana na większości ulotek jest wyraźna, a jej wielkość umożliwia bezproblemowe odczytanie tekstu. Nieco gorzej jest, gdy informacja o parafarmaceutyku mieści się wyłącznie na opakowaniu bezpośrednim, wówczas autorzy stosują bardzo małą czcionkę, której odczytanie lub przeczytanie jest trudniejsze i nierzadko może wymagać użycia przyrządów optycznych.

## 2. Leksyka

W analizowanych tekstach dominuje leksyka wspólnoodmianowa, wyrazy z rejestru neutralnego. Charakterystyczne jest używanie chrematonimów, wielokrotnie powtarzanych dla utrwalenia nazwy produktu w pamięci odbiorcy, np. *Bodymax Plus należy do rodziny preparatów Bodymax dostosowanych do potrzeb ludzi w różnym wieku i prowadzących różny tryb życia. Dlatego dobierz Bodymax do swoich potrzeb lub doradź najbliższym lub przyjacielom*. Warto zwrócić uwagę na sposób tworzenia nazw parafarmaceutyków. Oto analiza przykładowych nazw: *Bodymax Plus* – zapożyczenie z języka angielskiego *body* ‘ciało’, łacińskie słowo *max* – świadczące o maksymalnym działaniu preparatu, dodatkowo jeszcze uzupełnione o składnik *plus*. *Hepatil Complex* – od łac. (spopularyzowane przez j. ang.) *hepatic* ‘wątroba’ oraz obcojęzyczny zapis słowa *kompleks*. *Neovaginal* – złożenie

dwóch słów ang. *vaginal* ‘pochwowy’ i *neo* ‘nowy’. *Propolis* – z łac. kit pszczeli. Nazwy te są na ogół pochodzenia łacińskiego – zwykle spopularyzowane w języku polskim przez coraz powszechniej znany język angielski. Dzięki temu oprócz funkcji nominatywnej pełnią one funkcję deskryptywną, w jednoznaczny sposób opisują przeznaczenie parafarmaceutyku, jego główny składnik lub sposób działania.

W tym miejscu warto zwrócić też uwagę na sposób nazywania analizowanych preparatów. W odróżnieniu od lekarstw, tutaj rzadziej używany jest leksem *lek*, stosuje się za to mnóstwo synonimów, jak *preparat leczniczy*, *preparat + nazwa*, *suplement diety*, *puder leczniczy*, *dietetyczny środek spożywczy specjalnego przeznaczenia medycznego*, *produkt leczniczy roślinny*, *tradycyjny produkt leczniczy roślinny*, *nowoczesny preparat*.

Ważnym komponentem opisu preparatu jest terminologia naukowa z zakresu farmakologii, jej użycie z jednej strony można uzasadnić obszarem tematycznym, jakiego dotyczą analizowane teksty. Niemniej spełnia ona również swoistą rolę reklamową – preparat przez potencjalnego odbiorcę uznany zostanie za wnikliwie przebadany naukowo, skoro w jego opisie używa się terminologii naukowej. Terminologia ta mieści się w następujących polach semantycznych: nazwy chorób np. *hiperwitaminoza*, *żelazica*, nazwy objawów i zespołów chorobowych, np. *szok anafilaktyczny*, *stres oksydacyjny*, nazwy substancji chemicznych, np. *siarczan glukozaminy*, *wodorotlenek magnezu*, *L-askorbinian sodu*, *siarczan magnezu*, *sulfonamidy*, *kwas eikozapentaenowy*, nazwy bakterii: *szczep Lactobacillus*. Oczywiście większość z cytowanych słów jest dla przeciętnego odbiorcy całkowicie niezrozumiała. Fakt ten wpływa na niezrozumiałość całych wypowiedzi, np. *Równoczesne podanie sulfonamidów i witaminy C może być przyczyną wytrącania się kryształów sulfonamidów w kwaśnym moczu. Pirydoksyna może powodować zmniejszenie działania lewodopy.*

### 3. Styl

Wszystkie analizowane w obrębie kategorii parafarmaceutyków teksty mają podobny charakter stylistyczny, zaliczane są do tekstów użytkowych. Dominującym tu jest niewątpliwie styl popularnonaukowy, świadczą o tym typowe dla tego stylu elementy, a mianowicie: wcześniej już opisana strukturyzacja tekstu, ułatwiająca jego zrozumienie, orientację w przestrzeni tekstowej, a przede wszystkim szybkie odnalezienie potrzebnych informacji, terminologia naukowa, a także rozliczne mechanizmy popularyzatorskie.

Autorzy tekstów dołączanych do parafarmaceutyków wykorzystują wiele zabiegów, służących popularyzacji przekazów o charakterze naukowym. Do najczęstszych zaliczyć należy tłumaczenie znaczenia terminów naukowych, wyrażen o charakterze profesjolektalnym, wyjaśnianie funkcji określonych składników chemicznych, np. *dwutlenek krzemu (substancja przeciwzbrylająca), substancja wiążąca: glicerol, octan DL-alfatokoferylu (wit. E). Kwas askorbowy należy stosować ostrożnie u pacjentów z hiperoksalurią (nadmierne wydalanie kwasu szczawowego z moczem), niedoborem dehydrogenazy glukozy-6-fosforanowej, u osób ze hemochromatozą; talasemią, anemią syderoplastyczną i cukrzycą.* W ostatnim przykładzie pozytywnie należy ocenić wyjaśnienie pierwszego terminu, zaś negatywnie – pozostawienie bez wyjaśnienia wszystkich pozostałych.

Innym zabiegiem, ułatwiającym zrozumienie przekazów o skomplikowanej tematyce biologiczno-chemicznej, jest korzystanie z całej gamy środków stylistycznych. Należą do nich m.in. porównania, np. *W prawidłowym układzie pokarmowym człowieka bytuje od około 1012 do 1014 drobnoustrojów na gram stolca, ilość ta przekracza 10 razy liczbę komórek całego organizmu.* Kolejnym sposobem popularyzacji treści naukowych jest antropomorfizacja, np. *Biotyk dba o prawidłowy stan flory bakteryjnej uzupełniając ją o pożyteczne bakterie, zwłaszcza w trakcie i po przyjmowaniu antybiotyków oraz chroniąc przed namnażaniem niepożądanych drobnoustrojów. Zawiera profesjonalnie dobrany probiotyczny szczep bakterii kwasu mlekowego L. casei oraz prebiotyk- inulinę, która odpowiada za utrzymanie sprzyjającego dla nich środowiska. Zastosowanie probiotyku z prebiotykiem- inuliną wpływa na liczebność szczepów przyjaznych bakterii zawartych w preparacie, co sprzyja efektywniejszemu uzupełnieniu i utrzymaniu prawidłowej mikroflory bakteryjnej człowieka przez Biotyk. Starannie wyselekcjonowane zioła podarują ci bogactwo natury. RELASTAN dba o zachowanie jej (skóry; przyp. JS) zdrowego wyglądu i witalności na dłużej.*

Następnym zabiegiem popularyzacyjnym jest sięganie do innych dziedzin, by przybliżyć czytelnikowi omawiane zagadnienie, np. *Podaż witaminy K po urodzeniu w istotny sposób zmniejsza ryzyko wystąpienia krwawienia z niedoboru witaminy K. InFavit witamina K+D3 dietetyczny środek spożywczy specjalnego przeznaczenia medycznego jest zalecany dla noworodków i niemowląt karmionych piersią do postępowania dietetycznego w przypadku: niedostatecznej podaży witaminy K w pokarmie, co może w konsekwencji prowadzić do wystąpienia krwawienia związanego z niedoborem witaminy K (vitamin K deficiency bleeding- VKDB).*



#### 4. Składnia

Pozytywnie należy ocenić ukształtowanie składniowe analizowanych tekstów. Dominują w nich bowiem zdania pojedyncze, składające się od 5 – 11 słów, np. *Może być stosowany przez diabetyków. Magnez pomaga w prawidłowym funkcjonowaniu mięśni. Suplementy diety powinny być przechowywane w sposób niedostępny dla małych dzieci.* Jeśli zaś chodzi o konstrukcje złożone, to są to najczęściej zdania złożone współrzędnie jednokrotne, np. *Jeśli objawy nie ustępują lub nasilają się w trakcie stosowania leku należy skonsultować się z lekarzem.* W zakresie konstrukcji wypowiedzi problemem dla odbiorcy może stać się duża liczba wyliczeń, w sytuacji, gdy ze względu na brak miejsca na opakowaniu, nie są one umieszczone jedno pod drugim, lecz zapisane w ciągu. Takie rozłożenie treści wyraźnie utrudnia odszukanie ważnych fragmentów, np. *Tradycyjny produkt leczniczy roślinny stosowany: – pomocniczo w łagodnych zaburzeniach układu moczowego, jako środek zwiększający diurezę w celu przepłukania dróg moczowych – pomocniczo w łagodzeniu dolegliwości dróg moczowych, takich jak uczucie pieczenia podczas oddawania moczu i/lub częste oddawanie moczu.* Liczne wyliczenia, powodujące powstawanie rozbudowanych konstrukcji składniowych, są podstawowym mankamentem utrudniającym odbiór analizowanych ulotek, np. *Zaburzenia prawidłowej mikroflory narządów rodnych kobiety powstają w wyniku wielu czynników, m.in. stosowania antybiotyków, środków antykoncepcyjnych, hormonalnej terapii zastępczej, zaburzeń miesięczkowych, przebytych porodów, jak również np. poprzez częste używanie tamponów czy też kąpieli w basenach. Mogą wystąpić objawy związane z przedawkowaniem wapnia, takie jak: brak apetytu, pragnienie, nudności, wymioty, zaparcia, bóle brzucha, bóle głowy, zaburzenia psychiczne, nadmierne pragnienie, częste oddawanie moczu, wapnica nerek, kamienie nerkowe, zmęczenie, osłabienie siły mięśniowej, bóle kości, apatia, senność, w ciężkich przypadkach zaburzenia rytmu serca, śpiączka.* Taki 19-elementowy ciąg warto byłoby rozdzielić, zastosować tu podział na grupy objawów i każdą z grup opisać w odrębnym zdaniu. Problematiczne może być też zrozumienie zdań wielokrotnie złożonych o skomplikowanej strukturze, choć te pojawiają się w analizowanych materiałach stosunkowo rzadko, np. *Składniki zawarte w preparacie Furoxin dzięki swoim właściwościom wspomagają prawidłowe działanie układu moczowego, wspierają właściwy proces oddawania moczu i oczyszczania organizmu, wspierając naturalne siły odpornościowe organizmu. InFavit*

witamina K+D3 dietetyczny środek spożywczy specjalnego przeznaczenia medycznego jest zalecany dla noworodków i niemowląt karmionych piersią do postępowania dietetycznego w przypadku: – niedostatecznej podaży witaminy K w pokarmie, co może w konsekwencji prowadzić do wystąpienia krwawienia związanego z niedoborem witaminy K (vitamin K deficiency bleeding- VKDB).

## 5. Poprawność językowa

W analizowanych tekstach błędy językowe pojawiają się sporadycznie. Przykładowo w ulotce dołączanej do *Bodymaxu Plus* występuje wypowiedzenie zawierające pleonazm – okres czasu: *Preparat może być stosowany przez dłuższy okres czasu, należy jednak po około trzech miesiącach przyjmowania zrobić 4-tygodniową przerwę.* Znacznie częściej występują błędy interpunkcyjne, polegające na braku przecinka w zdaniu podrzędnie złożonym, *Należy zapytać farmaceutę co zrobić z lekami, które nie są już potrzebne;* bądź też na stosowaniu kropek lub dwukropków po śródtytułach: *Informacja dla użytkowniczki. Ulotka dla pacjentki. Skład preparatu., Opis działania preparatu., Opis działania szczepu Lactobacillus casei., Opis działania inuliny., Przechowywanie.:* Niemniej należy podkreślić, iż nie są to błędy w sposób rażący naruszające normy poprawności językowej.

## III. Analiza informacji dołączanych do kosmetyków

Polskie prawodawstwo definiuje *kosmetyk* w sposób następujący: *kosmetykiem jest każda substancja chemiczna lub mieszanina, przeznaczone do zewnętrznego kontaktu z ciałem człowieka: skórą, włosami, wargami, paznokciami, zewnętrznymi narządami płciowymi, zębami i błonami śluzowymi jamy ustnej, których wyłącznym lub podstawowym celem jest utrzymanie ich w czystości, pielęgnowanie, ochrona, perfumowanie, zmiana wyglądu ciała lub ulepszenie jego zapachu.*<sup>15</sup> Znacznie prostszą definicję *kosmetyku* podaje *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny* ‘preparat kosmetyczny przeznaczony do pielęgnacji ciała i podkreślania urody’<sup>16</sup>. Należy dodać, iż istnieje rozróżnienie między środkami przeznaczonymi do leczenia (lekami i parafarmaceutykami), a tymi, które są stosowane do pielęgnowania i upiększania urody (kosmetykami). Choć i tu można dopatrzeć się części wspólnej w postaci tzw. dermokosmetyków, które są preparatami z pogranicza kosmetyki

<sup>15</sup> Na podstawie *Ustawy o kosmetykach z dnia 30 marca 2001 roku* – Dz.U. 2001 Nr 42 poz. 473

<sup>16</sup> *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, t. 17, Poznań, s. 366

i medycyny. Należy podkreślić, iż w przypadku kosmetyków mamy do czynienia z kategorią szczególnie rozbudowaną i zróżnicowaną. Współczesny rynek kosmetyczny należy do najbardziej rozwiniętych gałęzi gospodarczych. Ogromna różnorodność produktów, ich zróżnicowane przeznaczenie i działanie sprawiają, iż dokładna analiza tekstów dołączanych do kosmetyków, wymagałaby wielotomowego traktatu. Na potrzeby niniejszych rozważań wybrano materiał jak najbardziej reprezentatywny, liczący od kilku do kilkunastu przykładów z poszczególnych różnych grup analizowanych produktów.

W dalszej części analiz omówiono ulotki oraz informacje zamieszczone na opakowaniach następujących grup kosmetyków:

- **środki higieny osobistej**, służące do mycia włosów, zębów, twarzy i całego ciała; tj. szampony, pasty do zębów, środki do pielęgnacji jamy ustnej, mydła, żele do mycia, środki do higieny narządów płciowych, środki do kąpieli i pod prysznic. Do dalszej analizy w obrębie tej kategorii wybrano następujące produkty: *Genwol* – sól do kąpieli stóp z lawendą, *Batiste* – suchy szampon, *Lawendowe Ukojenie* – płyn do kąpieli, *Intima Ochrona Przeciwgrzybicza* – płyn do higieny intymnej, *Biały Jeleń* – szampon do włosów, *Garnier Fructis Fresh* – szampon do włosów, *Schauma 7 Ziół* – szampon do włosów, *Linda* – mydło w płynie kremowe z mleczkiem oliwkowym, *Ziajka* – żel do zębów dla dzieci, *Colgate Advanced Sensation White* – pasta do zębów;

- **kosmetyki pielęgnacyjne** – ich głównym zadaniem jest poprawa wyglądu, kondycji i stanu włosów lub skóry. Do grupy tej należą: kremy do twarzy, kremy do rąk, do stóp, balsamy do ciała, odżywki do włosów, środki do układania włosów, środki do golenia, maseczki do twarzy, środki do pielęgnacji paznokci, toniki i mleczka kosmetyczne. Przedmiotem dalszych analiz są następujące produkty, reprezentujące niniejszą grupę: *Zmywacz do paznokci z witaminą F*, *Styling Effect* – jedwab do włosów, *Body Care* – kremowy płyn do kąpieli, *Tonik nagietkowy* – płyn do demakijażu, *Henna Vax* – ochronna nawilżająca odżywka do włosów, *Ziaja* – naturalne oliwkowe mleczko do demakijażu oczu, *Ziaja* – bezalkoholowy tonik do twarzy, *Glicea* – krem do rąk cytrynowy, *Gold Essence* – kolagenowe płatki pod oczy, *Lirene* – balsam antycellulitowy, *Body Arabica* – balsam brązująco-ujędrniający, *Garnier* – regenerujący krem do rąk, *Fusspilz* – krem do stóp, *Ziaja* – maska nawilżająca z gliną zieloną, *Marion 7 Efektów* – kuracja do ciała z olejkami arganowym, *Bambino* – krem ochronny z tlenkiem cynku, *Nivea Baby* – mleczko intensywnie nawilżające, *SOS Skin Soraya* – kojący żel po opalaniu, *Eveline Cosmetics Lifting* – krem pod oczy, *Elseve* –

maseczka do włosów, *Sensual* – krem do depilacji, *Fusion Hydra Żel* – żel do golenia nawilżający;

- **kosmetyki upiększające** – ich rola polega na tuszowaniu niedoskonałości skóry i włosów, umożliwieniu zmiany ich koloru lub kształtu, a także podkreśleniu urody. Do tej grupy należą: środki do farbowania włosów, płyny do trwałej ondulacji, podkłady barwiące do twarzy, pudry do twarzy, błyszczki i pomadki do ust: *Fiolex* – płyn koloryzujący, *Mgła* – substancja stylizująca do włosów, *Hydrostyle* – lakier do włosów, *Burza włosów* – fluid do włosów, *Wellaflex* – lakier do włosów, *Lotion* – płyn do układania włosów, *Kolastyna* – samoopalacz w kremie do twarzy i ciała, *Wellaton* – krem intensywnie koloryzujący, *Virtual* – puder do twarzy, *Lasting Performance* – fluid do twarzy, *Max Factor Eye Brightening* – tusz do rzęs, *Fashion Colour Bell* – błyszczak do ust, *Precision* – kredka do oczu, *Satin mat* – cień do oczu;

- **wyroby perfumeryjne** – służą nadawaniu przyjemnego zapachu ciału ludzkiemu. Do tej grupy należą: dezodoranty, perfumy, wody kolońskie i toaletowe. Przedmiotem analizy są następujące wyroby perfumeryjne: *Invisible* – antyperspirant, *Bi-es* – dezodorant perfumowany, *Rosamor* – woda toaletowa, *Escape for men* – woda toaletowa dla mężczyzn, *Nivea dry-comfort* – anti-perspirant, *Mexx Fly High* – woda toaletowa dla kobiet, *Sensational Luxe Blossom* – dezodorant dla kobiet.

## 1. Struktura tekstów ulotek

Analizowane teksty cechuje spore zróżnicowanie strukturalne. Jest ono przede wszystkim warunkowane rodzajem produktu. I tak najprostszą strukturę mają teksty znajdujące się na opakowaniach cieni do powiek, składają się na nią następujące elementy: nazwa produktu, nr koloru i odmiana (perlisty lub matowy), numer koloru, kod kreskowy, składniki – zapisane poniżej. Należy nadmienić, iż ze względu na niewielkie opakowania cieni do powiek czcionka zastosowana przy opisie składników ma bardzo mały rozmiar, poniżej 6 pkt, co sprawia spore trudności w przeczytaniu tekstu bez skorzystania z przyrządów optycznych.

Nieco bardziej zróżnicowana jest struktura opisów dołączanych do wyrobów perfumeryjnych. I tak przykładowo producent antyperspirantu *Nivea Dry Comfort* zamieszcza na stronie głównej nazwę producenta, nazwę produktu oraz informację o działaniu: *zapobiega nadmiernemu poceniu*. Natomiast tylna strona opakowania zawiera krótką informację w kilku

językach obcych (polskim, litewskim, łotewskim i estońskim): *Skutecznie reguluje pocenie* – zawiera *Dry Plus System* i minerały. Oprócz tego odbiorca znajdzie tam informację o wielkości opakowania, sposobie otwierania oraz kod kreskowy. Czcionka jest już nieco większa niż w wyżej analizowanym tekście, lecz nadal może sprawiać trudności z odczytaniem. Na opakowaniu brakuje informacji o składnikach, co jest sporym utrudnieniem dla osób z różnego rodzaju alergiami.

Podobnie lakoniczne informacje dołączane są do lakierów do włosów. Ze względu na niewielką powierzchnię opakowania producent stosuje wyjątkowo małą czcionkę, co utrudnia odczytanie przekazu. I tak np. w przypadku lakieru *Wellaflex* na stronie czołowej znajdują się takie informacje, jak nazwa produktu, jego przeznaczenie, moc – wszystkie one są podane w języku angielskim, co może znacznie utrudniać zrozumienie treści osobie nieznającej tego języka. Na tylnej stronie opakowania znajdują się już teksty w języku polskim. Całość struktury ma charakter trójdzielny – najpierw charakterystyka produktu (*bardzo mocno utrwalający*) i opis sposobu użycia (oprócz języka polskiego pojawia się tam informacja w pięciu innych językach obcych, co wiąże się z koniecznością użycia bardzo małej czcionki, nieczytelnej bez zastosowania przyrządów optycznych). Druga część to ostrzeżenie przed niewłaściwym używaniem pojemnika (również w pięciu językach) z dołączonym elementem graficznym – piktogramem oznaczającym substancję łatwopalną. Trzecia część zawiera spis składników i informację o producencie.

Znacznie lepiej w ocenie struktury i czytelności tekstu wypada tonik nagietkowy firmy *Ziaja*. Na pierwszej stronie potencjalny nabywca znajdzie najważniejsze informacje – takie jak nazwa firmy i nazwa produktu, opis działania (*odświeżanie twarzy, nawilżanie*), przeznaczenie (cera normalna, sucha). Tekst na tylnej stronie opakowania ma strukturę wyraźną i przejrzystą. Najpierw znajduje się tam informacja o głównych składnikach receptury nagietkowej, poniżej wypunktowane informacje o sposobie działania kosmetyku, następnie krótki opis użycia toniku, poniżej umieszczona na jasnym wybiciu informacja o braku zawartości alkoholu, niżej umieszczono wykaz składników (w języku łacińskim). W dolnej części, obok kodu kreskowego, znajdują się następujące komunikaty: wielkość opakowania, sposób testowania produktu, data ważności, producent, a także piktogram oznaczający recykling. Podobną strukturę możemy zaobserwować na innych produktach do demakijażu.

O wiele gorzej w analizie czytelności przekazu wypadają różne produkty kosmetyczne produkowane poza granicami kraju, a dostępne na naszym rynku. Przykładowo fluid *Max Factor Lasting Performance* charakteryzuje się estetycznie zaprojektowaną stroną główną opakowania. Z nazwą firmy, opisem działania, numerem i nazwą koloru. Niemniej wszystkie te informacje podane są w języku angielskim. Tylne opakowanie zawiera informacje podzielone na trzy części. Pierwsza dotyczy sposobu działania, druga – w formie ramki zawiera listę składników, a w trzeciej znajduje się nazwa producenta, piktogramy oznaczające opakowanie przeznaczone do recyklingu oraz produkt do użytku zewnętrznego. Głównymi mankamentami są: wielkość czcionki – zwłaszcza przy opisie składników – uniemożliwiająca odczytanie tekstu, a także brak informacji w języku polskim. Jedynym przekazem polskojęzycznym jest naklejka o treści *PODKŁAD o przedłużonym działaniu*. Podobnie wygląda sytuacja z tuszem tej samej firmy o nazwie *Max Factor Eye Brightening*. Wszystkie informacje podane zostały w języku angielskim, co utrudnia zrozumienie tekstu przez polskojęzycznego klienta. A ponadto na opakowaniu brakuje spisu składników.

Na uznanie natomiast zasługuje struktura informacji zamieszczanych na opakowaniach środków myjących, np. szamponów, wprawdzie i tu nie brakuje zwrotów anglojęzycznych, które pełnią ważną funkcję marketingową (szerzej na ten temat w części poświęconej leksyce). Niemniej czytelna i jasna struktura pozwala na łatwe zrozumienie treści. Przykładowo, szampon wzmacniający *Garnier Fructis Fresh* na stronie pierwszej, poza ilustracją przedstawiającą kawałek cytryny i lód, zawiera informację o przeznaczeniu i działaniu (*Do włosów normalnych szybko przetuszczających się. Długotrwała świeżość. Włosy są lekkie i wzmocnione*). Również sposób strukturyzacji tekstu oraz bogactwo elementów graficznych na tylnej stronie opakowania pozwalają na szybki odbiór całości przekazu, który został wydrukowany wyraźną i stosunkowo dużą czcionką w kolorze granatowym na zielonym tle z żółtymi wybiciami. Przekaz ma oryginalny dialogowy charakter, całość bowiem rozpoczyna pytanie skierowane do potencjalnego klienta (*Czy Twoje włosy są świeże tuż po umyciu, ale szybko się przetuszczają i tracą efekt świeżości?*). Kolejny element jest opis sposobu działania, wzbogacony o przekaz graficzny. Opis głównych składników został zatytułowany w konwencji dialogowej (*Nasz sekret?*). Kolejna część została wystylizowana na fragment opisu badań naukowych (z wykresami, parametrami, odsyłaczami w formie gwiazdek), co oczywiście ma wskazywać na profesjonalny charakter produktu. Poniżej znajduje się opis sposobu stosowania zredagowany w konwencji dialogowej (pytanie: *jak stosować?* i odpowiedź). Ostatnia część zawiera

informacje o pojemności, producencie – z adresem strony internetowej i nr. infolinii, nazwą dystrybutora, a także spisem składników w języku łacińskim. Taki opis łączy w sobie elementy marketingowe z czytelną informacją dla nabywcy. Podobna struktura została zachowana w przypadku innych szamponów, choć może ona być wzbogacona o teksty w językach obcych (np. opis szamponu hipoalergicznego *Biały Jeleń*) – dodawane zawsze kosztem przejrzystości struktury i wielkości czcionki.

Innego rodzaju problemy wiążą się z odczytaniem informacji dołączonych do płynu do higieny intymnej *Intima* firmy *Ziaja*. Podstawowa trudność wiąże się z czytelnością opisu, gdyż białe litery zostały wydrukowane na przezroczystej butelce (sam płyn, tworzący tło, ma kolor zielony). W ten sposób po częściowym zużyciu płynu nabywca nie jest już w stanie odczytać zamieszczonego na nim opisu. Niemniej samą jego strukturę należy uznać za poprawną. Na stronie tytułowej znajduje się nazwa produktu, nazwa firmy, opis działania oraz schematyczny rysunek. Na odwrocie butelki czytelnik znajdzie pogrupowane w kilka kategorii informacje: o przeznaczeniu płynu, głównych składnikach, sposobie działania, użycia, przeprowadzonych badaniach, szczegółowy skład w języku łacińskim, pojemność, datę przydatności do użycia, adres producenta, a także informację graficzną o recyklingu. Najważniejsze teksty mają białe lub różowe tło, tektonika całości wyraźna i przemyślana. Litery dość małe, lecz ich prosty krój (czcionka bezszeryfowa) pozwala na bezproblemowe odczytanie tekstu.

Elementy marketingowe znajdziemy w strukturze tekstu dołączonego do soli do kąpieli *Lawendowe Ukojenie* firmy *Farmona*. Na pierwszej stronie znajduje się nazwa produktu (w języku polskim i angielskim), a także nazwa serii – *Magic SPA*. Natomiast tekst na drugiej stronie składa się z trzech części. Pierwsza to opis produktu stylizowany na styl artystyczny. Druga część zawiera lakoniczny opis sposobu użycia (w językach polskim i angielskim), a poniżej opis składników (zapisany dla odróżnienia wersalikami). Trzecia część zawiera następujące informacje: waga produktu, sposób testowania, data ważności, nazwa producenta. Czcionka wyraźna (białe litery na fioletowym tle), czytelny krój, niedużej wielkości, lecz umożliwiającej odczytanie tekstu. Podobna struktura (najpierw opis produktu, często o charakterze marketingowym, opis sposobu użycia, szczegółowy skład, producent, waga, data przydatności) jest typowa dla wielu produktów kosmetycznych, np. *maseczka do włosów Elseve Sun Defence*, *mleczko nawilżające*, *balsam antycelulitowy*.

Odmianą strukturę można zaobserwować w przekazach o charakterze instruktażowym, typowych dla kosmetyków, których użycie wymaga ścisłego stosowania skomplikowanych procedur. Przykładem takiego kosmetyku mogą być farby do włosów. Tekst dołączony do kremu koloryzującego do włosów *Wellaton* jest bardzo rozbudowany. Można wyróżnić tu dwie zasadnicze części – pierwsza to informacje znajdujące się na opakowaniu produktu, druga informacje w formie ulotki dołączonej do opakowania. I tak na opakowaniu nabywca znajdzie przekazy dotyczące nazwy produktu, producenta, koloru oraz formy i trwałości działania (*krem intensywnie koloryzujący*). Każda z tych informacji została podana w dwóch językach – polskim i angielskim. Na stronie głównej opakowania znajduje się też fotografia modelki, której włosy mają kolor zbliżony do tego, jaki powstanie w efekcie zastosowania farby. Na bocznych ścianach opakowania umieszczone zostało ostrzeżenie przed reakcjami alergicznymi, stosowaniem produktu przez dzieci oraz informacja o konieczności unikania kontaktu z narządem wzroku. Wszystkie te napisy przetłumaczone zostały na języki obce (litewski, łotewski, estoński, słowacki). Na drugim boku opakowania znalazły się teksty dotyczące zawartości opakowania. Tylna część kartonowego pudełka zawiera informacje graficzne o sposobie użycia oraz fotografie przedstawiające efekt farbowania różnych kolorów włosów. Następnie zamieszczono spis składników (również w kilku językach obcych). Najniżej znajduje się informacja o dystrybutorze. Szczegółowy opis użycia nabywca znajdzie na ulotce. Został on podzielony na trzy ponumerowane części, w których opisano kolejne etapy zalecanych czynności, sposób ich przeprowadzenia oraz uwagi dotyczące środków ostrożności. Całość została odpowiednio posegmentowana, wypunktowana – tak, aby korzystanie z ulotki było stosunkowo łatwe – każdej z opisywanych czynności towarzyszy jej graficzna prezentacja. Również ulotka zawiera informacje w kilku językach obcych. Z tego powodu jej struktura jest bardzo rozbudowana, a pewnych przekazów, np. dotyczących konieczności przeprowadzenia próby wrażliwości czy też zawartości opakowania czytelnik musi się doszukiwać na różnych częściach obustronnie zadrukowanej kartki (wielkość czcionki ok. 6 pkt). Zastosowanie wyłącznie języka polskiego znacznie ułatwiłoby korzystanie z zawartych na ulotce informacji.

Lepsze rozmieszczenie przekazów w dwóch językach (polskim i angielskim) można znaleźć na opakowaniu kremu pod oczy *Eveline Cosmetics Lifting*. Producent zdecydował się tak wykorzystać cztery boki kartonowego opakowania, że na dwóch znajdują się teksty w języku polskim, a na dwóch kolejnych w języku angielskim. Niemniej ze względu na wycięte okienko w części polskiej brakuje kilku informacji, które są podane jedynie w języku



angielskim (np. dla dojrzałej skóry 40+, filtry UV). Na tylnej stronie znajduje się rozbudowany opis produktu, ujęte w ramkę efekty jego stosowania, charakterystyka działania składników aktywnych, sposób stosowania i graficznie przedstawiony wiek kobiet, dla których przeznaczony jest produkt. Na części w języku angielskim dodatkowo znajduje się szczegółowy spis składników. Na spodniej części opakowania umieszczono informacje o sposobie testowania produktu, licencji, producencie, wielkości opakowania, dacie ważności oraz graficzne informacje o nietestowaniu produktu na zwierzętach i o możliwości utylizacji opakowania. Takie rozmieszczenie treści należy uznać za poprawne, gdyż dzięki jasnej strukturze łatwo znaleźć poszukiwane elementy przekazu, ponadto zastosowana czcionka (białe litery na czerwonym tle) mimo iż jest dość małych rozmiarów, pozwala na odczytanie tekstu.

## 2. Leksyka

Analizowane teksty mają charakter informacyjno-marketingowy. Dlatego typowa dla nich jest leksyka wartościująca, odnosząca się zarówno do specyfiki samego produktu, do sposobu jego działania, a także do efektów stosowania danego kosmetyku. Do najczęściej stosowanych leksemów wartościujących należą: *ekologiczny, kremowy, kojący, wrażliwy, drogocenny, bogaty, intensywny, głęboki, łagodzący, delikatny, komfort, nawilżający, ukojenie, wzmacniający, regenerujący, odżywiający, ochronny, pielęgnujący, jedwabisty, wygładzać, regeneracja, ochrona, wspomagający, zapobiegający, przeciwdziałać, łagodny, naturalny, miękki, aksamitny, miękki, przyjemny, wyszczuplać, ujędrniać*. Oprócz leksemów waloryzujących pozytywnie w analizowanych tekstach pojawia się pewna grupa słów nacechowanych negatywnie, wyrazy te odnoszą się do stanu poszczególnych części ciała (skóry, zębów, włosów) przed zastosowaniem kosmetyku, np. *zmarszczki, cienie pod oczami, ślady zmęczenia, podrażnienia, uczucie pieczenia, napięcie, sucha skóra, puszenie się włosów, łuszcząca się skóra, substancje podrażniające skórę głowy, wysuszona i zniszczona skóra*. Taki dychotomiczny opis – stanu przed zastosowaniem kosmetyku i efektu jego użycia – ma spory potencjał perswazyjny, wpływa na proces decyzyjny potencjalnego nabywcy, a także w pewien sposób kierkuje jego odczucia odnośnie przewidywanego rezultatu działania produktu. Dodatkowo odbiorca jest utwierdzany w przekonaniu, iż dany kosmetyk został gruntownie przebadany, składa się z profesjonalnie dobranych składników, poprzez częste

używanie trudnych nazw naukowych w opisie produktu. Spora część analizowanej leksyki jest całkowicie niezrozumiała dla przeciętnego nabywcy, niemniej jej zadaniem jest potwierdzanie naukowości polecanego wyrobu. Oto przykłady ilustrujące opisane zjawisko: *kompleks Slim, witamina E, kompleks Slim&Shape, naturalny chlorofil, proteiny pszeniczne, botyna, D-panthenol, proteiny jedwabiu, oligosacharydy, bariera hydrolipidowa, fitosterole, tokoferole, eliksir Liftine, Matrixyl, Centella asiatica*.

Kolejnym elementem językowym, obecnym w analizowanych tekstach, są anglicyzmy. Ich rola jest różnorodna: po pierwsze wskazują na zagraniczne pochodzenie produktu, po drugie stanowią efekt mody językowej, są zatem dodatkowym elementem o funkcji perswazyjnej. Niemniej należy podkreślić, iż dla osób, które nie znają tego języka, ich częste stosowanie może tworzyć poważną barierę komunikacyjną i uniemożliwiać zrozumienie treści przekazu. Różna jest ich popularność, stopień przyswojenia, forma – mniej lub bardziej spolszczona. Pojawiają się one zarówno w nazwach kosmetyków, jak i w opisach ich zastosowania. Oto przykłady wykorzystywania takiej leksyki w tekstach dołączanych do kosmetyków: *lifting, Sun defense, cream for armpits, arms and bikini area, sensual, camomile, extract, sos-skin, baby, nutri sensitive, hand, body, bronzing and firming balm, slim, anti-cellulite body BALM, fights cellulite, slim&shape, peeling, with intensive care-protein, fresh, styling effect, dry shampoo, anti-perspirant, invisible for black&white, herbal cosmetics, body care, green pharmacy*. Większość z cytowanych wyżej słów jest zrozumiała dla osób z podstawową lub średnią znajomością języka angielskiego, niemniej sporo potencjalnych nabywców produktów kosmetycznych takiej znajomości nie posiada i część informacji zawartych na opakowaniach jest dla nich niezrozumiała.

### 3. Styl

Analizowane teksty charakteryzuje spora różnorodność stylistyczna. Począwszy od stylu popularnonaukowego, poprzez styl charakterystyczny dla tekstów użytkowych aż po styl artystyczny. Taka różnorodność stylowa może prowadzić do dezorientowania czytelnika, niemniej wszystkie zabiegi stosowane przez autorów podporządkowane są dwóm funkcjom – informacyjnej i perswazyjnej. Stosuje się typowe zabiegi służące z jednej strony popularyzacji wiedzy naukowej (o czym świadczy choćby opisana wyżej terminologia naukowa), z drugiej zaś ugruntowaniu w świadomości nabywcy faktu, iż ma on do czynienia z produktem nowoczesnym, profesjonalnym i wszechstronnie przetestowanym. Dla

zilustrowania powyższych tez warto przytoczyć fragment opisu dołączonego do kremu *Eveline Cosmetisc Lifting*:

*Dzięki zastosowaniu innowacyjnych komponentów stosowanych w medycynie i kosmetologii preparaty oddziałują precyzyjnie na poszczególne punkty twarzy i pozwalają uzyskać spektakularny efekt liftingu, porównywalny do zabiegu kosmetycznego z użyciem lasera. Trójaktywny krem pod oczy będący kompleksowym połączeniem składników aktywnych to prawdziwy specjalista w pielęgnacji delikatnej skóry okolic oczu.*

W cytowanym fragmencie można odnaleźć zarówno cechy stylu naukowego (*komponent, lifting, medycyna, kosmetologia* – w dalszej części ulotki pojawiają się takie wyrazy jak: *mikrokrążenie, proteiny, polifenole, flawonoidy, test samooceny kliniczno-kosmetycznej*), jak i leksykę wartościującą, np. *innowacyjny, precyzyjnie, spektakularny*, a także neologizm *trójaktywny*. Ponadto autorzy zastosowali różnorodne chwyt retoryczne i środki stylistyczne, np. porównanie działania kremu do lasera oraz personifikacje – krem jako specjalista. Kolejnym elementem wskazującym na naukowość przekazu jest stosowanie wykresów, tabel, odnośników, podawanie szczegółowych wyników badań (dla zwrócenia uwagi odbiorcy zapisanych wersalikami, całość w ramce), np. WYPEŁNIONE ZMARSZCZKI – 67%, WYGŁADZONA I NAPIĘTA SKÓRA – 69%, ROZJAŚNIONE CIENIE POD OCZAMI – 85%, ZMNIEJSZONE OBRZĘKI – 81%. Taka strategia perswazyjna, polegająca na łączeniu leksyki wartościującej ze słownictwem naukowym, jest typowym sposobem wpływania na nabywcę stosowanym przez producentów kosmetyków. Oto jeszcze jeden przykład, tym razem wyekscerpowany z opisu odżywki do włosów *Elseve* firmy *Loreal: Formuła z nawilżającym DROGOCENNYM NEKTAREM i FILTRAMI UVA/UVB zamknięta w bogatej kremowej konsystencji dla intensywnej, głębokiej pielęgnacji*. (elementy zapisane wersalikami zostały dodatkowo wyróżnione zmianą koloru czcionki i niebieskim tłem).

Obok elementów stylu naukowego w analizowanych opisach pojawiają się fragmenty charakterystyczne dla tekstów artystycznych. Taki typ poetyzacji przekazu, oparty na bogactwie epitetów, metafor, personifikacji, ma działać na wyobraźnię czytelnika, przenosić go w świat doznań estetycznych, gdzie *balsam to deser, zapach pozwala się przenieść w czasy beztrudnego dzieciństwa, a olejek arganowy to płynne złoto Maroka*, np.

*Balsam brązująco-ujędrniający Cafe Latte to prawdziwy kawowy deser do codziennej pielęgnacji ciała.*

*Przytulny zapach lawendy Mont Blanc pozwala przenieść się w czasy beztróskiego dzieciństwa, odzyskać spokój i wewnętrzną równowagę. Niweluje napięcie, wycisza i usuwa zmęczenie po całym dniu.*

*Teraz kąpiel to zmysłowa przyjemność wśród darów natury, delikatne oczyszczanie, dobre nawilżanie i ochrona skóry dzięki naturalnego pH. Pozostawia nutę ciepłego aromatu. Cenny olejek arganowy, płynne złoto Maroka, przedłuża młodość skóry, nawilża, odżywia, napędza witalnością i energią.*

Kolejnym zabiegiem, stosowanym w celu przyciągnięcia uwagi potencjalnego nabywcy, jest skracanie dystansu poprzez bezpośrednie zwroty do odbiorcy (zwykle nadawca stosuje tu rodzaj żeński), używanie form trybu rozkazującego oraz pytań, imitujących dialogowy charakter przekazu:

*Bądź o krok bliżej lata z Samoopalaczem do twarzy i ciała w kremie Kolastyna!*

*Czy Twoje włosy są świeże tuż po umyciu, ale szybko się przetłuszczają i tracą efekt świeżości?*

*Myślisz o doskonałym utrwaleniu swojej fryzury? Jeśli tak, to opracowaliśmy specjalnie dla Ciebie Lotion bardzo mocny Styling effect. Poznaj jego fantastyczne właściwości.*

*Burza włosów? Nic prostszego Fluid Wichrzyciel zwiększa objętość fryzury, dodaje jej blasku i energii, a przy tym nie obciąża włosów.*

*Marzysz aby Twoja fryzura wyglądała naturalnie a jednocześnie była utrwalona? Użyj opracowanej specjalnie dla Ciebie Mgły stylizującej Styling effect.*

*Myślisz o doskonałym wygładzeniu swojej fryzury? Jeśli tak, to wypróbuj Jedwab do włosów Styling effect.*

*Krem Intensywnie Koloryzujący Wellaton powstał, abyś mogła cieszyć się intensywnym kolorem, wyjątkowym blaskiem oraz perfekcyjnym pokryciem siwych włosów.*

#### **4. Składnia**

Jak już wcześniej zauważono, analizowane teksty łączą w sobie funkcję informacyjną i perswazyjną, mają one w dużej mierze charakter marketingowy. Dlatego cechuje je prosta składnia, najczęściej zdania pojedyncze, równoważniki zdań lub wypowiedzenia złożone jednokrotnie, bardziej skomplikowane struktury zdarzają się stosunkowo rzadko, np. *Dogłębna regeneracja włosów. Włosy wysuszyć. Przed użyciem wstrząsnąć. Stosować na rozjaśnione włosy. Ochrona włosów przed wysuszeniem. Produkt nie może być stosowany przez dzieci. Po zastosowaniu skóra pozostaje gładka i aksamitna w dotyku. Zapewnia skórze*

*ukojenie i komfort. Rozprowadzić po skórze dziecka. Wyraźnie wzmacnia szkliwo. Pozostawia nutę ciepłego aromatu.* Niemniej zdania pojedyncze bądź złożone jednokrotnie często są bardzo rozwinięte i składają się z wielu wyrazów, co może negatywnie wpływać na ich komunikatywność, np. *Dzięki zastosowaniu innowacyjnych komponentów stosowanych w medycynie i kosmetologii preparaty oddziałują precyzyjnie na poszczególne punkty twarzy i pozwalają uzyskać spektakularny efekt liftingu, porównywalny do zabiegu kosmetycznego z użyciem lasera – (29 wyrazów). Tlenek cynku dodatkowo sprawia, że krem chroni przed szkodliwym działaniem czynników zewnętrznych: wiatru, zimnego i suchego powietrza oraz promieni słonecznych (faktor 4) – (22 wyrazy).* Rzadziej są to zdania bardzo rozbudowane, wielokrotnie złożone (zarówno paraktatycznie, jak i hipotaktycznie), których zrozumienie może być trudne dla przeciętnego użytkownika: *Specjalnie opracowany kompleks Slim, oparty na ekstrakcie z ziaren kawy arabskiej i ostrokrzewu paragwajskiego, wyszczupla i ujędrnia skórę, a zawarta witamina E zapewnia odpowiednie nawilżenie i kondycję skóry – (28 wyrazów). Formuła balsamu wzbogacona substancjami aktywnymi o działaniu wyszczuplającym i ujędrniającym, została opracowana aby przyspieszać modelowanie sylwetki i pobudzać procesy spalania tkanki tłuszczowej – (22 wyrazy).* Warto przy okazji analizy składniowej zwrócić uwagę na zróżnicowanie składniowe zdań ze względu na cel wypowiedzenia. I tak dominują oczywiście wypowiedzenia oznajmujące, np. *Płatki w połączeniu z ciepłem ciała stopniowo uwalniają aktywne składniki i pomagają wnikać im w skórę. Cytrynowy krem do rąk Glicea aktywnie nawilża, pielęgnuje i odżywia suchą skórę dłoni.* Rzadziej pojawiają się zdania rozkazujące. Są one typowe dla przekazów stricte marketingowych, a także instruktażowych, np. *Bądź o krok bliżej lata z Samoopalaczem do twarzy i ciała w kremie Kolastyna! Uzyskaj efekt równomiernej i długotrwałej opalenizny! Nie splukiwać! Nie spożywać! Nie nakładać u nasady włosów! Unikaj kontaktu z oczami.* W celu zwrócenia uwagi odbiorcy stosuje się również zdania pytające: *Jak stosować? Nasz sekret? Marzysz aby Twoja fryzura wyglądała naturalnie a jednocześnie była utrwalona?* Takie zróżnicowanie składniowe urozmaica odbiór przekazu, czyniąc go atrakcyjniejszym czytelniczo.

## **5. Poprawność językowa**

Pierwszą kwestią, jaka zwraca uwagę podczas analizy tekstów dołączanych do kosmetyków, jest ich specyficzny zapis – często nieuwzględniający zasad obowiązujących w języku polskim. Chcąc wyróżnić jakiś fragment tekstu, autorzy stosują wersaliki w środku

zdania (poprawnie mogłyby się one pojawić jedynie w tytułach lub śródtytułach), np. *Formuła z nawilżającym DROGOCENNYM NEKTAREM i FILTRAMI UVA/UVB zamknięta w bogatej kremowej konsystencji dla intensywnej, głębokiej pielęgnacji.*

Kolejna kwestia związana jest z interpunkcją, jej zasady bywają naruszane w następujących sytuacjach: brak wydzielenia zdania podrzędnie złożonego, przecinek rozdzielający nierównorzędne przydawki, przecinek oddzielający grupę orzeczenia od okolicznika. Oto przykłady zdań zawierających omawiane błędy interpunkcyjne:

*Formuła balsamu wzbogacona substancjami aktywnymi o działaniu wyszczuplającym i ujędrniającym, została opracowana aby przyspieszać modelowanie sylwetki i pobudzać procesy spalania tkanki tłuszczowej.*

*Marzysz aby Twoja fryzura wyglądała naturalnie a jednocześnie była utrwalona? Uwaga: gdy farbujesz włosy odcieniem 12/0 lub 12/1 pozostaw mieszankę na włosach do 50 minut. Aby chronić skórę przed poplamieniem nałóż tłusty krem dookoła linii włosów (bez dotykania włosów).*

*Luksusowe, hydrożelowe płatki pod oczy na bazie złota i kolagenu widocznie redukują cienie i obrzęki.*

*Chcąc uzyskać naturalną, letnią opaleniznę stosować balsam raz lub dwa razy dziennie, na oczyszczonej skórze, rozprowadzając równomiernie na powierzchni ciała.*

Sporadycznie pojawiają się też błędy leksykalne: użycie wyrazów *film*, *formuła* w nierejestrowanych w słownikach znaczeniach, np. *Tworzy naturalny film wzmacniający barierę hydrolipidową, w efekcie doskonale wygładza naskórek. Formuła z nawilżającym DROGOCENNYM NEKTAREM i FILTRAMI UVA/UVB zamknięta w bogatej kremowej konsystencji dla intensywnej, głębokiej pielęgnacji.* Innym błędem leksykalnym jest tzw. tautologia bądź pleonazm, czyli używanie obok siebie wyrazów o zbliżonym lub tożsamym znaczeniu: *Zawarte w jego składzie gliceryna i lanolina wykazują właściwości kojące oraz łagodzące. Ekstrakt owoców figowca daje miękką, jedwabistą gładkość.*

Ponadto pojawiają się błędy składniowe, polegające na zastosowaniu nieprawidłowej formy zaimka, np. *Zawiera prowitaminę B5 i witaminę E dzięki którym: [...] – nawilża włókno włosowe, ułatwia układanie, zmniejsza ich skłonność do rozdławiania, a także poprawia stan uszkodzonych włosów i pogrubia je.* (włókno włosowe – ich).

Inną grupę błędów stanowią potknięcia natury stylistycznej, polegające na powtarzaniu tych samych wyrazów w jednym zdaniu lub w kolejnych wypowiedzeniach, np. *Krem koloryzujący należy nakładać na suche włosy. Przed nałożeniem kremu nie należy myć włosów. Uwaga: jeśli w czasie testu wystąpiło swędzenie, zaczerwienienie lub pieczenie, możesz być uczulona na któryś ze składników produktu i nie możesz go używać.*

Sporadycznie trafiają się błędy ortograficzne, np. *Brak reakcji alergicznej w ramach testu nie daje gwarancji nie wystąpienia (sic!) takiej reakcji przy następnym farbowaniu.* W analizowanych tekstach znaleźć można też literówki: *Zmiana ilość preparatu powoduje jaśniejszą lub ciemniejszą barwę włosów.*

#### **IV. PODSUMOWANIE**

Przeprowadzona ekspertyza tekstów dołączanych do dwóch grup produktów – parafarmaceutyków i kosmetyków pozwala na sformułowanie następujących wniosków. W obu przypadkach mamy do czynienia ze sporym zróżnicowaniem strukturalnym przekazów. I tak, z kategorii parafarmaceutyków strukturą najbardziej schematyczną, czytelną i przejrzystą charakteryzują się te produkty, które są w największym stopniu zbliżone do klasycznych leków. Pewne uproszczenia strukturalne – pominięcie niektórych informacji oraz brak konsekwencji w kolejności podawania informacji cechują te parafarmaceutyki, w których nie stosuje się papierowych, dołączanych do produktu ulotek, a informacja o paraleku zostaje umieszczona bezpośrednio na opakowaniu. Fakt ten przekłada się na znacznie mniejszy rozmiar stosowanej czcionki. W przypadku ziół i suplementów diety autorzy ulotek wzbogacają przekaz werbalny o elementy wizualne – zdjęcia, wykresy, tabele, co w znacznym stopniu ułatwia oraz uatrakcyjnia jego odbiór. Jeśli chodzi o zakres leksykalny tekstów dołączanych do parafarmaceutyków, to dominuje tu leksyka wspólnoodmianowa, wzbogacana terminologią naukową oraz zapożyczeniami z języka angielskiego i łaciny, które mogą utrudniać zrozumienie treści przekazu. W analizowanych opisach parafarmaceutyków dominuje styl popularnonaukowy, a autorzy starają się wykorzystać typowe zabiegi stylistyczne, służące popularyzacji wiedzy naukowej. Ukształtowanie składniowe należy uznać za poprawne, zdania są na ogół krótkie, niezbyt rozbudowane. Jedyнным problemem jest duża liczba wyliczeń. Z punktu widzenia zasad

poprawności językowej analizowane teksty należy uznać za poprawne, z niewielkimi mankamentami interpunkcyjnymi.

Odrębna analiza została przeprowadzona odnośnie tekstów dołączanych do kosmetyków. Doprowadziła ona do następujących wniosków. Strukturę analizowanych tekstów charakteryzuje spore zróżnicowanie, w zależności od rodzaju produktu. Dużym problemem jest zamieszczanie na niewielkim opakowaniu opisów w kilku językach, gdyż wówczas wielkość czcionki uniemożliwia odczytanie tekstu. Często też brakuje tekstu w języku polskim lub jest on sprowadzany do kilku słów. Producenci preferują nazwy w języku angielskim, również opisy produktów są przesycone anglicyzmami, co może znacznie utrudniać zrozumienie przekazów. Kolejnym elementem negatywnie wpływającym na jasność treści są terminy naukowe – ich częstotliwość jest związana głównie z chęcią przekonania nabywcy o profesjonalnym charakterze kosmetyku. Inną przeszkodą w odbiorze treści tekstu może być synkretyzm stylistyczny – obok stylu popularnonaukowego pojawiają się fragmenty zapisane w stylistyce artystycznej, których celem jest przyciągnięcie uwagi czytelnika. Podobną rolę odgrywają pytania retoryczne i zdania rozkazujące. Wpływ na nabywcę, jego decyzję o kupnie oraz ostateczną ocenę produktu ma zapewne słownictwo waloryzujące, które również utrudnia odszukanie konkretnych informacji o samym przeznaczeniu i sposobie działania kosmetyku. Składnia analizowanych komunikatów również jest bardzo zróżnicowana – od krótkich zdań pojedynczych po bardzo rozbudowane wielowyrazowe rozbudowane struktury. Teksty dołączane do kosmetyków są na ogół poprawne, zarejestrowano nieliczne błędy w zakresie interpunkcji, składni i stylu.

## V. SPIS ANALIZOWANYCH PRODUKTÓW

### A. Parafarmaceutyki

1. *4Akne* – wieloskładnikowy suplement diety
2. *Arthro-Vital* – wieloskładnikowy suplement diety
3. *Ascofer* – preparat mineralny
4. *Aspargin* – preparat mineralny
5. *Azulan* – mieszanka ziołowa
6. *BioMarine570* – wieloskładnikowy suplement diety
7. *Biotastic* – wieloskładnikowy suplement diety
8. *Biotyk* – probiotyk



9. *Biovilon* – wieloskładnikowy suplement diety
10. *Bodymax Plus* – wieloskładnikowy suplement diety
11. *Bodymax Żeńszeń* – wieloskładnikowy suplement diety
12. *Calcium+Kwercetyna Duo Alergo* – preparat mineralny
13. *Calogen* – wieloskładnikowy suplement diety
14. *Cebionmulti* – multiwitamina
15. *Dicoflor* – biotyki
16. *Ecomer* – wieloskładnikowy suplement diety
17. *Ferrum Lek* – preparat mineralny
18. *Folacid* – preparat mineralny
19. *Furoxin* – wieloskładnikowy suplement diety
20. *Gastrosan Fix* – mieszanka ziołowa
21. *Glukonian Potasu* – preparat mineralny
22. *Grawit* – wieloskładnikowy suplement diety
23. *Hepatil Complex* – wieloskładnikowy suplement diety
24. *Herbatka dla Kobiet Karmiących Wspomagająca Laktację* – mieszanka ziołowa
25. *Herbatka Rumiankowa z Sokiem Jabłkowym* – mieszanka ziołowa
26. *InFavit* – multiwitamina
27. *Koenzym Q10 Forte* – wieloskładnikowy suplement diety
28. *Liść Melisy* – zioło
29. *Locomotive* – mieszanka ziołowa
30. *Lutemac* – wieloskładnikowy suplement diety
31. *Magnez + Witamina B6* – multiwitamina
32. *Mięta* – zioło
33. *Multilac* – probiotyk
34. *Neovaginal* – probiotyk
35. *Normosan* – mieszanka ziołowa
36. *Omega 3 Forte* – wieloskładnikowy suplement diety
37. *Orlisat* – wieloskładnikowy suplement diety
38. *Pharmaton Geriavit* – wieloskładnikowy suplement diety
39. *Propolis* – mieszanka ziołowa
40. *Recalivid D* – preparat mineralny
41. *Relastan* – suplement diety
42. *Urosan Fix* – mieszanka ziołowa
43. *Vaginorm Forte* – probiotyk
44. *Vibovit Baby* – multiwitamina
45. *Visolvit Junior* – multiwitamina
46. *Vita Buerlecithin* – suplement diety
47. *Vitaliss Plus Witamina C* – multiwitamina
48. *Vitamina C Monovitan* – witamina
49. *Vitaminum A+E* – multiwitamina
50. *Vitaminum B Compositum* – multiwitamina
51. *Vitaminum C Teva* – multiwitamina
52. *Witamina B<sub>12</sub>* – witamina
53. *Zioła Uspokajające* – mieszanka ziołowa

## B. Kosmetyki

1. *Bambino* – krem ochronny z tlenkiem cynku
2. *Batiste* – suchy szampon
3. *Biały Jeleń* – szampon do włosów
4. *Bi-es* – dezodorant perfumowany
5. *Body Arabica* – balsam brązująco-ujędrniający
6. *Body Care* – kremowy płyn do kąpieli
7. *Burza włosów* – fluid do włosów
8. *Colgate Advanced Sensation White* – pasta do zębów
9. *Elseve* – maseczka do włosów
10. *Escape for men* – woda toaletowa dla mężczyzn
11. *Eveline Cosmetics Lifting* – krem pod oczy
12. *Fashion Colour Bell* – błyszczący do ust
13. *Fiolex* – płyn kolorujący
14. *Fusion Hydra Żel* – żel do golenia nawilżający
15. *Fusspilz* – krem do stóp
16. *Garnier* – regenerujący krem do rąk
17. *Garnier Fructis Fresh* – szampon do włosów
18. *Genwol* – sól do kąpieli stóp z lawendą,
19. *Glicea* – krem do rąk cytrynowy
20. *Gold Essence* – kolagenowe płatki pod oczy
21. *Henna Vax* – ochronna nawilżająca odżywka do włosów
22. *Hydrostyle* – lakier do włosów
23. *Intima Ochrona przeciwgrzybicza* – płyn do higieny intymnej
24. *Invisible* – antyperspirant
25. *Kolastyna* – samoopalacz w kremie do twarzy i ciała
26. *Lasting Performance* – fluid do twarzy
27. *Lawedowe Ukojenie* – płyn do kąpieli
28. *Linda* – mydło w płynie kremowe z mleczkiem oliwkowym Linda
29. *Lirene* – balsam antycellulitowy
30. *Lotion* – płyn do układania włosów
31. *Marion 7 Efektów* – kuracja do ciała z olejkami arganowym
32. *Max Factor Eye Brightening* – tusz do rzęs
33. *Mgła* – substancja stylizująca do włosów
34. *Mexx Fly High* – woda toaletowa dla kobiet
35. *Nivea Baby* – mleczko intensywnie nawilżające
36. *Nivea dry-comfort* – anti-perspirant
37. *Precision* – kredka do oczu
38. *Rosamor* – woda toaletowa
39. *Satin mat* – cień do oczu
40. *Sensational Luxe Blossom* – dezodorant dla kobiet
41. *Sensual* – krem do depilacji
42. *Schauma 7 Ziół* – szampon do włosów
43. *SOS Skin Soraya* – kojący żel po opalaniu
44. *Styling Effect* – jedwab do włosów
45. *Tonik Nagietkowy* – płyn do demakijażu
46. *Virtual* – puder do twarzy

47. *Wellaflex* – lakier do włosów
48. *Wellaton* – krem intensywnie koloryzujący
49. *Ziaja* – bezalkoholowy tonik do twarzy
50. *Ziaja* – naturalne oliwkowe mleczko do demakijażu oczu
51. *Ziaja* – maska nawilżająca z zieloną gliną
52. *Ziajka* – żel do zębów dla dzieci
53. *Zmywacz* do paznokci z witaminą F

dr Joanna Smól

### **CZ. III. INSTRUKCJE OBSŁUGI SPRZĘTU AGD (PRALKI, LODÓWKI, KUCHENKI ELEKTRYCZNE/GAZOWE, ODKURZACZE, DROBNY SPRZĘT AGD)**

Rzeczywistość jest coraz bardziej skomplikowana, a ludzi otaczają dziesiątki przedmiotów, które mają ułatwiać życie codzienne. Przyczyniają się one do sprawniejszego funkcjonowania zarówno gospodarstw domowych, jak i wielkich przedsiębiorstw czy gospodarstw rolnych, ułatwiają badania naukowe, zdobywanie Kosmosu czy przekazywanie informacji. Jednak najbardziej popularne i najłatwiej dostępne są te wytwory techniki, które wyręczają ludzi w wykonywaniu często żmudnych, ciężkich czynności dnia codziennego (jak pranie, odkurzanie, suszenie itp.) lub też odciążają ludzi, udogadniając im codzienne życie (przygotowywanie posiłków, ich przechowywanie itp.).

Technika stanowi tę przestrzeń, która przekłada się na rozwój cywilizacyjny i kulturowy człowieka. Jej osiągnięcia w postaci rozmaitych odkryć, wynalazków i nowinek szybko wykorzystywane są do konstruowania lub modyfikowania konkretnych urządzeń, maszyn, narzędzi. Te natomiast wdrażane są do masowej produkcji, by najpierw trafić do setek sklepów, a następnie do tysięcy domów na całym świecie. Wszystkie one wymagają od użytkowników pewnego poziomu wiedzy na temat budowy sprzętu, jego instalacji i sposobów użytkowania. Do informowania o wszystkich tych aspektach służą instrukcje obsługi.

Instrukcje jako samodzielne teksty można analizować na co najmniej dwóch płaszczyznach – po pierwsze są to teksty użytkowe, przeznaczone dla osób korzystających z określonych urządzeń; po drugie – są swoistymi tekstami marketingowymi, poświadczającymi nastawienie producenta do klienta-użytkownika. Modelowa komunikacja konsumencka przebiegająca na osi producent – użytkownik obejmuje zaledwie kilka rodzajów komunikatów: są to przekazy reklamowe, informacje handlowe, komunikaty serwisowe oraz instrukcje obsługi. Takie dwuaspektowe ujęcie pozwoli na ogląd języka w użyciu praktycznym – informacja powinna sprzyjać zrozumiałości tekstu ze względu na funkcję autokreacyjną pełnioną przez przekaz. Producentowi zależy zapewne na wytworzeniu przyjaznego, pozytywnego wizerunku marki, na wypracowaniu skojarzeń z dobrym produktem, którego funkcjonowanie można bez problemu zrozumieć.

Instrukcja mieści się w obszarze przekazów oficjalnych, w którym obowiązuje neutralny rejestr polszczyzny. Funkcjonalnie tego typu komunikaty lokowane są w obrębie odmiany praktycznonaukowej stylu naukowego, którą cechuje szczególny układ nadawczo-

odbiorczy. Opiera się na komunikacji specjalisty z użytkownikiem, układ jest zatem nierównorzędny, a w tekście pojawiają się tego sygnały – formuły dyrektywne, wskazówki, zalecenia, rady, nakazy.

Nie można także zapominać o jeszcze jednym aspekcie dotyczącym instrukcji obsługi – jest ona wymogiem urzędowym. Zgodnie z rozporządzeniem Ministra Gospodarki z dnia 21 października 2008 r. w sprawie zasadniczych wymagań dla maszyn (Dz. U. Nr 199, poz. 1228 z późn. zm.) wraz z wprowadzeniem maszyny (urządzenia) do obrotu lub użytku należy dostarczyć niezbędną informację w postaci załączonej do maszyny instrukcji (§ 58). Dokument ten wskazuje niezbędne składniki, które musi zawierać instrukcja. Jest ona traktowana jako podstawowe źródło informacji o jego prawidłowym użytkowaniu oraz powinna ujmować ostrzeżenia.

Musi ona być sformułowana w języku lub językach oficjalnych Unii Europejskiej państwa członkowskiego, na którego terytorium maszyna jest wprowadzana do obrotu lub oddawana do użytku. Ministerialny dokument zawiera też w § 58.7 zapis dotyczący kształtu językowego instrukcji: „W przypadku maszyn przeznaczonych do ogólnego stosowania, instrukcja powinna być sformułowana w sposób jasny, przejrzysty, umożliwiający wszystkim użytkownikom łatwe korzystanie z niej”. Niniejsza analiza wyrasta z przekonania, że autorzy instrukcji powinni stosować się do powyższych postulatów i troszczyć się o właściwą formę swoich przekazów.

## **STRUKTURA TEKSTU (SEGMENTACJA, KOMPOZYCJA)**

Analiza tekstów instrukcji obsługi objąć musi więc kilka aspektów wynikających z charakteru samych przekazów oraz ich przeznaczenia. Włącza się w ten krąg zatem poziom makrotekstowy – ogląd całości, jej podziału, układu, począwszy od tytułu aż po segmentację korpusu tekstowego. Takie ujęcie umożliwia zaprezentowanie wszystkich części składowych tekstów instrukcji wraz z ich lokalizacją w obrębie komunikatu. Efektem takiej analizy postępującej w porządku od ogółu do szczegółu jest wskazanie zachwiania na etapie kompozycji tekstu i jego logicznego układu.

Ponieważ tekst instrukcji jest tekstem dla niespecjalisty, jego organizacja nie może być skomplikowana i nieczytelna. Nadawca, mając do przekazania sporo informacji, musi je zhierarchizować i ułożyć w takiej kolejności, żeby albo się uzupełniały (1), albo następowały po sobie etapowo (2), albo wreszcie stanowiły układ zgodny z racjonalnym postępowaniem z

produktem (3). Najlepiej takim ujęciom służy tekst podzielony na wiele drobnych fragmentów, które stanowią małe, odrębne, niezależne jednostki sensu.

Instrukcje obsługi mają postać książeczek o objętości od kilku do kilkudziesięciu stron. Co ważne – można je podzielić na dwa typy – instrukcje jednojęzyczne, opracowane w oficjalnej polszczyźnie przeznaczone na polski rynek oraz teksty wielojęzyczne przygotowane dla konsumentów z różnych krajów. Warto o tym wspomnieć, gdyż w tym drugim przypadku (instrukcje w kilku językach) występuje zróżnicowane uporządkowanie przekazu.

Teksty instrukcji pełnią przede wszystkim funkcję informacyjną – a zatem muszą stanowić pakiet treściowy dla klienta, który zakupił urządzenie i chce je użytkować. Założenie w analizowanym typie komunikacji jest zasadniczo dość proste – odbiorca charakteryzuje się rozmytymi kwalifikacjami socjologicznymi i merytorycznymi, ale należy mu dać informację podstawową o produkcie, dodać trzeba, że nie może to być informacja zbyt zaawansowana, specjalistyczna, szczegółowa. Musi ona jednak spełniać kryterium praktyczne, ma być zrozumiała, ma się dać wykorzystać w praktyce i pozwolić wykorzystać produkt efektywnie, oszczędnie, bez komplikacji.

To po stronie nadawcy leży troska o przekazanie informacji konsumentowi, który nie dysponuje fachową wiedzą, a jego kompetencje z zakresu funkcjonowania urządzeń AGD są raczej przeciętne i głównie praktyczne. Ten odbiorca nie zastanawia się nad mechanizmami, dzięki którym urządzenia pracują. One mają po prostu działać.

## **Tytuł**

Zasadniczym elementem tekstu jest tytuł, w większości analizowanych przypadków jest to nazwa informacyjna, ścisła i konkretna: „Instrukcja obsługi” /2, 3, 4/<sup>17</sup> lub „Instrukcja użycia” /13/. Tylko w nielicznych przypadkach tytuł jest rozbudowany o dodatkowy składnik i wtedy całość nazywa się „Instrukcja obsługi i ustawiania” /1/.

## **Spis treści**

Podział tekstu na rozdziały wiąże się z koniecznością dołączenia do niego spisu treści – czyli zestawienia poszczególnych części wraz z precyzyjną lokalizacją w postaci numeru

---

<sup>1717</sup> Numery podawane w nawiasach ukośnych odnoszą się do numerów instrukcji zamieszczonych w Aneksie

strony. Spis taki znajduje się zwykle na początku lub na końcu tekstu, co jest tradycyjnym układem dla druków zwartych.

W przypadku instrukcji, które z różnych względów (ekonomicznych, organizacyjnych itp.) zawierają teksty w różnych językach pojawia się nieco inne rozwiązanie. Na jednej z pierwszych stron pomieszczony jest jeden zbiorczy, globalny spis treści odnoszący się do całości tekstu, a zatem spis jest zredagowany w językach, w których napisano kolejne teksty. Najpierw więc lista zawartości zawiera informacje w kilku językach, np. angielskim, słowackim, czeskim, polskim i węgierskim (zob. ramka 1). Język polski pojawia się w nich jako jeden z kilku na przestrzeni określonych stron (np. od 33 do 41), podczas gdy sam spis treści zamieszczony został na stronie 3. Takie oddalenie sprawia, że prawdopodobnie użytkownik w ogóle nie skorzysta z tego spisu albo skorzysta tylko raz, by zaznaczyć sobie polskojęzyczny fragment publikacji. Poza tym na poziomie układu graficznego całości przekazu wielojęzycznego, lepiej byłoby gdyby pełna instrukcja w danym języku wraz ze spisem treści (w tym samym języku) została umieszczona jako zwarta całość, a zatem korzystniej byłoby „przykleić” spis treści do instrukcji.

<b>GB Index</b>	<b>SK Index</b>
Safety first /1 Electrical requirements /2 Transportation instructions /2 Installation instructions /2 Getting to know your appliance /3 Suggested arrangement of food in the appliance /3 Temperature control and adjustment /4 Before operating /4 Storing frozen food /4 Freezing fresh food /4 Making ice cubes /5 Defrosting /5 Replacing the interior light bulb /5 Cleaning and care /5 Repositioning the door /6 Do's and don'ts /6 Information about operating noises /7 Trouble – shooting /7 Technical data /8	Bezpečnosť nadovšetko /25 Elektrické požiadavky /26 Prepravné pokyny /26 Inštalčné pokyny /26 Poznávanie spotrebiča /27 Navrhnuté rozmiestnenie potravín v spotrebiči /27 Riadenie a nastavenie teploty /28 Pred uvedením do prevádzky /28 Skladovanie zmrazených potravín /28 Mrazenie čerstvých potravín /28 Tvorbá kociek ľadu /29 Rozmrazovanie /29 Výmena žiarovky vnútorného svetla /29 Čistenie a údržba /29 Premiestňovanie dverí /30 Čo sa má a čo sa nesmie robiť /30 Informácie o prevádzkovom hluku /31 Riešenie problémov /31 Technické údaje /32
<b>CZ Obsah</b>	<b>PL Spis treści</b>
Bezpečnost především /9 Elektrické požadavky /10 Pokyny pro transport /10 Pokyny pro instalaci /10 Seznámení s vaším spotřebičem /11 Doporučené rozložení potravin ve spotřebiči /11 Kontrola a nastavení teploty /12 Před spuštěním /12 Ukládání zmražených potravin /12 Mražení čerstvých potravin /12 Tvorba kostek ledu /13 Odmrazování /13 Výměna vnitřní žárovky /13 Čištění a péče /13 Změna pozice dvířek /14 Co dělat a co nedělat /14 Informace o provozních hlucích /15 Odstraňování potíží /15 Technická data /16	Bezpieczeństwo przede wszystkim /33 Podłączenie do zasilania /34 Instrukcja transportu i ustawienia /34 Montaż /34 Zapoznaj się z Twoim urządzeniem /35 Porady dotyczące przechowywania żywności /35 Regulacja temperatury /36 Uruchamianie /36 Porady dotyczące przechowywania zamrożonej żywności /36 Mrożenie świeżej żywności /37 Jak robić kostki lodu /37 Odmrażanie /37 Wymiana żarówki /38 Czyszczenie urządzenia /38 Zmiana kierunku otwierania drzwi /38 Środki ostrożności w trakcie użytkowania /38 Dźwięki wydawane podczas pracy /39 Usuwanie usterek /39 Odzysk opakowania /40 Odzysk starego urządzenia chłodniczego /40 Charakterystyka techniczna /41 Tabliczka znamionowa /41
<b>HU Tartalomjegyzék</b>	
Első a biztonság /17 Elektromos követelmények /18 Szállítási utasítások /18 Beüzemelési utasítások /18 Ismerje meg készülékét /19 Javasolt a készülékben lévő étel elrendezése /19 Hőmérséklet szabályozás és beállítás /20 Működetés előtt /20 Fagyasztott étel tárolása /20 Friss étel fagyasztása /20 Jégkockák készítése /21 Kiolvasztás /21 Belső villanykörte cseréje /21 Tisztítás és védelem /21 Ajtó áthelyezése /22 Tegye és ne tegye /22 Információ az üzemeltetési zajokról /23 Problémakeresés /23 Technikai adat /24	

Ramka 1. Przykładowy spis treści globalnej /2/.

Spis treści ma ułatwiać poruszanie się w obrębie przekazu, usprawniać „nawigację”. Korzystanie z niego ma pomóc użytkownikowi w zorientowaniu się w tekście, a jego prymarną funkcją jest przyspieszenie odnajdywania potrzebnych informacji. Zawiera więc wskazania na kolejne rozdziały i podrozdziały, części i cząstki, punkty, podpunkty i ustępy. Układ powinien być logiczny i pragmatyczny, zawierać ma wstępne informacje i stopniowo je doprecyzowywać. Modelowo przekaz powinien więc układać się w porządku:

1. zakup
2. przed pierwszym użyciem / montaż / ustawienie



3. pierwsze użycie
4. kolejne użycia / rady i wskazówki
5. po użyciu / pielęgnacja i konserwacja
6. ewentualne usterki
7. charakterystyka techniczna i ochrona środowiska.

Szkielet ten obejmuje bardzo ogólne, lecz przejrzyste części. Jego powstanie jest możliwe tylko wtedy, gdy nadawca ma wizję tekstu jako całości, oraz opracował koherentną, logiczną i sensowną organizację (w tym segmentację) tekstu. Konkretnie realizacje tekstowe można podzielić na dwie grupy – takie, które wykorzystują ten wzór (zob. ramka 2) i te, które znacznie odbiegają od zaprezentowanego modelu.

<p>SPIS TREŚCI</p> <p>Informacje dotyczące bezpieczeństwa</p> <p>Opis urządzenia</p> <p>Przed pierwszym użyciem</p> <p>Płyta grzejna – codzienna eksploatacja</p> <p>Płyta grzejna – przydatne rady i wskazówki</p> <p>Płyta grzejna – konserwacja i czyszczenie</p> <p>Piekarnik – codzienna eksploatacja</p> <p>Piekarnik – funkcje zegara</p> <p>Piekarnik – korzystanie z akcesoriów</p> <p>Piekarnik – przydatne rady i wskazówki</p> <p>Piekarnik – konserwacja i czyszczenie</p> <p>Co zrobić, gdy...</p> <p>Instalacja</p> <p>Ochrona środowiska</p>
--

Ramka 2. Przykładowy spis treści /11/.

<p>Instalacja</p> <p>Porady dotyczące ochrony środowiska</p> <p>Ostrzeżenia</p> <p>Przed przystąpieniem do eksploatacji piekarnika</p> <p>Akcesoria piekarnika</p> <p>Czyszczenie i konserwacja</p> <p>Usuwanie usterek</p>
---

Ramka 3. Przykładowy spis treści /13/.

Porządek spisu treści obejmuje więc logiczny układ składników oraz w miarę jednorodnie kategorie tematyczne. Zwykle jednak rozpiętość kategoryjna jest duża, poszczególne nazwy części tekstu są urozmaicone, co sprawia wrażenie nieładu i braku

koncepcji. Zdecydowana większość spisów treści w analizowanych instrukcjach jest zbudowana z takich zróżnicowanych pod względem uszczegółowienia konkretnych informacji i zagadnień. Repertuar przykładowych realizacji jest duży:

- hasła rzeczownikowe (*Akcesoria, Przegląd programów, Opis urządzenia, Przyłącze wody, Zakres dostawy, Kosz dolny* itp.)
- rzeczowniki odczasownikowe (*Ustawianie i poziomowanie, Podłączanie, Odwapnianie, Dozowanie środka nablyszczającego, Usuwanie odpadów, Napelnianie koszy, Instalowanie* itp.)
- rzeczowniki z liczebnikiem lub zaimkiem (*Pierwsze uruchomienie, Dane techniczne, Naczynia nieodpowiednie, Bezpieczeństwo ogólne* itp.)
- wyrażenia przyimkowe (*Przed pierwszym użyciem, W przypadku dłuższej nieobecności, Przed każdym praniem, Po praniu* itp.)
- zdania (*Zapoznaj się z Twoim urządzeniem, Jak robić kostki lodu, Co zrobić, gdy..., Co robić w razie usterki?* Itp.).

Zróżnicowanie postaci gramatycznej wprowadza stylistyczne urozmaicenie, wydaje się jednak, że na poziomie przejrzystości się nie sprawdza i niesie ze sobą komplikujący zrozumienie przekazu nadmiar.

Układ niezgodny z porządkiem logicznym widać w przypadkach, w których informacje ważne przesuwane są na koniec tekstu. W przykładowym tekście wiadomości dotyczące konieczności usunięcia zabezpieczeń znajdują się w końcowej części instrukcji (*Demontaż zabezpieczeń Transportowych* –strona 29 /1/), a część zatytułowana *Przed pierwszym praniem* ulokowana jest na stronie 36 (cała instrukcja ma 38 stron). Kończy się ona zdaniem: *Pralka jest teraz gotowa do pracy.*

Analizowane spisy treści w instrukcjach różnią się także pod względem stopnia szczegółowości, niektóre zawierają 5, inne 7 głównych rozdziałów, jeszcze inne 14, a nawet 19 (zob. ramki 2, 3, 4). Jeśli uwzględni się jeszcze podrozdziały, to te najdłuższe warianty liczą po kilkadziesiąt składników. Poniżej podany jest przykład takiego drobiazgowego spisu treści (zob. ramka 4).

SPIS TREŚCI
WAŻNE
Zasady bezpieczeństwa
Uwaga
Ostrzeżenia
Zgodność z przepisami prawnymi
INSTALACJA
Schemat produktu
Opis ogólny
OPERACJE WSTĘPNE

Opakowanie urządzenia  
 Instalacja urządzenia  
**PIERWSZE URUCHOMIENIE**  
 Napełnianie obwodu  
 Automatyczny cykl płukania/autooczyszczania  
 Ręczny cykl płukania  
 Pomiar i programowanie twardości wody  
 Instalacja filtra wody „INTENZA+”  
 Wymiana filtra wody „INTENZA+”  
**RĘGULACJA**  
 Saeco Adapting System  
 Regulacja młynka ceramicznego  
 Regulacja aromatu (intensywności kawy)  
 Regulacja dozownika  
 Regulacja ilości kawy w filiżance  
**PARZENIE KAWY I KAWY ESPRESSO**  
 Parzenie kawy i kawy espresso na bazie kawy ziarnistej  
 Parzenie kawy i kawy espresso na bazie kawy wstępnie zmielonej  
**DZBANEK NA MLEKO**  
 Napełnianie dzbanka na mleko  
 Wkładanie dzbanka na mleko  
 Wyjmowanie dzbanka na mleko .  
 Opróżnianie dzbanka na mleko  
**PARZENIE CAPPUCINO**  
 Regulacja ilości cappuccino w filiżance  
**NALEWANIE GORĄCEGO MLEKA**  
 Regulacja ilości gorącego mleka w filiżance  
**NALEWANIE GORĄCEJ WODY**  
**CZYSZCZENIE I KONSERWACJA**  
 Codzienne czyszczenie urządzenia  
 Codzienne czyszczenie pojemnika na wodę  
 Codzienne czyszczenie dzbanka na mleko  
 Cotygodniowe czyszczenie urządzenia  
 Cotygodniowe czyszczenie dzbanka na mleko  
 Cotygodniowe czyszczenie bloku kawy  
 Comiesięczne czyszczenie dzbanka na mleko  
 Comiesięczne smarowanie bloku kawy  
 Comiesięczne czyszczenie bloku kawy przy pomocy pastylek  
 odtłuszczających  
 Comiesięczne czyszczenie pojemnika na kawę ziarnistą  
**ODWAPNIANIE**  
**PROGRAMOWANIE**  
 Parametry regulacji  
 Przykład programowania  
**OBJAŚNIENIE SYMBOLI NA WYŚWIETLACZU**  
**ROZWIĄZYWANIE PROBLEMÓW**  
**OSZCZĘDNOŚĆ ENERGII**  
 Stand-by  
 Utylizacja urządzenia  
**WŁAŚCIWOŚCI TECHNICZNE**  
**GWARANCJA I OBSŁUGA KLIENTA**  
 Gwarancja  
 Obsługa klienta  
**ZAMAWIANIE PRODUKTÓW DO KONSERWACJI**

Ramka 4. Przykład bardzo szczegółowego spisu treści /8/.

Należy podkreślić, że w analizowanych przykładach uszczegóławianie spisów prowadzi do precyzyjności, dodatkowo tekst jest czytelny i wyraźnie podzielony typograficznie.

W kilku przypadkach w spisach treści znajdują się sformułowania obcojęzyczne, które mogą być niezrozumiałe bez opisu lub kontekstu, np. *Ecodesign Regulation*, *Saeco Adapting*

*System, Stand-by*. Czasami także tytuły rozdziałów odznaczają się ogólnikowością, są enigmatyczne, nieczytelne, niedookreślone, np. *Praca, Uwaga*. Stosunkowo rzadko pojawiają się tytuły będące hiperonimami, np. *Zapoznaj się z Twoim urządzeniem*, odnoszące się właściwie do całej instrukcji.

## **Wprowadzenie**

Teksty instrukcji zwykle zaczynają się od podziękowań producenta za zakup lub też gratulacji dla użytkowników, pochwalona jest ich decyzja związana z kupnem tego konkretnego sprzętu, którego instrukcja dotyczy:

- *Gratulujemy dokonania mądrego wyboru! /2/*
- *Gratulujemy zakupu super automatycznego ekspresu do kawy Saeco Intelia One Touch Cappuccino! /8/*
- *Dziękujemy za zakupienie produktu firmy Samsung /3/*
- *Dziękujemy Państwu za wybór jednego z naszych produktów i mamy nadzieję, że urządzenie to spełni Wasze wymagania /5/*
- *Dziękujemy za zakup tego wysokiej jakości czajnika marki TIROSS /10/.*

Czasami elementem inicjującym komunikację instruktazową jest rodzaj listu od producenta, czasami rozpoczynającego się od formuły adresatywnej *Szanowny Kliencie, Drogi kliencie* albo też hasła *Z myślą o tobie /11/*. Są to typowe teksty o charakterze PR-owym, budujące dobre relacje z klientem, wskazywana jest w nich wizja lepszej przyszłości, łatwiejszej, przyjemniejszej, bo już z nowym produktem w zasięgu ręki, wspierana jest wizja marki, podkreślane walory produktu, np.

- *Wyobraź sobie nieograniczone możliwości /3/*
- *Od dziś pranie staje się prostsze niż kiedykolwiek. Pralka Amica to połączenie wyjątkowej łatwości obsługi i doskonałej efektywności /4/*
- *BEKO to jedna z wiodących marek sprzętu AGD w Europie. Produkty naszej marki to dla konsumentów w ponad 100 krajach synonim funkcjonalności, niezawodności i przystępnej ceny. Obecnie już ponad 250 milionów użytkowników urządzeń BEKO potwierdza, że był to mądry wybór /6/*
- *Dziękujemy za zakup urządzenia Electrolux. Jest ono owocem dziesięcioleci doświadczeń i innowacji. To pomysłowe i stylowe urządzenie zaprojektowano*

*z myślą o Tobie. Użytkując je masz zawsze pewność uzyskania wspaniałych efektów /11/.*

Ten wstęp ma charakter silnie metatekstowy, co oznacza że odnosi się sam do siebie, ujawnia intencje nadawcy, wydobywa na poziom eksplicytny organizację wypowiedzi. Jest namową do przeczytania instrukcji, wskazuje na pozytywne skutki i korzyści płynące z tej lektury:

*- Po przeczytaniu instrukcji, obsługa pralki nie będzie problemem. (...) Prosimy Państwa o uważną lekturę instrukcji obsługi przed uruchomieniem urządzenia. Przestrzeganie zawartych w niej wskazówek uchroni Państwa przed niewłaściwym użytkowaniem./4*

*- Zachęcamy Państwa do dokładnego zapoznania się z instrukcją i zaleceniami w niej zawartymi w celu poprawnego używania naszych produktów/5*

*- Przed przystąpieniem do użytkowania prosimy zapoznać się uważnie z instrukcją obsługi. Zastosowanie się do poniższych zaleceń zagwarantuje uzyskanie optymalnego zużycia energii elektrycznej i zapewnieni bezpieczeństwo eksploatacji oraz uchroni przed powstaniem przypadkowych uszkodzeń/6.*

*- Przed podłączeniem, instalacją i pierwszym użyciem należy **koniecznie** przeczytać niniejszą instrukcję. Dzięki temu można uniknąć zagrożeń i uszkodzeń urządzenia/7*

*- Aby długo i z przyjemnością używać tego czajnika, prosimy o dokładne zapoznanie się z niniejszą instrukcją obsługi/10*

Metatekstowy otwierają niejako dialog producenta z konsumentem, wnoszą nacechowanie modalne (*konieczność, mus, prośba*), wprowadzają sensy aksjologiczne. Części wstępne zyskują zatem wartościujący pozytywnie rys, nadając go także całym instrukcjom, które są tekstami oficjalnymi, sztywnymi, szablonowymi. To często najbardziej wyraziste części analizowanych tekstów.

## **Indeks**

Niektóre omawiane w tej analizie teksty wieńczy indeks. Zamyka on przekaz, stanowi element finalny przekazu, na który składają się słowa kluczowe. Celem tego alfabetycznie uporządkowanego spisu haseł jest ułatwienie szybkiego wyszukiwania potrzebnych w danej chwili informacji. Hasła indeksowe odsyłają do tej części tekstu, która poświęcona jest tematowi ujętemu w hasle poprzez podanie numeru strony. Słowa kluczowe odpowiadają

bowiem na pytanie, o czym jest mowa w danym fragmencie tekstu. Indeks pełni więc rolę nawigacji tematycznej, poprzez hasłowe wywołanie czytelnik bez problemu dociera we wszystkie miejsca, które się do danego tematu odnoszą.

W ramce 5 zamieszczono indeks, którego zasadniczym zadaniem jest ułatwienie wyszukiwania poszczególnych informacji za pomocą haseł indeksowych, uporządkowanych alfabetycznie. Każdemu hasłu przyporządkowany jest numer strony, tu jednak układ dwukolumnowy całkowicie zamglił czytelność. I tak, wydaje się, że przy literze C umieszczono „Syfon” i „Zasobnik na środki piorące”, gdy tymczasem oba te hasła uzupełnia słowo „Czyszczenie”, które znalazło się we właściwym miejscu, tylko w pierwszej kolumnie.

<b>Indeks</b>		
<b>C</b>	Co robić w razie usterki?, 20	Syfon, 19
	Czyszczenie sita, 19	Zasobnik na środki piorące, 17
<b>D</b>	Dane techniczne, 26	Długości węzów i przewodów, 26
<b>K</b>	Koniec programu, 15	Bęben pralki, 17
	Konserwacja, 17	Obudowa pralki/panel obsługi, 17
<b>M</b>	Montaż zabezpieczeń	transportowych, 37
<b>O</b>	Ochrona środowiska, 7	Opis urządzenia, 11
	Opakowanie, 7	
<b>P</b>	Pielęgnacja, 17	Przerwanie programu, 15
	Podłączenie do sieci elektrycznej, 35	Przyłącze wody, 30
	Pojemnik na środki piorące, 11	Dopływ wody, 30
	Pranie sortować, 12	Odpływ wody, 31
<b>S</b>	Serwis obsługi klienta, 24	
<b>U</b>	Ustawienie, 27	komory, 20
	Usuwanie kamienia, 17	Użytkowanie zgodne z przeznaczeniem, 4
	Usuwanie przedmiotów spomiędzy bębna i ściany	
<b>W</b>	Włączanie programu, 14	Wskazówki dotyczące oszczędnego użytkowania, 7
	Wskazówki dotyczące bezpieczeństwa pracy, 5	Wypoziomowanie urządzenia, 34
		Wysłużone urządzenie, 7
<b>Z</b>	Zabezpieczenia transportowe demontaż, 29	Zapchana pompa odprowadzająca wodę, 18
	Zabezpieczenie przed dziećmi, 15	Zmiana programu, 15
	Zakres dostawy, 25	

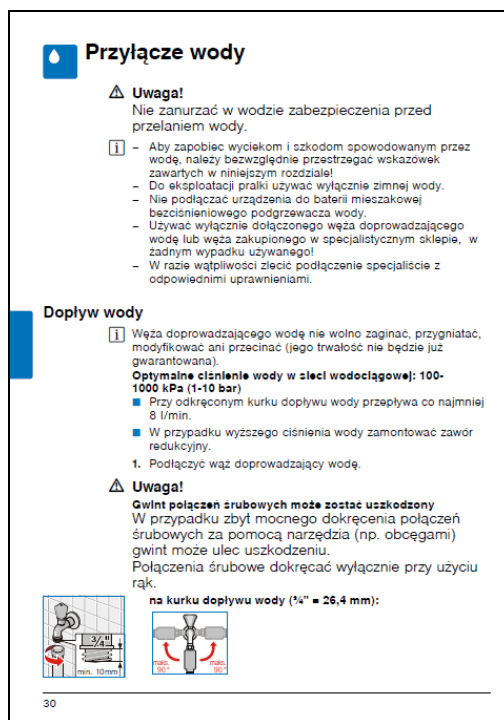
Ramka 5. Przykład indeksu nieczytelnego /1/.

## Typografia i elementy wizualne

Na zrozumiałość oraz czytelność tekstu wpływają także czynniki niejęzykowe, pochodzące z płaszczyzny organizacji graficznej, zwanej też typograficzną. Typografia w ujęciu szerszym obejmuje projektowanie rozkładu ilustracji i innych elementów graficznych w tekście, a w ujęciu węższym odnosi się do graficznego kształtowania tekstu za pomocą dostępnych krojów pisma.

Kształt graficzny broszur instruktażowych jest ściśle powiązany z ich funkcją informacyjną i ma wpływać na jasność oraz precyzyjność przekazu, na jego czytelność i przejrzystość, co ostatecznie zaowocować powinno zwiększeniem zrozumiałości zalecanej dla tego typu przekazów w ministerialnym rozporządzeniu.

Najczęściej stosuje się tło białe, rzadziej tło rastrowe (tintę) lub kolorowe (apłę), umieszczając teksty na barwnym tle – szarym, niebieskim i odcieniach błękitu. Wydaje się, że służy to przełamaniu monotonii i przyciąga uwagę odbiorcy. Ponieważ kolumna tekstu sprawia wrażenie przeładowane i zniechęca do czytania, stosuje się dla jej rozbicia barwne wymyki, kolorem wypełnia się też tło w ramkach, tabelach. Czasami stosuje się też barwne plamy w postaci prostokątów czy kwadratów, które rozbijają „nudną” monochromatyczną powierzchnię. Apla czy raster mogą być także tłem pod ilustrację lub stanowić graficzny kontrapunktem dla sąsiadujących składników przekazu.

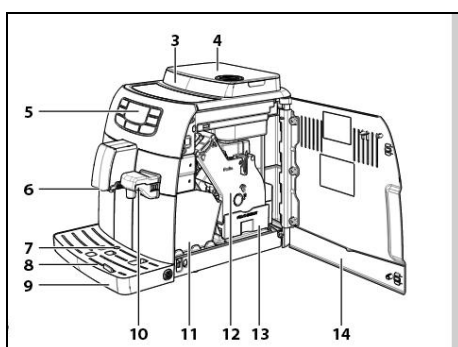


Ramka 6. Przykładowe zastosowanie kolorów i elementów graficznych.

Często na poziomie typograficznym stosuje się zróżnicowane kroje i wielkości czcionek. Pogrubienia stosuje się, by zasygnalizować odbiorcy, co jest ważne w komunikacji przed lekturą całego akapitu, punktu czy tekstu. Półgrubej lub grubej odmiany pisma używa się więc do wyróżnienia nagłówków (tytułów rozdziałów, podrozdziałów, punktów, podpunktów itp.), nadawca ukazuje tym samym hierarchię tekstu, jego uporządkowanie. W podobnym celu stosuje się też wersaliki (wielkie litery), kapitaliki (wielkie litery o rozmiarze małych liter), kursywę i spacje. Te wszystkie akcenty graficzne są bardzo funkcjonalne i ułatwiają orientację w tekście. Jednak czasami nadawcy zdają się zapominać, że nadmiar wyróżnień wywołuje poczucie chaosu, bałaganu, braku organizacji.

Autorzy instrukcji stosują też wiele środków typograficznych na poziomie kroju czcionek. Typografowie twierdzą, że już przez sam dobór kroju można zmienić wydźwięk tekstu. Wskazują w ten sposób na siłę tkwiącą w kształcie pisma i jego oddziaływaniu. Przeważnie instrukcje bazują na 2-3 krojach. Większość tekstów poddanych analizie nie jest złożona zbyt ciasno i gęsto, pismo jest „doświetlone”, a stopnie pisma zróżnicowane.

Autorzy instrukcji zdają sobie sprawę z zależności pomiędzy graficznym ukształtowaniem tekstu a jego percepcją. W każdej instrukcji znalazł się rysunek, fotografia, schemat lub ramka albo tabela. Praktycznie nie ma instrukcji pozbawionej elementów ilustracyjnych. Rysunki najczęściej odwzorowują całe opisywane urządzenie (pralka, lodówka, ekspres do kawy itp.) lub jego fragmenty (np. węże odpływowe, włączniki, przyciski, pokrywy, kłapki, zamknięcia, blokady transportowe itp.). Czasami elementy ilustracyjne obejmują też grafiki prezentujące kolejne etapy regulowania urządzenia (np. zmiany na wyświetlaczach, przykręcanie zaworu, regulowanie wysokości itp.).



Ramka 7. Schemat ekspresu do kawy /8/.





Ramka 8. Ilustracja przedstawiająca wyświetlacz /11/.

Rysunki są czytelne, wyraźne, słowo sprzęgnięte z obrazem właściwie, toteż odbiorca nie powinien mieć kłopotu z identyfikacją poszczególnych elementów w rzeczywistości pozatekstowej. Czasami jednak rysunki nie pełnią roli instruktażowej, a jedynie ornamentacyjną, są atrakcyjnymi elementami przekazu, które nie niosą żadnej treści sfunkcjonalizowanej (zob. ramka 9).



Ramka 9. Ilustracja z instrukcji kuchenki mikrofalowej /15/.

Zastosowanie elementów graficznych pozwala wizualizować, unaocznić schemat działania, ułatwiając tym samym korzystanie z instrukcji. Trzeba też pamiętać, że bardzo często przeciętny użytkownik nie potrafi nazwać poszczególnych części urządzenia (np. półka na drzwiach chłodziarki to balkonik), i to właśnie dzięki grafice będzie mógł zrozumieć tekst instrukcji i zidentyfikować wszystkie elementy, o których w niej mowa.

Kolejnym elementem wykorzystywanym do obudowy graficznej tekstu zasadniczego są tabele i ramki. Kształt tabeli zawsze zależy od jej zawartości, a kilkunastokrotowe teksty należy zawsze dzielić zgodnie z logiką (zob. ramka 10). Tabela umożliwia nadawcy zebranie i uporządkowanie dużej liczby danych w sposób całościowy, przejrzysty i łatwy do ogarnięcia wzrokowego.

WSKAZÓWKI DOTYCZĄCE PIECZENIA CIAST		
Efekt pieczenia	Prawdopodobna przyczyna	Środek zaradczy
Spód ciasta nie jest wystarczająco przyrumieniony.	Nieprawidłowy poziom umieszczenia potrawy.	Umieścić ciasto na niższym poziomie.
Ciasto zapada się (robi się zakalcowate, wycieka z niego woda).	Temperatura piekarnika jest zbyt wysoka.	Przy następnym pieczeniu należy nieznacznie obniżyć temperaturę piekarnika.
Ciasto zapada się (robi się zakalcowate, wycieka z niego woda).	Zbyt krótki czas pieczenia.	Ustawić dłuższy czas pieczenia. <b>Czasu pieczenia nie można skrócić poprzez ustawienie wyższej temperatury.</b>
Ciasto zapada się (robi się zakalcowate, wycieka z niego woda).	Do ciasta wiano zbyt dużo wody.	Użyć mniej płynu. Należy przestrzegać czasu mieszania ciasta, zwłaszcza w przypadku użycia robota kuchennego.
Ciasto jest zbyt suche.	Temperatura piekarnika jest zbyt niska.	Przy następnym pieczeniu należy nieznacznie zwiększyć temperaturę piekarnika.
Ciasto jest zbyt suche.	Zbyt długi czas pieczenia.	Przy następnym pieczeniu należy nieznacznie skrócić czas pieczenia.
Ciasto nierówno się przyrumienia.	Temperatura piekarnika jest zbyt wysoka, a czas pieczenia zbyt krótki.	Ustawić niższą temperaturę piekarnika i wydłużyć czas pieczenia.

Ramka 10. Tabela z instrukcji obsługi kuchenki elektrycznej /11/.

Wszystkie omówione powyżej elementy strukturalnej i graficznej organizacji tekstu wiążą się z balansowaniem tekstów instruktażowych pomiędzy zrozumiałością i praktycznością a precyzyjnością. Główną więc ich cechą jest standaryzacja, wzajemne upodobnienie przekazów, ich szablonowość. Teksty są skomponowane według podobnej matrycy i zawierają podobne informacje, co jest efektem celów komunikacyjnych założonych przez nadawcę. Instrukcja nie może być zbyt skomplikowana – widać, że producenci dokładają wszelkich starań, by komunikaty uprościć. Dlatego stosuje się formy wizualnie atrakcyjne, porządkujące treści i nadające im przejrzysty kształt.

Na marginesie należy wspomnieć o instrukcjach, które są całkowicie niewerbalne, składają się z samych ilustracji, np instrukcje odkurzaczy Philips (do wglądu na stronie internetowej; [http://download.p4c.philips.com/files/f/fc9921\\_09/fc9921\\_09\\_dfu\\_pol.pdf](http://download.p4c.philips.com/files/f/fc9921_09/fc9921_09_dfu_pol.pdf)), jednak one nie stanowią przedmiotu analizy.

## **KATEGORIE OSOBOWE**

Zwykle dla tekstów oficjalnych rezerwuje się kilka kategorii nadawczo-odbiorczych, znajdujących swoje odzwierciedlenie w kształcie gramatycznym wypowiedzi. W tekstach instrukcji niektóre cechy układają się w dwubiegunowych relacjach – mowa o wyborze kategorii osobowych, na które decyduje się nadawca. Ma on do dyspozycji 6 osób gramatycznych i formy bezosobowe. Najczęściej pojawiają się jednak dwa warianty – albo całkowita bezosobowość, albo połączenie formuł osobowych z osobowymi.

Ze względu na odpersonalizowany przebieg omawianego typu komunikacji konsumenckiej najwydajniejsze wydają się konstrukcje bezosobowe. Takie instrukcje nie zawierają przedstawionych wcześniej gratulacji czy podziękowań kierowanych do klienta. Są one bardziej zdystansowane, komunikat pozbawiony jest jakichkolwiek wyznaczników więzi emocjonalnej, są bardziej skonwencjonalizowane i upodobnione do typowych tekstów urzędowych, np.:

*- Urządzenie musi być transportowane wyłącznie w pozycji pionowej. W trakcie transportu nie wolno naruszać opakowania. Gdyby jednak zdarzyło się, iż urządzenie było transportowane w pozycji poziomej, to przed uruchomieniem należy pozostawić je w pozycji pionowej – nie uruchamiając, przez co najmniej 12 godzin (zapis interpunkcyjny oryginalny) /5/*

*- Nacisnąć przycisk + lub -, aby ustawić prawidłowy czas. /11/*

*- Zawsze należy ustawiać urządzenie na płaskiej i stabilnej powierzchni /8/.*

Bezosobowość kształtuje w tych wszystkich przypadkach autorytet nadawcy – to on jest instancją najlepiej poinformowaną, to on decyduje o tym, co wolno, co trzeba, co należy, to on wreszcie ma moc nakazującą pewne zachowania. Do wyrażania bezosobowości służą liczne formy bezosobowe czasownika (bezokoliczniki i formy zakończone na -no, -to), ale osoby nieujawnia się także poprzez stosowanie czasowników modalnych (*należy, trzeba*), równoważników zdań czy konstrukcje w stronie biernej, np.:

- *Naprawy serwisowe mogą być wykonywane wyłącznie przez technika przeszkolonego u producenta /15/*
- *Nie włączać płyt grzewczych/stref gotowania, jeżeli nie są ustawione na nich garnki /14/.*

Ścisłe wiąże się to z zagadnieniem dyrektywności, która jest oparta na nierównorzędności ról nadawcy i odbiorcy. Nadawca zwraca się do odbiorcy traktowanego kategoryalnie jako grupy użytkowników, klientów, nabywców. Tekst wyrasta z przeświadczenia nadawcy, że instrukcja skojarzona jest z urządzeniem i wykorzystywana będzie do zdobywania informacji o nabytym produkcie w chwili jego używania (zwykle pierwszego albo kilku pierwszych lub też w chwili pojawienia się jakichś kłopotów). To autor instrukcji musi zaplanować zestaw potrzebnych informacji oraz przewidzieć tryby postępowania z produktem. Dyrektywność służy wywarceniu określonego wpływu na odbiorcę – nadawca nakłada na odbiorcę obowiązek takiego a nie innego zachowania się, w instrukcjach dotyczy to podjęcia określonych działań lub wykonanie danych czynności, które sprawią, że nie dojdzie do wypadku, zniszczeń lub innych szkód. Dyrektywność wzmacnia znak wykrzyknienia, tryb rozkazujący i groźba sankcji, np.:

- *Nie wolno nigdy próbować samemu naprawiać urządzeń elektrycznych. /2/*
- *Usuwać natychmiast: stopiony plastik, folię oraz zabrudzenia z potraw zawierających cukier. W przeciwnym razie zabrudzenia mogą spowodować uszkodzenie urządzenia. /11/*
- *Nie pozwalać dzieciom na przebywanie bez nadzoru w pobliżu pralki. Dzieci nie mogą bawić się pralką. Dzieci mogą zatrzasnąć się w urządzeniu i tym samym narazić się na niebezpieczeństwo utraty życia. /1/*
- *Zakręcić kurek dopływu wody! Wyciągnąć wtyczkę sieciową z gniazda. /1/*

Dyrektywność jest stosowana w instrukcjach w postaci ostrzeżeń. Pełnią one rolę metatekstu, który wzmacnia wymowę przekazu, np.: *Ostrzeżenie!, Uwaga!, Ważne!* Bardzo często pojawiają się także zakazy zbudowane z przeczeń, np. *nie wolno, nie stawiać, nie wkładać, nie usuwać, nie stosować.*

W większości instrukcji kategorie osobowe pojawiają się w „spersonalizowanych” tekstach wprowadzeń do instrukcji (wraz z gratulacjami i podziękowaniami). Pojawia się nadawcza 1. osoba liczby mnogiej, w ciągu tekstu instruktazowego, może to być swoista odmiana „my”, rodzaj *pluralis paedagogicus*, a zatem pozornie zjednujące, a faktycznie ekskluzywne – wyłączające, np.:

- *Zalecamy zainstalowanie filtra wody „INTENZA+”, który ogranicza tworzenie się kamienia w urządzeniu oraz nadaje bardziej intensywny aromat kawie espresso. /8/*

- *Zachęcamy do zarejestrowania produktu na stronie internetowej [www.philips.com/welcome](http://www.philips.com/welcome). Dzięki temu będziemy w kontakcie oraz będziemy mogli wysyłać Państwu przypomnienia o operacjach czyszczenia i odwapniania. Aby uzyskać pomoc lub skontaktować się z obsługą klienta, prosimy odwiedzić stronę internetową firmy Philips [www.philips.com/support](http://www.philips.com/support) albo zadzwonić na numer infolinii Philips Saeco w danym kraju /8/.*

Nadawca, mówiąc o sobie w liczbie mnogiej, wskazuje na siebie jako grupę osób, które są gotowe pomóc, wesprzeć, poczynić odpowiednie starania, by użytkownikowi ułatwić korzystanie z urządzenia.

Czasami, choć rzadziej, autorzy broszur instruktażowych używają także autotematycznych form 3. osoby liczby pojedynczej. Wtedy określają siebie jako „producenta”, np.:

- *Producent nie ponosi odpowiedzialności za nieprzestrzeganie zaleceń dotyczących bezpieczeństwa, które zawarto w rozdziale „Informacje dotyczące bezpieczeństwa” /11/.*

- *Producent nie będzie ponosić odpowiedzialności za szkody wynikłe z niestosowania się do zaleceń zawartych w instrukcji obsługi /2/.*

Zdania te mają postać gotowych, szablonowych formuł, które w dużej mierze chronią interes prawny producenta.

W stosunku do odbiorcy używa się 2. osoby liczby pojedynczej (zwracanie się per ty) lub mnogiej, np.:

- *Chcemy mieć pewność, że są Państwo zadowoleni z zakupionego ekspresu do kawy. /8/*

- *Sprawdzić, czy napięcie podane na tabliczce znamionowej jest zgodne z tym, jakie jest w Państwa mieszkaniu /15/*

Poza tymi formami grzecznościowymi, w odniesieniu do konsumenta-odbiorcy używane są także formy inne (choć należy podkreślić, że mają one bardzo niską frekwencję). Są to 3. osoba liczby pojedynczej oraz 1. osoba liczby mnogiej, występująca w pragmatycznej funkcji osoby drugiej, np.:

- *Użytkownik jest zobowiązany do oddania go prowadzącym zbieranie zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego /2/*

*- Zanim uruchomimy kuchenkę, należy zawsze sprawdzać czy talerz obrotowy może się swobodnie obracać /14/.*

Podsumowując, w instrukcjach dominują konstrukcje bezosobowe i tylko czasami, w nielicznych przypadkach odchodzi się od tego typu formuł. Wtedy autorzy wybierają formy osobowe. To przemieszanie jednych i drugich postaci świadczy o niejednorodności i chęci przełamania oficjalnej, monotonnej narracji.

## **ZROZUMIAŁOŚĆ TEKSTU**

Kategorią, która w analizie języka instrukcji wybija się na powierzchnię, jest zrozumiałość. Jest to cecha przekazu, od której zależy powodzenie odbioru. Należy przez nią rozumieć ukształtowanie językowe wypowiedzi zapewniające jasny i prosty komunikat. Wybór środków językowych musi więc być celowy i powinien uwzględniać możliwości percepcyjne odbiorcy.

Tekst instruktażowy dołączony do urządzenia jest kierowany do każdego konsumenta i nadawca nie ma zbyt dużej wiedzy o nim. Z badań konsumenckich wynikają pewne preferencje, np. przedkładanie ilustracji nad tekst, wybieranie tekstów mocno rozczłonkowanych, podzielonych na rozdziały i podrozdziały, wreszcie unikanie przekazów nasyconych specjalistycznym, fachowym, trudnym słownictwem. Zatem i w przypadku instrukcji nadawca kieruje się tymi wskazaniem, licząc się z możliwościami percepcyjnymi użytkowników, którzy mogą być wykształceni lub nie, mogą mieć szeroką wiedzę techniczną lub nie mieć żadnej, mogą być na bieżąco zapoznani z nowinkami technicznymi lub wcale się nimi nie interesować, mogą być starsi lub młodszy, mogą chcieć sami zainstalować urządzenie lub komuś to zlecić itp. Instrukcja jest dla nich wszystkich!

Uwzględnić trzeba zatem kilka parametrów – (1) dobór leksyki raczej z zasobu polszczyzny współnoodmianowej, (2) używanie składni nieskomplikowanej, zdań prostych, niezbyt mocno rozbudowanych, bez elementów utrudniających odbiór, wreszcie (3) przyjęcie założenia o pewnym poziomie wiedzy o świecie. Z tych trzech przeświadczeń wynika określony kształt językowy wypowiedzi, która ma być jasna i zrozumiała dla każdego przeciętnego użytkownika.


## Leksyka

Zasadniczo zalecenia dotyczące doboru leksykalnego można zamknąć w kilku bardziej szczegółowych wskazówkach. W analizowanych instrukcjach nie występuje leksyka właściwa dla profesjolektu, większość fachowej terminologii jest objaśniana poprzez definiowanie, opis lub też poprzez odniesienie do schematu lub rysunku, na którym wskazywana część lub element się znajduje. Należy jednak podkreślić, że owa fachowość sprowadza się najczęściej do nazw poszczególnych części urządzenia, np.: *komory na płyn zmiękczejący, zasobnik na środki piorące, wtyczka sieciowa, wirnik skrzydełkowy, opaska zaciskowa, króciec syfonu, moduł elektryczny, bateria mieszakowa, bezciśnieniowy podgrzewacz wody, zawór redukcyjny, korek spustowy* itp.

Zintegrowanie przekazu słownego z wizualnym sprawia, że nawet określenia, które są nowe i nieznanne można natychmiast pojąć i odnieść do danego elementu rzeczywistości, np.

- *Powstała w wyniku rozmrażania woda zbiera się w wanience ściekowej umieszczonej na sprężarce (rys 6) i jest odparowywana przez ciepło wytwarzane przez sprężarkę. /2/*
- tekst w ramce 11 zawiera następujące fachowe określenia: *pokrywa pralki, klapka bębna, przycisk przesuwny, mechanizm zamykający*, które są przedstawione na ilustracji

### 3. Wkładanie bielizny do bębna, wybór programu



1. Otworzyć pokrywę pralki, pociągając ją do góry.
2. Przytrzymać tylną klapkę bębna, drugą ręką przesunąć przycisk przesuwny zgodnie z kierunkiem strzałki i nacisnąć przednią klapkę bębna lekko do dołu, aż zadziała mechanizm zamykający.
3. Rzeczy przeznaczone do prania wkładać do pralki pojedynczo. Nie przekraczać maksymalnego załadunku podanego w tabeli programów.

Ramka 11. Przykładowe zintegrowanie tekstu werbalnego z przekazem wizualnym /1/.

Autorzy tekstów instrukcji stosują rozmaite objaśnienia, rozwinięcia, wyszczególnienia, by ułatwić zrozumienie komunikatów, zwykle ujmują je w nawiasy, np.:

- *Aby wymienić żarówkę (rys 10) należy:*
  - *wyjąć wtyczkę z gniazdka, aby odłączyć urządzenie od zasilania z sieci elektrycznej;*

- *podważyć równocześnie cienkim narzędziem (śrubokręt płaski, nóż z zaokrąglonym czubkiem, itp.) boczne ścianki osłony żarówki,*
- *zjąć osłonę żarówki,*
- *wymienić żarówkę na nową o mocy maks. 15W, 230V prądu przemiennego, gwint żarówki E14. /2/*
- *Zwracać uwagę na to, aby środki do czyszczenia oraz do wstępnego usuwania plam (na przykład odplamiacze, spraye do wstępnego zmiękczenia plam) nie miały kontaktu z powierzchniami pralki./1.*
- *Do zamrażania świeżej żywności należy używać komory oznaczonej 4 gwiazdkami (czyli komory szybkiego zamrażania) /2/*

Takie uściślenia nawiasowe dają efekt w postaci tekstu zrozumiałego, przystępnego. Co ciekawe w tekstach instrukcji pojawiająca się grupa środków leksykalnych, które pochodzą z rejestru potocznego, to określenia, których używa się w codziennej komunikacji. W otoczeniu tekstowym nacechowanym urzędowością, oficjalnością czasami brzmią one śmiesznie lub nieco infantylnie, np.:

- *Bardzo głośna praca, wibracje i "chodzenie" mogą być spowodowane nieprawidłowym ustawieniem pralki! /1/*
- *Dźwięki wydawane podczas pracy*

*Normalne dźwięki*

- *„Mruczenie” sprężarki podczas pracy. Głośniejszy dźwięk może być słyszany podczas zatrzymywania i uruchamiania się sprężarki.*
- *Bulgotanie, pomruk lub trzaski – powodowane przez czynnik chłodzący przepływający przez system chłodzenia.*
- *"Kliknięcia" – może być słyszane podczas włączania lub wyłączania silnika elektrycznego przez termostat. /2/*

Spełniają jednak swoją funkcję – dzięki tym prostym metaforom konsument może łatwo i bez ryzyka pomyłki zidentyfikować rodzaj dźwięku lub działania, o którym mowa.

Trzeba jednak zauważyć, że na płaszczyźnie leksykalnej pojawiają się w instrukcjach obsługi sformułowania, które są często odstępstwami od normy, choć nie do końca można je określać jednoznacznie jako błędy słownikowe. Niektóre można chyba potraktować jako rodzaj oficjalnych sformułowań, np.:

- *Zabezpieczenie przed dziećmi (jeśli występuje; zależnie od modelu) /1/*
- *Symbol klucza pojawi się na wyświetlaczu (jeśli występuje) /1/*



- Jeśli jednak kamień wystąpi, proszę postępować według zaleceń producenta środka do usuwania kamienia /1/

- Węża doprowadzającego wodę nie wolno zaginać, przygniatać, modyfikować ani przecinać (jego trwałość nie będzie już gwarantowana) /2/.

Czasami razi stosowanie określeń, które mają swoje znane, popularne odpowiedniki. W poniższym przykładzie zamiast „fiszbiny” używa się określenia „pałak z drutu”, co brzmi zaskakująco, jest udziwnieniem:

- *Tkaniny delikatne prac w siatkach ochronnych (np. pończochy, biustonosze z pałakiem z drutu) /1/.*

Zdarzają się też kolokacje błędne, np:

- zamknąć zamki błyskawiczne zamiast „zasunąć” lub „zapiąć”

- załamany zamiast „zagięty” (*Wąż doprowadzający wodę jest załamany/przycięty*)

- wskazówka zamiast „ostrzeżenie” (*Wskazówka: Resztki wody mogą się wylać!*)

- szkody wodne zamiast „szkody spowodowane przez wodę” (*Gdy podczas odpompowywania, na skutek wysokiego ciśnienia wody, wąż odpływowy zsunie się z przyłącza syfonu, wtedy odpompowywana woda może spowodować szkody wodne*).

Jak wynika z analizy tekstów instrukcji, autorzy chcąc, by ich przekazy spełniały warunek zrozumiałości, liczą się z możliwościami odbiorcy i równają raczej poziom trudności do poziomu najmniej wykształconego i najmniej sprawnego językowo konsumenta. Język jest niehermetyczny, jasny i w zasadzie na poziomie leksykalnym nie razi błędami.

## **Składnia**

Poziom składniowy nierozzerwalnie wiąże się z poziomem sensu, dlatego też zostaną omówione łącznie. Nie ma jednego prostego przepisu na udany tekst. Nawet kiedy nadawca przestrzega reguł jasnego budowania przekazu, może dojść do zakłóceń. Co jednak oznaczają te reguły? Sprowadzają się one do zachowywania logicznego porządku w budowie zdań, akapitów i większych ustępów tekstu, tak, by tok rozumowania był zgodny z tokiem wypowiedzi. Ważna jest kolejność poszczególnych członów wypowiedzi (zob. część poświęcona spisom treści) oraz naturalny, nieodwracający uwagi odbiorczej szyk

komunikatu. Prostota składni zwiększa przystępność tekstu i oznacza wyeliminowanie zdań wielokrotnie złożonych, wtrąceń, dygresji, nawiązań.

Najczęściej wykorzystywanym modelem składniowym są konstrukcje osobowe, nadające wypowiedzi ton zbliżony do naturalnej komunikacji, luzujące frazę, pomniejszające oficjalność. Tekst staje się mniej sztywny, bardziej konkretny i przystępniejszy, np.:

- *Używane czajniki lub garnki powinny mieć średnicę dna równą lub nieco większą niż strefa gotowania /2/*
- *Pralka ta nie jest przystosowana do podłączania do ciepłej wody /7/*
- *Funkcja PAUZA może być wykorzystywana do namaczania prania /4/*
- *Chłodziarka jest przeznaczona do krótkotrwałego przechowywania świeżej żywności i napoi /6/*

Kolejnym sposobem budowania zdań jest stosowanie struktur nominalnych, które wydają się nienaturalne i cechują odmianę urzędową (zazwyczaj w codziennej komunikacji stosuje się w ich miejsce konstrukcje czasownikowe):

- *Należy zapewnić wolną przestrzeń wokół całego urządzenia w celu uzyskania prawidłowej cyrkulacji powietrza /2/*
- *Urządzenie należy odłączać przez wyjęcie wtyczki z gniazdka. /2/*
- *Upadek na płytę grzejną jakichkolwiek przedmiotów lub naczyń może spowodować uszkodzenie jej powierzchni /11/.*
- *Nierównomierne rozłożenie bielizny podczas wirowania spowodowało przerwanie fazy wirowania w celu uniknięcia uszkodzenia pralki /1/.*

Takie struktury są uznawane przez nadawców za wykładnik oficjalności i sprzyjają precyzyjności. Jednak redukcja osobowych konstrukcji czasownikowych czyni tekst bardziej odległym, abstrakcyjnym, trudniejszym.

Należy także wskazać te działania nadawców, które zmierzają do skrócenia struktur składniowych. Być może działa tu kryterium ilościowe – zdania są krótsze, nie zawierają zbyt wielu członów lub składników, często nie są to pełne zdania, a jedynie równoważniki. Wielość informacji koniecznych autorzy gromadzą w posegmentowanych wyliczeniach. Ułatwiają one odbiór, czynią tekst przejrzystym i czytelnym. Jednakże nader często dochodzi w tych fragmentach do zakłóceń składniowych, teksty są niejednorodne, a kategorie wymieniane kolejno nie przystają do siebie pod względem składniowym, np.:

- *Użytkowanie zgodne z przeznaczeniem*
- *Wyłącznie do użytku domowego.*

- Ø Pralka nadaje się do prania tkanin przeznaczonych do prania w pralkach i wełny nadającej się do prania ręcznego w roztworze środka piorącego.*
- Ø Do eksploatacji z zimną wodą pitną oraz dostępnymi w handlu środkami do pielęgnacji i prania przeznaczonymi do zastosowania w pralkach.*
- Ø Koniecznie przestrzegać wskazówek producenta przy dozowaniu środków piorących / pomocniczych / pielęgnujących oraz środków do czyszczenia. (...) /1/*

*- Posortować pranie według:*

- Ø Rodzaju tkaniny/włókien*
- Ø Koloru*
- Ø Zabrudzenia*
- Ø Przestrzegać wskazówek pielęgnacyjnych producenta*
- Ø Dane na naszywkach(...) /1/*

*Urządzenia niniejsze zostały zaprojektowane, wytworzone i przeznaczone do sprzedaży zgodnie z:*

- Wymogami bezpieczeństwa z Dyrektywy 'Niskie napięcie' 73/23/EEC.*
- Wymaganiami dyrektywy EMC- 89/336/ EEC w zakresie zabezpieczeń.*
- Wymagań Dyrektywy 93/68/EEC.*
- Urządzenie mieści się w klasie "Y" kategorii zabezpieczenia przeciwpożarowego /14/*

Nadawcy niestarannie dopasowali elementy wyliczenia do form gramatycznych zastosowanych w zdaniu nadrzędnym, które wyliczenie wprowadza. Raz więc pojawia się rzeczownik, raz pełne zdanie, innym razem hasło. Brakuje jednorodności składniowej również na poziomie form osobowych lub bezosobowych. Nadawca wyraźnie traci kontrolę nad zasadami składniowymi, które winny być zastosowane.

Warto również wspomnieć o jeszcze jednym elemencie składniowym, który utrudnia odbiór i czasami w znacznym stopniu wpływa na sens tekstu. Elipsy – bo o nich mowa – włączają się w ciąg cech charakterystycznych niektórych instrukcji. Są one przejawem tendencji do skrótu, która kontrastuje z tendencją odwrotną – do wyrażania się precyzyjnego i pełnego informacyjnie. O elipsie mówimy wtedy, gdy niewypełniona zostanie jakaś pozycja w formalnej strukturze zdania, której obecność jest konieczna, np.:

*- Uwaga!*

*Niebezpieczeństwo w przypadku kontaktu ze środkami piorącymi/pielęgnacyjnymi w płynie!*

*Zachować ostrożność podczas otwierania pokrywy przy napelnionym pojemniku na środki piorące.*

*W przypadku kontaktu [czego? – MG] z oczami/skórą dokładnie opłukać/przemyć wodą.*

*W przypadku przypadkowego połknięcia [czego? – MG] zasięgnąć porady lekarza. /1/*

- *Wyłącz urządzenie i wyciągnij przewód zasilania z gniazdka zanim zaczniesz napełniać, opróżniać lub oczyszczać [co? – MG] lub kiedy nie jest ono w użyciu /10/*

- *Zbyt mała ilość środka piorącego może spowodować szarzenie bielizny i powstawanie osadów wapiennych [gdzie się utworzą te osady? – MG]*

Eliptyczność prowadzi do powstawania przekazów niejasnych, tym samym obniża ich funkcjonalność i wywołuje efekt nieprzejrzystości, utrudniając zrozumienie tekstu.

Znaczącą cechą instrukcji jest występowanie powtórzeń, tendencja ta zapewne wyrasta z chęci doprecyzowania wypowiedzi. Autorzy broszur instruktażowych dublują dane treści, nierzadko kilkakrotnie, np.:

*Zachęcamy do przeczytania instrukcji obsługi i zapoznania się z zaletami nowej pralki. (...) Przed uruchomieniem pralki należy przeczytać instrukcję obsługi i ustawiania! (...) Proszę przeczytać instrukcję obsługi oraz instrukcję ustawienia, jak również wszystkie inne informacje dołączone do pralki, i postępować zgodnie z nimi /1/.*

Eliptyczność oraz powtórzenia wynikają z opozycyjnych założeń – w pierwszym przypadku nadawca pragnie dostarczyć informację skróconą, dbając o ekonomiczność przekazu, w drugim chce podać dane pełne, czasami wzmocnić wypowiedź lub utwierdzić odbiorcę w przekonaniu, że określone działanie jest konieczne.

Notuje się też obecność w instrukcjach fragmentów gmatwających sens przekazu, bełkotliwych i obarczonych ryzykiem niezrozumienia, np.:

- *Ze względu na oszczędność energii rzeczywista temperatura prania może nieco odbiegać od temperatury podanej w tabeli./1/*

- *Nie prać rzeczy w pralce/1/*

- *W przypadku włączenia "Opóźnienia startu" nie używać środków piorących w płynie. (...) W przypadku programów bez prania wstępnego w temperaturze od zimnej wody do 40°C stosować środki piorące w płynie. Dotyczy to również sytuacji, gdy nie aktywowano "Opóźnienia startu"./1/*

- *Otworzyć pralkę, wyjąć bieliznę. (...) Zawsze zaczekać do końca programu, ponieważ wcześniej urządzenie jest zablokowane./1/*

- *Zapewnić, aby wtyczka i gniazdko sieciowe były tego samego standardu, przekrój poprzeczny przewodów był wystarczający (...)*

- *Hałasy powodowane przez stykające się butelki lub pojemniki; należy pozostawić między nimi niewielki odstęp [pomiędzy hałasami?].*

Intencją nadawcy instrukcji zapewne nigdy nie jest komplikowanie przekazu, choć jak widać w powyższych przykładach, utrudnianie treści to nie jest rzadkość. Prawdopodobnie zjawisko

to wynika z braku kompetencji, nieznanomości reguł oraz zachwianego układu logicznego tekstu.

Niejako na marginesie trzeba jeszcze wspomnieć o usterkach składniowych związanych z rekcją czasownika, np.:

*- Aby długo i z przyjemnością używać tego czajnika (sic!), prosimy o dokładne zapoznanie się z niniejszą instrukcją (sic!) obsługi /10/.*

## **Wiedza o świecie**

Nadawcy i odbiorcy posiadają pewną wspólną wiedzę o świecie, która pozwala im komunikować się skutecznie i w sposób zrozumiały. Nadawca zwykle opiera swój przekaz na założeniu, że odbiorca cechuje się jednak pewną dozą zdrowego rozsądku i podstawowym poziomem wiedzy praktycznożyciowej. Pojawiają się jednak w instrukcjach informacje, które racjonalnie działającego i myślącego człowieka zadziwiają, ale wydaje się, że mogą one stanowić potrzebne ostrzeżenia. Odnoszą się one zwykle do ryzykownych zachowań dzieci, osób o ograniczonych zdolnościach ruchowych, umysłowych lub sensorycznych oraz dotyczą zwierząt, np.:

*Urządzenie może być obsługiwane przez dzieci w wieku 8 lat lub starsze oraz osoby o ograniczonych zdolnościach fizycznych, sensorycznych lub umysłowych, a także nieposiadające wiedzy lub doświadczenia, jeśli będą one nadzorowane lub zostaną poinstruowane w zakresie bezpiecznego korzystania z tego urządzenia i będą świadome związanych z tym zagrożeń. Dzieci nie mogą bawić się urządzeniem.*

- Wszystkie opakowania należy przechowywać poza zasięgiem dzieci. Istnieje ryzyko uduszenia lub odniesienia obrażeń.*
- Podczas pracy urządzenia lub gdy jego drzwi są otwarte, dzieci i zwierzęta domowe powinny znajdować się w bezpiecznej odległości od urządzenia. Istnieje ryzyko odniesienia obrażeń mogących skutkować trwałym kalectwem. /11/*

W analizowanym materiale znajduje się także wiele rad praktycznych związanych z użytkowaniem urządzeń, np.:

*- Aby zachować świeżość chłodzonego mięsa, należy zapakować je do woreczków przeznaczonych do przechowywania żywności. Nie może ono stykać się*

*z żywnością gotową do spożycia. Świeżego mięsa nie należy przechowywać dłużej niż 2 lub 3 dni. /2/*

*- Noże i ostro zakończone narzędzia należy układać w koszu na sztuce tak, aby ich ostre końce były skierowane w dół lub też umieszczać je na uchylnych półeczkach górnego kosza w pozycji poziomej /9/*

*- Przed napełnieniem koszy, usunąć z naczyń resztki żywności i opróżnić szklanki oraz kieliszki z pozostałych w nich płynów. Nie jest konieczne płukanie naczyń pod bieżącą wodą. /6/*

*- Zachować ostrożność przy demontażu drzwi urządzenia. Drzwi są ciężkie /11/.*

Rady te mają usprawnić korzystanie z urządzenia, wiążą się też z intencją nadawczą, która związana jest z wyeliminowaniem błędnego użycia urządzenia. Są one niezwykle pomocne zwłaszcza w przypadku tych konsumentów, którzy widzą produkt pierwszy raz i nie korzystali z tego typu urządzeń wcześniej.

## **Poprawność ortograficzna i interpunkcyjna**

Jednym z warunków zrozumiałości tekstu jest jego poprawność. W instrukcjach będących podstawą tych analiz można wymienić kilka rodzajów uchybień i drobnych usterek. Rzadko zdarzają się błędy poważne, można dostrzec dbałość o formę ortoepiczną broszur. Zgodność z normami ustalonymi dla polszczyzny oficjalnej jest widoczna na wszystkich płaszczyznach, jednak stosunkowo najwięcej odstępstw zauważa się w obrębie interpunkcji. Błędy te dotyczą przede wszystkim wyodrębniania członów zdań złożonych – zdań składowych i równoważników zdań, ale także zauważalne są usterki w zdaniach pojedynczych, np.:

- Wyciągać wtyczkę sieciową z gniazda chwytając za wtyczkę, nigdy za przewód.*
- Napełniając zasobnik środkami piorącymi lub pielęgnującymi nie przekraczać oznaczenia "MAX"./1/*
- Jeśli nie ma dostępu do przewodu zasilającego należy użyć przekładki izolacyjnej (dla modeli do zabudowy)./2/*
- Nie należy dotykać urządzenia gołymi rękoma będąc boso./2/*
- Wtyczkę wyciągać z gniazdka chwytając tylko za obudowę – nie za przewód./1/*
- Zanim podłączysz kabel do gniazda elektrycznego sprawdź czy nie jest uszkodzony /2/*

*-Wzywając Serwis należy zawsze podać numer seryjny i model kuchenki (patrz tabliczka serwisowa) /15/*

*Nie należy stosować ani przedłużaczy ani rozdzielników /2/.*

Poza tym wątpliwości budzi stosowanie interpunkcji w wyliczeniach, po kolejnych składnikach wymienianych w słupkach nie stosuje się żadnych znaków interpunkcyjnych lub niekonsekwentnie kropki, przecinki, średniki. Widać, że jest to najsłabsza strona analizowanych materiałów.

Rażące naruszenia norm ortograficznych dotyczą zaledwie kilku przypadków, zwykle jest to pisownia rozłączna nie z rzeczownikami odczasownikowymi (powstały z przeczeń), np.:

*Niezastosowanie się do powyższej instrukcji może spowodować uszkodzenie sprzętarki i nie uznanie naprawy gwarancyjnej./2/*

Warto też zwrócić uwagę na zjawiska pojawiające się w kilku instrukcjach – błędy literowe, drukarskie chochliki, które nie wpływają znacząco na zrozumienie tekstu, jednak świadczą o niedbałości nadawcy, np.:

*- Zgodnie z normą (UE) 1015/2010 poniżej podane są dodatkowe informacje o produkcje /1/*

*- Aby długo i z przyjemnością używać tego czajnika (sic!), prosimy o dokładne zapoznanie się z niniejszą instrukcją obsługi/10*

Taka niestaranność przynosi raczej efekty niepożądane na poziomie wypracowania określonego wizerunku, nie gmatwa treści wypowiedzi.

\*\*\*

Kiedy sięga się po instrukcje obsługi? Najczęściej na początku użytkowania urządzenia, by wykonać konkretne czynności i skorzystać ze sprzętu, oraz w trakcie wykorzystywania sprzętu i w momencie awarii. Analizowane instrukcje sprzyjają takiej fazowej lekturze. Są to zwykle teksty rozczłonkowane, podzielone na czytelne fragmenty. Ich redakcja jest w miarę rzetelna, zdarzają się jednak cząstki bełkotliwe lub niejasne. Te bardzo wąsko sfunkcjonalizowane przekazy budowane są w myśl założenia o odbiorcy nieprofesjonalnym, przeciętnym, dlatego są przejrzyste i zasadniczo zrozumiałe.

## ANEKS

### Wykaz wykorzystanych instrukcji

1/ pralka Bosch

2/ chłodziarko-zamrażalka BEKO CSA24022 S

3/ lodówka Samsung RB 28F

4/ pralka Amica AWS610L

5/ chłodziarko-zamrażalka BEKO CS 234030

6/ zmywarka HotPoint LLK 7M121

7/ pralka automatyczna Miele W 6500 WPS

8/ ekspres do kawy Saeco Intelia One Touch Cappuccino HD8753

9/ zmywarka Indesit DSG-051 NX

10/ czajnik elektryczny TIROSS TS-481

11/ kuchenka Elektrolux EKC6430AO

12/ chłodziarka TLW 85

13/ piekarnik Whirlpool [http://docs.whirlpool.eu/\\_doc/501961055008bPL.pdf](http://docs.whirlpool.eu/_doc/501961055008bPL.pdf)

14/ płyta kuchenna Whirlpool [http://docs.whirlpool.eu/\\_doc/501910058922aPL.pdf](http://docs.whirlpool.eu/_doc/501910058922aPL.pdf)

15/ kuchenka mikrofalowa Whirlpool MWO 120W

dr Monika Grzelka



## **CZ. IV. INSTRUKCJE OBSŁUGI SPRZĘTU ELEKTRONICZNEGO (TELEWIZORY, RADIOODBIORNIKI, ODTWARZACZE WIDEO, TELEFONY KOMÓRKOWE, KOMPUTERY/LAPTOPY, DRUKARKI)**

### ZAGADNIENIA WSTĘPNE

Dokumenty w obrocie konsumenckim należą do tekstów o zróżnicowanej strukturze i złożonych zadaniach. O ich istotności i konieczności ich analizowania świadczyć może fakt, iż dotyczą codzienności każdego użytkownika języka, są nierozzerwalnie związane z jego funkcjonowaniem w społeczeństwie – i często również te relacje regulują. Można wymienić przynajmniej kilka podstawowych funkcji, pełnionych przez te teksty:

- informacyjna (teksty kierowane do konsumenta mają go zapoznać z właściwościami towarów czy usług, z zakresem przysługujących mu praw, z możliwościami wynikającymi z zakupu etc.);
- edukacyjna (teksty o charakterze instruktażowym mają uczyć nowych sprawności, pozwolić na właściwe obchodzenie się z kupionymi produktami, na skuteczne oraz bezpieczne korzystanie z nich);
- regulacyjna (niektóre dokumenty organizują życie społeczne poprzez wskazywanie odbiorcom tego, co dozwolone, do czego są zobligowani po podpisaniu umowy, jakie mają prawa etc.);
- promocyjna (niektóre teksty, tworzone we współpracy ze specjalistami z zakresu *public relations* mają za zadanie wyeksponować zalety produktu czy usługi, wskazać konsumentowi pozamaterialne zyski płynące z zakupu, zbudować dobrą opinię o marce, firmie, produkcie etc.).

Ustawa o języku polskim notuje, iż „Obowiązek używania języka polskiego [w obrocie z udziałem konsumentów – A.K.] dotyczy w szczególności nazewnictwa towarów i usług, ofert, warunków gwarancji, faktur, rachunków i pokwitowań, jak również ostrzeżeń i informacji dla konsumentów wymaganych na podstawie innych przepisów, **instrukcji obsługi** oraz informacji o właściwościach towarów i usług (...)”<sup>18</sup>. Szczegółowe wskazanie powyższych zakresów umożliwia staranniejsze przestrzeganie konsumenckich praw, jednak nie zapewnia jeszcze zrozumiałości tekstów kierowanych do konsumenta. Jak zauważa Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, „zgodnie z art. 3 Ustawy z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego

---

<sup>18</sup> <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19990900999>, dostęp 29.11.2014

(Dz.U. nr 80, poz. 1176, z późn. zm.) **sprzedawca ma obowiązek udzielenia kupującemu jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania z towaru konsumpcyjnego**<sup>19</sup>. Przeprowadzona wieloaspektowa analiza lingwistyczna – w zakresie materiałowym ograniczona do instrukcji obsługi sprzętu elektronicznego – ma za zadanie wykazać, jakimi właściwościami stylistycznymi, tekstologicznymi, pragmatycznymi cechuje się ten korpus tekstów, jak wypełnia stawiane przed nim zadania, a tym samym: jaką osiąga skuteczność komunikacyjną. Badania we wskazanych wyżej zakresach, uwzględniające kategorię nadawcy, odbiorcy oraz charakterystykę sytuacji komunikacyjnej, czyli poruszające zagadnienia relewancji tekstowej, uzupełnione zostaną o wnioski płynące z oglądu właściwości graficznych, ortograficznych oraz interpunkcyjnych analizowanych tekstów. Ostatnia część opracowania zawierać będzie wnioski oraz postulaty, stanowiące, jak można przypuszczać, jeden z celów przygotowywanego raportu całościowego.

#### STRUKTURA TEKSTU (ELEMENTY KOMPOZYCYJNE)

Rozpoczęcie analizy z poziomu makro wydaje się o tyle uzasadnionym rozwiązaniem, że pozwoli na naszkicowanie poszczególnych elementów kompozycyjnych i wskazanie problematyki od ogółu do szczegółu. Już wyżej wskazano, że podstawowym zadaniem instrukcji obsługi powinno być objaśnianie, szkolenie, edukowanie odbiorcy w określonym wąsko zakresie – nadawca, tworząc w tekstach wiązkę określonych właściwości, ma skutecznie docierać do zaprojektowanego adresata.

Trzeba podkreślić, iż założonym odbiorcą analizowanych tekstów może być każdy konsument: wykształcony lub nie, w różnym wieku, o różnych doświadczeniach. Przeciętny konsument, który właśnie stał się właścicielem komputera czy drukarki, to odbiorca o bardzo zróżnicowanych parametrach socjologicznych, jednak niedysponujący fachową wiedzą z zakresu elektroniki, a tym samym nieposługujący się językiem przedstawicieli tej profesji. Założyć należy, iż przeciętne kompetencje odbiorcze konsumenta bazują raczej na kodzie ograniczonym niż rozwiniętym, co wymaga od nadawcy nie tylko wyeliminowania z tekstów elementów charakterystycznych dla profesjolektu, lecz także innych wykładników wpływających na podniesienie poziomu trudności, hermetyczności przekazów.

Polskojęzyczne instrukcje obsługi, najpewniej ze względów ekonomicznych, są pomieszczone w wielostronicowych często broszurach, zawierających instrukcje również

---

<sup>19</sup> Z korespondencji przewodniczącego RJP prof. Andrzeja Markowskiego oraz wiceprezes UOKiK Doroty Karczewskiej; 17.06.2014.

w innych językach. Niewątpliwym ułatwieniem dla odbiorcy ma być publikowany na początku instrukcji spis treści – zwykle umożliwia szybsze odnalezienie interesującego fragmentu, orientację w tekście. Spis treści wyodrębnia rozdziały i podrozdziały, części i punkty, zwykle prowadzi użytkownika od charakterystyki poszczególnych elementów pomieszczonych w opakowaniu, przez zasady związane z instalacją i pierwszym uruchomieniem urządzenia, aż do podstawowych i szczegółowych funkcji, które są dostępne podczas korzystania ze sprzętu. Właściwie skonstruowany spis treści wymaga od nadawcy spójnej i przemyślanej segmentacji tekstu. W analizowanych instrukcjach uwagę zwraca przede wszystkim niejednorodność kategorii wykorzystywanych w spisach treści oraz duże różnice w stopniu uszczegółowienia poszczególnych zagadnień – oto jeden z przykładów:

*SPIS TREŚCI: 1. WPROWADZENIE 2. PAŃSTWA ODBIORNIK 3. PODŁĄCZENIE 4. URUCHOMIENIE PO RAZ PIERWSZY 5. SZYBKI PRZEWODNIK PO UŻYTKOWANIU ODBIORNIKA 6. DZIAŁANIE 7. MENU GŁÓWNE 8. USUWANIE PROBLEMÓW 9. SPECYFIKACJE TECHNICZNE* (instrukcja obsługi odbiornika satelitarnego)

Poza rzeczownikami odczasownikowymi, określającymi poszczególne czynności, uwagę zwracają kolokacje enigmatyczne, nieczytelne, odnoszące się w zasadzie do całości tekstu (np. *Państwa odbiornik*), ujęcia zbyt szerokie, hiperonimiczne względem innych części (np. *Szybki przewodnik po użytkowaniu odbiornika*). Wiele instrukcji zawiera jednak bardzo szczegółowe spisy treści, mimo zróżnicowania poziomów uszczegółowienia kategorii informujące precyzyjnie o wszystkich pomieszczonych w nich częściach, punktach i podpunktach, w większości przypadków ułatwiające poruszanie się po broszurze.

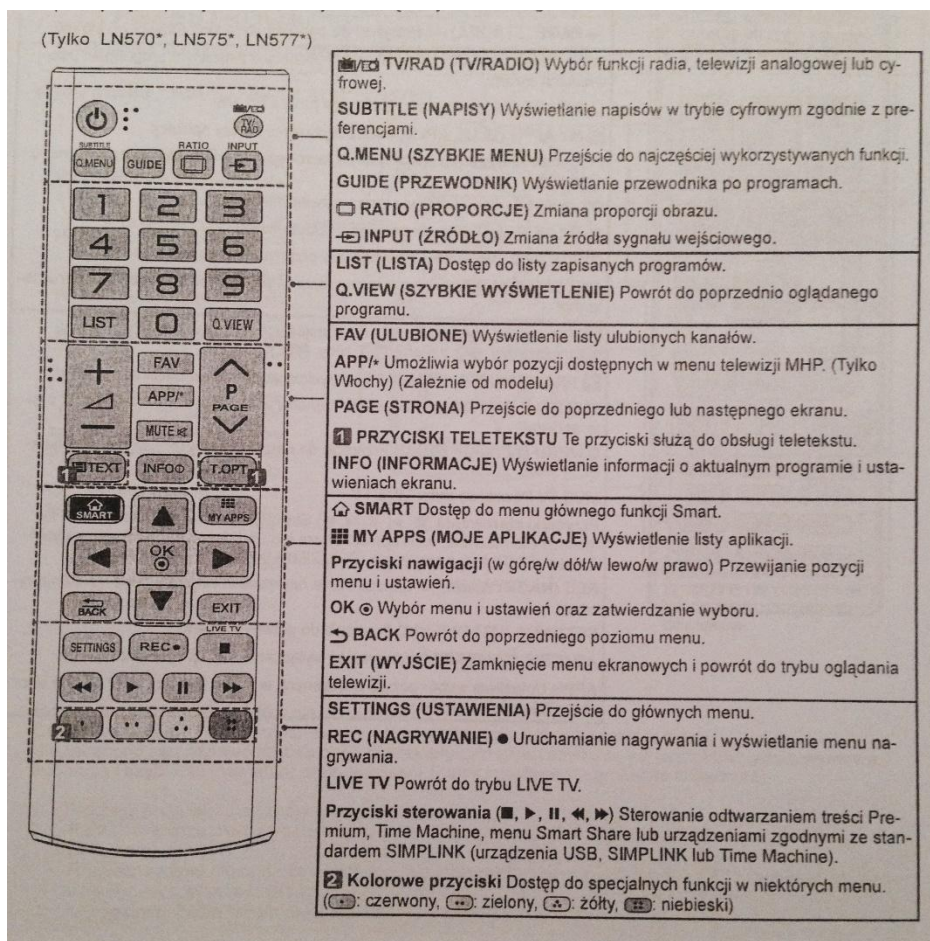
Na marginesie warto zwrócić uwagę na fakt, iż coraz więcej instrukcji obsługi sprzętu elektronicznego można znaleźć w internecie na stronach producenta: zamknięte zwykle w formacie pdf teksty są często określane gatunkowo mianem „podręczników użytkownika”, liczą niejednokrotnie kilkaset stron. Nawigację ułatwia w nich automatyczny spis treści, błyskawicznie przenoszący czytelnika do wybranej części bez konieczności „kartkowania” w pliku i poszukiwania konkretnej strony. Obserwuje się również tendencję (wyraźną szczególnie wśród producentów komputerów, drukarek oraz telefonów) do zamieszczania na stronie www poza szczegółowym „podręcznikiem użytkownika” tekstów skróconych, zawierających tzw. instrukcję instalacyjną, informującą o sposobach uruchomienia urządzenia w kilku podstawowych krokach. Instrukcja instalacyjna zwykle opiera się na informacji graficznej, wspomaganej jedynie krótkim opisem w kilku językach.

W instrukcjach odnaleźć czasem można, zamieszczony na końcu broszury, indeks, w zamyśle nadawcy służący najpewniej czytelnikowi do szybszego i łatwiejszego

odnalezienia interesujących go zagadnień – przydatny szczególnie, gdy po tekst sięga się w trakcie użytkowania, kiedy podstawowe czynności instalacyjne, opisywane na początku instrukcji, zostały już wykonane. Uwagę zwraca jednak kilka indeksów (instrukcje obsługi telewizora, nagrywarki, telefonu), którym brakuje użyteczności, gdyż hasła w nich pomieszczone pochodzą z różnych zakresów, są nieczytelne ze względu na ich specjalistyczny lub branżowy charakter, skrótowość, obcojęzyczność lub wieloznaczność – oto przykłady wybranych określeń z jednego z indeksów (w kolejności alfabetycznej): *Aktualizacja oprogramowania, Baterie, Ciep., Dynamiczny, Głośność, Home Theater, Moduł, Napisy, Obróć, Tylko tryb RGB, Zablokuj, Zdjęcia, Zewnętrzne*. Niektóre z nich są na tyle zagadkowe, że dopiero przejrzanie instrukcji umożliwia orientację w temacie.

### Elementy graficzne

Kształt typograficzny oraz infograficzny badanych tekstów ujawnia intencje nadawcze związane z konstruowaniem wypowiedzi instruktażowej. Często wykorzystuje się pogrubienia, by wskazać treści główne czy zdaniem nadawcy istotniejsze, w tym celu stosuje się również kapitaliki oraz podkreślenia. Instrukcje obsługi uzupełnione są o różnego typu rysunki, stanowiące odwzorowanie całego opisywanego produktu lub jego części (np. niektórych przycisków, pilota zdalnego sterowania, tylnej części urządzenia i możliwości podłączenia etc.), a czasem (w nielicznych przypadkach analizowanych tekstów) także swoistych zrzutów ekranu, wskazujących, co w danej chwili wyświetli się na przygotowywanym do użytku sprzęcie lub podczas ustawiania wybranej przez użytkownika funkcji. Grafiki oraz infografiki zasadniczo są użyteczne odbiorczo, umożliwiają orientację sprzętową niespecjalistom, pozwalają na skuteczniejsze działanie instruktażowe. Jednak warunkiem realizacji funkcji, o których mowa, jest odpowiednie sprzężenie słowa i obrazu: właściwe proporcje, wybranie najistotniejszych danych i umieszczenie ich przy rysunku, łatwość odbiorczej „nawigacji”, czyli poruszania się w obszarze obraz – słowo. W wielu badanych tekstach nadawca uznał, iż dla odbiorcy istotny będzie każdy szczegół, co w rezultacie przełożyło się na nieczytelność proponowanej informacji w formie graficznej (por. fot. 1).



Fotografia 1. Instrukcja obsługi telewizora

Szczegółowa analiza użytych w przykładzie (fot. 1) sformułowań została pomieszczona dalej, tu uwagę zwraca przede wszystkim niefunkcjonalność infografiki umieszczonej w instrukcji. Tego typu przypadki pojawiają się w instrukcjach dotyczących sprzętu elektronicznego każdego typu.

Wydawać by się mogło, że wykorzystanie rysunku, punktorów, pogrubień, kursywy, światła między partiami tekstu, odnośników czy ikon (imitujących przyciski sprzętowe) ułatwi odbiorcy orientację; jednak liczne przykłady dowodzą, iż te swoiste kolaże nie pomagają w odbiorze – ze względu na wielość struktur tracą przejrzystość (fot. 2).

## Zawartość wyświetlacza



- A** Źródło dźwięku
- B** Nazwa utworu\*1, Nazwa płyty / wykonawcy\*1, Nazwa wykonawcy\*1, Numer albumu\*2, Nazwa albumu\*1, Numer utworu / Czas odtwarzania, Zegar

\*1 Wyświetlane są informacje zawarte w danych CD TEXT i plikach MP3 / WMA / AAC.

\*2 Numer albumu jest wyświetlany tylko po zmianie albumu.

Aby zmieniać informacje wyświetlane w polu

- B**, naciskaj przycisk (DSPL).

### Wskazówka

Wyświetlane informacje zależą od rodzaju płyty, formatu nagrania i ustawień.

Fotografia 2. Instrukcja obsługi radioodbiornika

Jeszcze innym elementem obudowy tekstu, często wykorzystywanym w instrukcjach, są tabele. Podobnie jak inne elementy graficzne powinny z zasady przyczyniać się do zwiększenia zrozumiałości lub przejrzystości tekstu, kierowanego do odbiorcy o przeciętnych kompetencjach. Poniższy przykład stanowi również reprezentację większej liczby fragmentów tego typu:

*Wolno używać wyłącznie ściennego uchwyty montażowego i wkrętów spełniających wymagania standardu VESA. W tabeli poniżej podano standardowe wymiary zestawów do montażu ściennego.*

Elementy do nabycia osobno (Uchwyt ścienny)			
<b>Model</b>	32LA61** 32LN54** 32LN53**	32LA643* 42LA61** 37/39/42LN54**	
<b>VESA (A x B)</b>	200 x 100	200 x 200	
<b>Typ wkrętu</b>	M4	M6	
<b>Liczba wkrętów</b>	4	4	
<b>Uchwyt ścienny</b>	LSW130B	LSW230B MSW240	
<b>Model</b>	42/47/55LA643* 47LA61** 47/50LN54**		
<b>VESA (A x B)</b>	400 x 400		
<b>Typ wkrętu</b>	M6		
<b>Liczba wkrętów</b>	4		
<b>Uchwyt ścienny</b>	LSW430B MSW240		
Uchwyt ścienny			
LSW130B	LSW230B	LSW430B	MSW240

Fotografia 3. Tabela z instrukcji obsługi telewizora

Pomieszczone w tabeli symbole czy liczby decydują o niemożności odebrania tego tekstu przez niespecjalistę. Warto zauważyć, że zbyt rzadko – szczególnie, że analizie poddano instrukcje sprzętu elektronicznego, więc o sporej złożoności – nadawcy decydują się na zastosowanie rysunków wskazujących etapy działania przy instalacji, ujawniających zmiany na każdym z nich. Brak swoistych graficznych wyjaśnień „krok po kroku”, które mogłyby przekonać przeciętnego nabywcę telewizora czy telefonu, iż poradzi sobie bez pomocy fachowca.

## ZROZUMIAŁOŚĆ TEKSTU – LEKSYKA, SKŁADNIA, SEMANTYKA

### Odbiorcy w instrukcjach

Jak już zauważono, odbiorcy instrukcji obsługi sprzętu elektronicznego tworzą grono heterogeniczne, zróżnicowane pod wieloma względami. Z analiz tekstów wynika, że nadawcy nie są przekonani, które z rozwiązań – osobowość czy bezosobowość ujęć – jest korzystniejsze dla kształtu ich tekstów. Z jednej strony zdarzają się wyimki, które świadczą o próbie nawiązania kontaktu z odbiorcą, zbudowania z nim dobrych relacji: *W STRONG rozumiemy, że nie mogą Państwo doczekać się, kiedy będą cieszyć się nowym odbiornikiem naziemnym o wysokiej rozdzielczości; Państwa nowy sprzęt jest wyposażony w kilka funkcjonalności, które sprawiają, że oglądanie TV będzie prawdziwą przyjemnością. Niniejszy ustęp opisuje te funkcjonalności.* Z drugiej strony przeważająca część badanych tekstów cechuje się bezosobowością: *Można także zmienić ustawienie jakości wydruku, aby dostosować szybkość i jakość procesu drukowania; Gdy komputer znajduje się w tym trybie, można szybko przywrócić go do normalnej pracy, pomijając proces rozruchu; Jednak gdy używany jest papier niestandardowy lub specjalny papier HP lub jeśli nie można ustawić orientacji strony z danej aplikacji, orientację strony można zmienić przed drukowaniem w oknie dialogowym Właściwości.* Używanie czasowników modalnych, strony biernej czy imiesłowowych równoważników zdania pozwala na „schowanie” w tekście osób. Jednak w licznych instrukcjach nadawcy stosują jednocześnie formy czasownika w II osobie liczby pojedynczej (per „ty”), np.:

- *Aby otworzyć listę wybieranych numerów, naciśnij w trybie gotowości klawisz połączenia. Aby połączyć się z wybranym numerem, wskaż go lub jego opis i naciśnij klawisz połączenia* (instrukcja obsługi telefonu)

- *Podnieś telewizor i ustaw go na płaskiej powierzchni w pozycji pionowej* (instrukcja obsługi telewizora)

lub (rzadziej) z formami 3. osoby liczby mnogiej (per państwo):

- *Mogą Państwo czyścić odbiornik miękką, nie zawierającą surowej bawełny szmatką (instrukcja obsługi odbiornika satelitarnego)*

Formy per ty są łatwiejsze dla nadawcy, gdyż pozwalają albo na uniknięcie hermetyczności, nadmiernej oficjalności tekstu, albo umożliwiają pozbycie się powtórzeń, charakterystycznych dla form grzecznościowych. Można jednak wynotować wiele przykładów, które świadczą o niejednorodności wybranego trybu zwracania się do odbiorcy nawet w bezpośrednim sąsiedztwie tekstowym:

- *Zasilacz połączony z kablem sieciowym najpierw podłącz do laptopa, a następnie do gniazda sieciowego. Odłączać w odwrotnej kolejności. Używać tylko do zasilania kompatybilnego sprzętu komputerowego (instrukcja obsługi zasilacza do laptopa)*

- *ZAUWAŻ: niewłaściwy wybór regionu może skutkować brakiem kanałów lub kanały będą wyświetlane w nieprawidłowej kolejności na liście kanałów. (instrukcja obsługi telewizora)*

Można przypuszczać, że autorzy tekstów nie zwracają uwagi na ten rodzaj niejednorodności, a użyte formy 2. osoby liczby pojedynczej stanowią próbę bardziej bezpośredniego dotarcia do odbiorcy (to widoczne jest szczególnie w użyciu formy „zauważ” zamiast często wykorzystywanego, acz bezosobowego: „uwaga”).

### Zagadnienia składniowe i leksykalne

W strukturze składniowej można dostrzec kilka tendencji – nierzadko ze sobą sprzecznych, gdy wziąć pod uwagę intencje nadawcy. Jednym z podstawowych problemów determinujących kwestię zrozumiałości przekazu jest stosowanie nominalnych konstrukcji składniowych, co szczególnie trudno zaakceptować w miejscach, w których można by bez szwanku dla tekstu użyć struktur czasownikowych:

- *W celu wyjęcia baterii należy wykonać czynności takie, jak przy ich wkładaniu, ale w odwrotnej kolejności (instrukcja obsługi odtwarzacza wideo)*

- *Naciskanie i pocieranie powierzchni ekranu, uderzanie o nią paznokciami lub ostrymi przedmiotami może spowodować jej zarysowanie i zniekształcenie obrazu (instrukcja obsługi laptopa)*

- *Pozostaw co najmniej 10-centymetrowy odstęp od ściany w celu zapewnienia odpowiedniej wentylacji (instrukcja obsługi telewizora)*

Być może nadawca uznał, że konstrukcje nominalne są bardziej precyzyjne, jednak eliminując osobowy charakter wypowiedzi, usztywnia frazę, zwiększa oficjalność i abstrakcyjność komunikatu.



Na przeciwnym biegunie sytuują się zabiegi, zmierzające do budowania zdań krótkich, prostych, zrozumiałych dla przeciętnego odbiorcy:

- *Przeglądanie stron. Po nawiązaniu połączenia z usługą można rozpocząć przeglądanie jej stron. Funkcje klawiszy mogą się zmieniać w zależności od usługi. Stosuj się do instrukcji widocznych na wyświetlaczu. Aby uzyskać więcej informacji, skontaktuj się z usługodawcą (instrukcja obsługi telefonu)*

- *W menu Plik w używanej aplikacji kliknij opcję Drukuj. Upewnij się, że wybrano urządzenie HP All-in-One. Kliknij przycisk służący do otwierania okna dialogowego Właściwości (instrukcja obsługi drukarki)*

Należy docenić starania związane ze zmniejszaniem zawichości składniowej, bez wątpienia jednak świadomość nadawcy dotyczy raczej kryteriów ilościowych, mniej jakościowych (czyli zdanie nie może być za długie, zawierać zbyt wielu wyrazów lub zdań składowych).

Być może również z tego samego powodu związanego z ułatwianiem odbioru pojawiają się w instrukcjach wyliczenia – nadawca rozczłonkuje graficznie tekst, lecz często nie panuje nad rządzącymi nim zasadami składniowymi:

*Proszę nie narażać odbiornika lub jego akcesoriów:*

- *Na bezpośrednie nasłonecznienie (...)*

- *Proszę nie stosować uszkodzonego kabla zasilania (instrukcja obsługi odtwarzacza wideo)*

- *W tej części zawarte są następujące tematy:*

\* *Obsługa kaset drukujących.*

\* *Sprawdzanie szacowanego poziomu atramentu.*

\* *Przechowywanie kaset drukujących.*

\* *Wyczyść kasety drukujące (instrukcja obsługi drukarki)*

Niekonsekwencja w działaniach związanych z podziałem tekstu na segmenty stanowi problem podobny do zagadnienia niejednorodności konstrukcyjnej w legendach czy opisach rysunków – czasem nadawca wybiera zdania, z czasownikiem w formie osobowej: *Te przyciski służą do obsługi teletekstu*, innym razem (przy tym samym rysunku i schemacie) stosuje frazy nominalne: *Zamknięcie menu ekranowych i powrót do trybu oglądania telewizji*.

Zagadnienia leksykalne i ich wpływ na zrozumiałość/niezrozumiałość badanych tekstów można rozpatrywać w odniesieniu do kilku zjawisk. Jednym z najistotniejszych jest powszechne stosowanie angielskich wyrazów i kolokacji, np. *Menu Support, Common Interface, Tools, Media Play*, również takich, które można łatwo przetłumaczyć (tym samym znika argument dotyczący braku odpowiedniego określenia w polszczyźnie). Taka sytuacja najczęściej dotyczy opisu funkcji sprzętu elektronicznego, a nadawcze próby objaśniania możliwości sprzętowych często nie kończą się sukcesem (o tym niżej, w części *Ignotum per ignotum oraz idem per idem*). Bez wątpienia na anglojęzyczne elementy występujące

w tekstach instrukcji wpływ mają kwestie gospodarcze, związane z miejscem produkcji sprzętu oraz z międzynarodowym charakterem handlu tymi dobrami. Standaryzowane opisy przycisków na pilotach zdalnego sterowania czy klawiaturze usypiają czujność – nadawcy nie widzą powodu, by tłumaczyć te określenia.

Ciekawym zjawiskiem tekstowym są również liczne neosemantyzmy, niektóre już dość rozpowszechnione w użyciu (*bramka, aplikacja, galeria*), inne nieco słabiej znane (*pocztówka, flaga, biuro, notatka, wizytówka*). Mogą wpływać na zwiększenie obrazowości tekstu, odwołując do tego, co odbiorcy częściowo znane, jednak nagromadzenie nowych określeń w bezpośrednim sąsiedztwie wyrazów specjalistycznych czy profesjonalizmów, może prowadzić do niezrozumiałości (fot. 4):

#### **Aktywne notatki — ustawienia**

Wybierz **Menu > Biuro > Akt. notatki i Opcje > Ustawienia.**

#### **Wybór miejsca zapisu notatek**

Wybierz **Pamięć w użyciu** i żadaną pamięć.

#### **Zmiana układu notatek aktywnych**

Wybierz **Zmień widok > Tabela lub Lista.**

#### **Wyświetlanie notatki podczas połączeń telefonicznych**

Wybierz **Pok. notat. w czasie poł. > Tak.**

**Wskazówka:** Jeśli tymczasowo nie chcesz wyświetlać notatki podczas połączeń telefonicznych, wybierz **Pok. notat. w czasie poł. > Nie.** W ten sposób nie trzeba usuwać powiązań pomiędzy notatkami i wizytówkami.

Fotografia 4: Instrukcja obsługi telefonu komórkowego

Wydaje się, że *notatka* to nieskomplikowane, doskonale znane odbiorcy słowo, zrozumiałe w kolokacjach typu: *miejsce zapisu notatek, wyświetlanie notatki*. Jednak już połączenia typu *notatka aktywna, zmiana układu notatek aktywnych*, czy zdanie we wskazówce: *W ten sposób nie trzeba usuwać powiązań między notatkami i wizytówkami* niekoniecznie już muszą zostać zrozumiane zgodnie z intencją nadawcy.

Bez wątplenia istotnym zagadnieniem leksykalnym w kontekście badanych instrukcji pozostaje nagromadzenie słownictwa fachowego, specjalistycznego. Liczne pojęcia, skrótowce, symbole w sąsiedztwie słów angielskich oraz neosemantyzmów są najpewniej czytelne dla profesjonalistów, jednak przeciętny odbiorca jest wobec nich bezradny: *moduł CAM, system BIOS, wejście SCART, sygnały DTMF, tryb RGB, standard MPEG SD, połączenie LAN, oprogramowanie na bazie ROM, śruba oczkowa, koncentrator USB, dane pakietowe EGPRS, sieci UMTS*. Bez wątplenia wyjaśnienie laikowi niektórych określeń jest

zadaniem bardzo trudnym, lecz być może należałoby się zastanowić nad koncepcją tekstu jako całości i zadać sobie pytanie o to, czy dane specjalistyczne na pewno są niezbędne przeciętnemu użytkownikowi. Być może również warto by rozważyć stworzenie dwóch wersji instrukcji: dla odbiorcy-laika oraz odbiorcy wyspecjalizowanego. Nadawca w analizowanych tekstach stara się jednak tłumaczyć użytkownikowi poszczególne zagadnienia. Poniżej rozwinięcie tego problemu – konstrukcje mające w intencji nadawcy objaśnić opisywaną rzeczywistość zasługują na osobny passus.

### *Ignotum per ignotum oraz idem per idem*

Nazwy błędów logicznych, popełnianych przy definiowaniu, wydają się funkcjonalne również przy analizie pragmatycznej instrukcji obsługi. Niekiedy „objaśnienia”, które proponują nadawcy, nie pozwalają odbiorcy na zorientowanie się, co dane specjalistycznie brzmiące określenie może oznaczać:

#### *Pamięć współdzielona*

*Z pamięci współdzielonej mogą korzystać następujące funkcje tego urządzenia: kontakty, wiadomości tekstowe, multimedialne, czatu i e-mail, kalendarz, listy spraw, aplikacje i gry Java oraz aplikacja Notatki. Użycie jednej lub kilku tych funkcji może zmniejszyć ilość pamięci dostępnej dla pozostałych funkcji, które tę pamięć współdzielą. Przy próbie użycia funkcji korzystającej z pamięci współdzielonej może pojawić się komunikat o wypełnieniu pamięci. Aby w takim przypadku móc dalej korzystać z urządzenia, należy z pamięci współdzielonej usunąć część zapisanych w niej danych (instrukcja obsługi telefonu)*

Odbiorca dowiaduje się, jakie funkcje urządzenia mogą korzystać z rzeczonyj „pamięci współdzielonej”, zyskuje świadomość, iż ta pamięć może zostać wypełniona, lecz nadal nie wie, do czego ta wiedza może mu się przydać. Odbiorcy wydawać się może, że niektóre profesjonalizmy, określenia wąskospecjalistyczne zostaną mu objaśnione – to zapowiada spis treści (czy czasem indeks):

#### *Common Interface*

- *Menu CI: Ta funkcja umożliwia użytkownikowi wybieranie opcji z menu udostępnianego przez moduł CAM. Wybierz menu CI, korzystając z menu PC Card.*
- *Informacje o module CAM: Wyświetlenie informacji o module CAM włożonym do gniazda CI oraz karcie CI lub CI+ włożonej do modułu CAM. Moduł CAM można zainstalować w dowolnej chwili, niezależnie od tego, czy telewizor jest włączony czy wyłączony (instrukcja obsługi odbiornika satelitarnego)*

Efekt „nieznanego przez nieznanne” potęguje zastosowanie określenia anglojęzycznego, wykorzystywanie niekojarzonych przez odbiorcę skrótowców, a także kolejnych określeń „operacyjnych” o niesprecyzowanym znaczeniu (*moduł, opcja*). Podobnie w kolejnym przykładzie:

- Telewizory bez wejść SCART lub HDMI mogą zostać podłączone do odbiornika przy pomocy odpowiednich kabli Cinch. Proszę podłączyć jeden koniec kabla do złączy Audio L, R i VIDEO z tyłu SRT 8105 ECO. Proszę podłączyć drugi koniec do odpowiednich wejść w telewizorze (...) (instrukcja obsługi telewizora)

- Optimus to mechanizm przełączania procesora GPU, który automatycznie przełącza aktywny procesor GPU w celu wykonania zadań związanych z renderowaniem obrazu (instrukcja obsługi komputera)

- Połączenia -> Podłączanie do urządzenia AV:

Za pomocą kabla HDMI/DVI: połączenie HD (rozdzielczość do 720p/1080i)

Uwaga: HDMI IN 1 (DVI), 2, 3, 4, PC/DVI AUDIO IN

- Korzystając z połączenia kablowego HDMI/DVI należy użyć gniazda **HDMI IN 1 (DVI)**. Do połączenia kablem DVI należy użyć kabla DVI na HDMI lub adaptera DVI-HDMI (z DVI na HDMI) do połączenia obrazu i gniazd **PC/DVI AUDIO IN** do połączenia AUDIO (instrukcja obsługi telewizora)

Nagromadzenie symboli, liczb, specjalistycznych określeń odnoszących się do typów kabli, złączy, wejść (bez prostych wskazań kierowanych do laika, jak je od siebie odróżnić, bez grafiki) sprawia, iż całe partie tekstu są dla przeciętnego odbiorcy zupełnie niezrozumiałe. Warto być może zaznaczyć, że kwestie podłączenia urządzeń są zwykle rozpatrywane na początku instrukcji – może to więc powodować zniechęcenie czytelnika i zarzucenie zapoznawania się z dalszą partią tekstu.

Sprzężenie obrazu i słowa również nie zawsze umożliwia przyswojenie pomieszczonych treści (więcej na ten temat wyżej, w części „Elementy graficzne”). Przykładem służy umieszczony przy rysunku pilota do telewizora tekst legendy, odnoszący się do jednego z przycisków: *SIMPLINK Funkcja HDMI-CEC umożliwia dostęp do urządzeń audio-wideo podłączonych za pomocą przewodu HDMI, otwieranie menu w funkcji SIMPLINK*. Uwagę zwraca nie tylko spiętrzenie określeń specjalistycznych, ale także niejednoznaczność składniowa – nie do końca jest jasne, jak powinno się czytać fragment po przecinku.

Inną, rzadszą, ale zauważalną tendencją pojawiającą się w instrukcjach jest mechanizm „to samo przez to samo”, wykorzystywany przez nadawców we frazach, których zasadniczym zadaniem miało być objaśnianie zasad funkcjonowania sprzętu:

- *Do regulacji poziomu głośności służą klawisze głośności* (instrukcja obsługi telefonu)

- *Aby odebrać połączenie, naciśnij klawisz połączenia. Aby zakończyć połączenie, naciśnij klawisz zakończenia połączenia* (instrukcja obsługi telefonu)

Tego typu „objaśnienia” zdarzają się także przy grafikach – gdy nadawca próbuje opisać odbiorcy widoczne na rysunku elementy. I tak pojawia się przy rysunku pilota opis

widocznych kolorowych przycisków oraz potwierdzenie, że odbiorca dobrze rozpoznaje kolory: *Kolorowe przyciski Dostęp do specjalnych funkcji w niektórych menu (\* – czerwony, \*\* – zielony, \*\*\* – żółty, \*\*\*\* – niebieski).*

### Usterki logiczne

Nadawcze starania o przekazanie użytkownikowi największej liczby danych i najprecyzyjniejszych informacji skutkują niejednokrotnie naruszeniami sensu. Zauważyć trzeba – choć nie jest to zjawisko częste czy reprezentatywne – że zdarzyły się w korpusie analizowanych tekstów instrukcje w języku quasi-polskim, których nadawca korzystał najpewniej z funkcji automatycznego tłumaczenia, co wyjaśnia przyczyny powstania takich konstrukcji: *Jeśli konieczna jest wymiana baterii należy otworzyć dolną uwię na odpowiednia polaryzację. Pokrywę, usunąć stare baterie i włożyć nowe zwracając.* Bez wątplenia jednak częstsze i wymagające większej nadawczej czujności są usterki związane z włączaniem do zbioru elementów do niego nienależących. Często naruszenia logiki wynikają również z usterek składniowych, błędów łączliwości:

- *Nie instalować urządzenia w przestrzeni zamkniętej, jak np. półki z książkami itd.* (instrukcja obsługi telewizora)

- *Proszę nie narażać odbiornika lub jego akcesoriów:*

\* *Na bezpośrednie nasłonecznienie lub inny sprzęt, który generuje ciepło* (instrukcja obsługi odbiornika satelitarnego)

Z przecięcia problemów logicznych i stylistycznych powstają z kolei twory, które w bezpośrednim sąsiedztwie wykorzystują kilka wyrazów z tej samej rodziny:

- *Problem: po umiejscowieniu odbiornika w innym pomieszczeniu/obszarze nie można odbierać cyfrowego odbioru* (instrukcja obsługi odbiornika satelitarnego)

Najpewniej dążenie do ścisłości, precyzji wysłowienia i nieumiejętność znalezienia właściwego synonimu (choć nie można również wykluczyć braku świadomości językowej nadawcy, a więc niezauważania problemu) stanowią podstawowe przyczyny stosowania tego typu konstrukcji.

### POPRAWNOŚĆ ORTOGRAFICZNA I INTERPUNKCYJNA

Badane teksty nie obfitują w błędy zapisu, jednak można wskazać kilka typów usterek, popełnianych przez nadawców. Być może rozpocząć warto od wskazania, które zostało pomieszczone już wyżej, że zdarzały się nieliczne, lecz jednak wprowadzające w zdumienie,

przykłady instrukcji w języku quasi-polskim. Teksty tego typu zawierają rażące błędy ortograficzne, interpunkcyjne, brakuje również polskich znaków, lecz niekonsekwentnie:

- *automatyczne wstawianie **dwuch** znaków po przecinku dziesiątym **pod** czas dodawania*

- *kalkulator jest zasilany podwójnie (ogniwo **fotoplyczen** + bateria podtrzymujące)*

Ze względu na znikomy udział tych tekstów w korpusie materiałowym nie analizowano występujących w nich usterek fleksyjnych, leksykalnych czy składniowych. Bez wątpienia jednak takie „instrukcje” nie pozwalają na budowanie pozytywnych skojarzeń z marką – być może znani producenci, mając tego świadomość, unikają rozwiązań tego typu.

Do błędów ortograficznych w większości analizowanych instrukcji należy przede wszystkim niczym nieuzasadnione stosowanie wielkiej litery, np. *Ustawienia Czasu Lokalnego; Blokada Rodzicielska; Odtwarzacz Medialny*. Angielskie odpowiedniki nazw często są tak zapisywane, co może tłumaczyć wybór wielkiej litery przez polskich nadawców. Nie bez znaczenia pozostaje fakt, iż czasem od tego typu określeń tworzy się skrótowce – być może to również dla nadawców „naturalny” powód zmiany zasad pisowni. Wielu nadawców, nie chcąc rozstrzygać kwestii zapisu wielką i małą literą, wykorzystuje kapitaliki – i pozbywa się kłopotliwych dylematów. Innym zjawiskiem, również dotyczącym zapisu małą i wielką literą, jest niekonsekwencja przy zapisywaniu pierwszych liter wyliczeń czy opisów przy rysunkach.

Błędy interpunkcyjne natomiast dotyczą przede wszystkim wyodrębniania, oddzielania od siebie zdań składowych:

- *Jeżeli odbiornik nie działa właściwie po sprawdzeniu prosimy o kontakt z Państwa dealerem lub lokalną linią* (instrukcja obsługi odbiornika satelitarnego)

- *Może to doprowadzić do niebezpiecznej sytuacji a gwarancja zostanie unieważniona* (instrukcja obsługi odbiornika cyfrowego)

- *Upewnij się, że strona na której chcesz drukować znajduje się na dole* (instrukcja obsługi drukarki)

*Został naciśnięty przycisk Skanuj ale komputer nie zareagował* (instrukcja obsługi laptopa)

Podobnie jak w przypadku ortografii, interpunkcja wykazuje usterki w związku z niekonsekwentnym stosowaniem przecinków, średników etc. we fragmentach wyliczeniowych lub w legendach.

Odnosząc się do usterek w zapisie, warto zwrócić uwagę na zjawisko nieczęste, ale pojawiające się w wielu próbkach: stosowanie w tekstach skrótów. Ich rozwinięcie nie musi

być dla czytającego zadaniem banalnym, a skrót raz użyty na przykład jako tytuł jednej z części instrukcji nie zostaje rozwinięty w opisie:

*Autour. usl. danych (Wylaczone / Wlaczone)*

*Jez. sciezki dzw.*

*Czestotliw probk (Czestotliwosc) – umozliwia wybor czestotliwosci probkowania sygnalu dzwiekowego*

Niektóre z nich nie zostały zakończone kropką, innym brakuje jednej litery, więc konstrukcje tego typu na pewno nie przyczyniają się do zwiększenia przejrzystości tekstu – raczej świadczą o jego egzotyczności lub o braku dbałości nadawcy.

## WNIOSKI I POSTULATY

Dokumenty w obrocie konsumenckim przygotowywane są przez różnorodne podmioty (prawników, specjalistów z różnych dziedzin przemysłu, ekonomistów, marketingowców, copywriterów), co wyraźnie ujawnia się w wielu płaszczyznach badanych tekstów. Instrukcje obsługi urządzeń elektronicznych, przygotowywane – jak wynika z analizy stylistycznej i pragmatycznej – przez fachowców z branży elektronicznej we współpracy z prawnikami, cechuje niezrozumiałość, brak przejrzystości (na poziomie sensu), redundancja, kancelaryjność. Choć dostrzegalne są starania nadawców, związane z próbami pisania bardziej przejrzystego, nie można uznać ich za udane.

Uwagę zwraca eksponowana w mediach jesienią 2014 roku reklama społeczna "Zanim podpiszesz". Celem akcji, jak zauważają jej organizatorzy (siedem instytucji publicznych: Bankowy Fundusz Gwarancyjny, Komisja Nadzoru Finansowego, Ministerstwo Finansów, Ministerstwo Sprawiedliwości, Narodowy Bank Polski, Policja oraz Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów) jest „zwrócenie uwagi społeczeństwa na ryzyko związane z zawieraniem umów finansowych, w tym przede wszystkim z zaciąganiem wysoko oprocentowanych, krótkoterminowych pożyczek tzw. chwilówek oraz z korzystaniem z usług finansowych, które nie podlegają szczególnemu nadzorowi państwa”<sup>20</sup>. W kampanii podkreśla się dwa zalecenia, kluczowe dla problematyki funkcjonowania polszczyzny w dokumentach używanych w obrocie konsumenckim: 1. Dokładnie przeczytaj umowę; 2. Nie podpisuj, jeśli nie rozumiesz. Dokładne przeczytanie tekstu nie musi zapewnić jednak komunikacyjnego sukcesu. **Kwestia zrozumiałości przekazu kierowanego do konsumenta** czy obywatela wydaje się więc zagadnieniem fundamentalnym – świadomy odbiór tekstów staje się gwarantem równorzędności partnerów komunikacji oraz partnerów na rynku

---

<sup>20</sup> <http://www.zanim-podpiszesz.pl/#kampania>, dostęp 29.11.2014

(sprzedawców towarów lub usług oraz konsumentów tymi dobrami zainteresowanych). To niezrozumiałość tekstów w obrocie handlowym stanowi jedną z przyczyn konsumenckich trudności: trudności o charakterze ekonomicznym (np. kłopoty finansowe, ponoszenie dodatkowych kosztów), społecznym (ostracyzm, poczucie wykluczenia), często również prawnym (podpisanie umowy niekorzystnej, nieintencjonalne poświadczenie nieprawdy etc.).

Odbiorca bywa nawet nakłaniany do zapoznania się z instrukcją komunikatami typu: *Przed podłączeniem, regulowaniem lub korzystaniem z tego produktu prosimy o dokładne i całkowite przeczytanie niniejszej broszury*. Jak dowodzi powyższa analiza pragmatyczna, dokładna i całościowa lektura instrukcji jest odbiorcy niepotrzebna, a spełnienie tej prośby – jak się często okazuje – bywa niemożliwe. Konsument sięga po instrukcję, by wykonać konkretne czynności i skorzystać ze sprzętu, zdecydowanie więc funkcjonalniejsze dla niego będzie czytanie etapowe, fragmentaryczne i wykonywanie poszczególnych czynności. Niemożność zapoznania się z tekstem jako całością wynika z jego niezrozumiałości, ujawniającej się na wielu poziomach języka.

Pierwsza uwaga o charakterze postulatywnym nawiązuje do koncepcji tyleż kontrowersyjnej, co wartej uwagi: propozycji zespołu Pracowni Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego, postulującego utworzenie polskiego standardu *plain language* – koncepcji wyrastającej z przekonania, iż tylko stworzenie tekstów dla odbiorcy o przeciętnych kompetencjach spowoduje, że komunikacja będzie skuteczna, a wypowiedzi jasne, jednoznaczne, zrozumiałe już przy pierwszej lekturze. Nie uda się to jednak bez współpracy przy tworzeniu tekstów w obrocie konsumenckim wykształconych polonistów, którzy dostrzegą pułapki, „wysłyszą” naruszenia stylistyczne i wykorzystają swoją wiedzę z zakresu pragmatyki językowej.

Druga kwestia wiąże się z pomysłem (realizowanym już w okrojony sposób przez niektórych producentów) stworzenia wersji podstawowej instrukcji sprzętu elektronicznego dla użytkownika-laika, która uwzględniałaby nieznamość współczesnych technologii, ale umożliwiałaby korzystanie z urządzeń w wariantach podstawowych (podłączenie, uruchomienie, najistotniejsze funkcje). Bez wątplenia sporym ułatwieniem dla realizacji tej propozycji jest wykorzystanie obrazu sprzężonego ze słowem – infografika jednak również musi uwzględniać ograniczone kompetencje odbiorcy, więc samo przekonanie, iż obraz jest łatwiejszy percepcyjnie, może być pułapką. Być może pomocne staną się także rozwiązania związane z instrukcjami elektronicznymi: w nich udaje się pomieścić zarówno interaktywne rysunki, jak i objaśnienia etapowe, krok po kroku pokazujące ścieżki dostępu. Nie oznacza to jednak, że instrukcje „tradycyjne” (w wersji drukowanej) nie mogą w ramach



dostępnych możliwości technicznych zapewnić odbiorcy przejrzystości graficznej. Każda nauka języka obcego zaczyna się od poziomu zerowego, kolejne etapy (A1, A2 etc.) uwzględniają kompetencje zdobyte na poziomach niższych. Gdy więc proponujemy odbiorcy „uczącemu się sprzętu” instrukcję na poziomie B2 lub C1, nie możemy się dziwić, że nawet najprecyzyjniejszy tekst pozostanie bezużyteczny.

## ANEKS

### **Spis tekstów wykorzystanych w analizie – instrukcje obsługi:**

- drukarka Brother
- drukarka HP
- kalkulator Citizen
- komputer Dell
- komputer HP
- laptop Asus
- laptop Lenovo
- nagrywarka DVD LG
- nagrywarka DVD Panasonic
- odtwarzacz cyfrowy Strong
- odtwarzacz LG Blu-ray
- radioodtwarzacz Philips
- radioodtwarzacz Sony
- tablet Pentagram
- tablet Prestigio
- telefon Nokia
- telefon Samsung
- telewizor LG
- telewizor Samsung
- zasilacz do laptopa Movano

dr Agnieszka Kula

## **CZ. V. UMOWY BANKOWE (LOKATY I KREDYTY), LEASINGOWE (LEASING KONSUMENCKI), UBEZPIECZENIOWE, EDUKACYJNE (O STUDIOWANIU W SZKOŁACH WYŻSZYCH)**

### **I. Kształt typograficzny i infograficzny**

Wzory umów wszystkich badanych kategorii można uznać za teksty kliszowe, co oznacza, że wszystkie mają podobny układ kompozycyjny (standaryzacja). Można jednak zaobserwować różne realizacje typograficzne tych szablonów.

1. Druki umów mają względnie usystematyzowany kształt. Rama obejmuje:

- a) stopkę: logotyp banku/firmy (wyjątkiem są umowy edukacyjne),
- b) wstęp: podmioty umowy (nadawca i adresat) i przedmiot umowy,
- c) tekst główny (treść umowy) podzielony na fragmenty/akapity oraz sporadycznie tekst poboczny (przypisy do tekstu),
- d) postanowienia końcowe, oświadczenie (kolejność tych dwóch części jest zamienna) oraz miejsca na podpisy obu stron.

2. Segmenty tekstu głównego stanowią najczęściej układ kolejnych paragrafów i punktów (umowy kredytowe, leasingowe, edukacyjne) bądź samych punktów (umowy ubezpieczeniowe). Elementy delimitacyjne układu:

- a) najczęściej wyśrodkowany i wyróżniony graficznie paragraf (znak §, numer paragrafu i jego nazwa), z odpowiednio dużymi odstępami pomiędzy akapitami – najbardziej przejrzysta kompozycja. Występują jednak różne modyfikacje modelu: symbol paragrafu jest umieszczany na początku akapitu, jedynie pogrubiony i połączony z punktami paragrafu. Zdarza się także, że nie występuje nazwa paragrafu i zastępują ją formuły: artykułów (art.) albo rozdziałów (rozdz.),
- b) system numeracji wewnętrznej tekstu głównego – najczytelniej jest wówczas, gdy stosuje się metodę numeracji hierarchicznej, np. punkty jako liczby arabskie, podpunkty jako lista literowa. Można jednak zauważyć stosowanie nieodpowiedniego systemu numeracji, czyli liczby arabskie rozpoczynające akapit oraz liczby arabskie służące wyliczeniu treści w akapicie. A już zupełnie nieprzejrzysta jest budowa akapitów bez numeracji, sprzyjająca konstruowaniu zdecydowanie zbyt długich zdań,
- c) przypisy – system numerowania przypisów nie zawsze jest czytelny, czyli liczbowy. Wprowadza się metodę symboli np. indeksy-gwiazdki,

d) części odnoszące się do danych nadawcy, adresata, przedmiotu umowy są przedstawiane jako tabele, ramki/rubryki, co nie tylko urozmaica mocno jednolity tekst, ale i ułatwia jego przyswajalność. Dobrym przykładem są polisy ubezpieczeniowe, niemal wyłącznie konstruowane za pomocą tabel i rubryk.

3. Różna objętość umów tej samej kategorii, np. umowy o kredyt mają zakres stron od 10 do 17, z kolei liczba paragrafów sięga od 12-29.

4. Krój czcionki – bezszeryfowa (szeryfowa ułatwia czytanie), wysokość czcionki – standardem jest czcionka 8-punktowa, która przy interlinii 1,0, wyodrębnieniu śródtytułów jest czytelna. Zdarzają się jednak umowy z tekstem głównym 6- lub 7-punktowym, interlinią 1,0, bez zastosowania odpowiedniego światła. Należy podkreślić, że umowy o naukę/umowy o świadczenie usług edukacyjnych najczęściej są pisane czcionką 10-punktową. Wysokość tekstu znajdującego się w przypisach (o ile występują) jest proporcjonalnie mniejsza.

## II. Błędy językowe

1. W tekstach umów można znaleźć szereg błędów interpunkcyjnych, to najliczniejsze błędy występujące w umowach (konieczność korekty tekstów). Sporadycznie pojawiają się literówki, jednak taka jak: *marzy* zamiast *marży* jest błędem komunikacyjnym. Zdarza się tak, że takie błędy, jak: brak przecinka, przecinek w niewłaściwym miejscu czy też nieodpowiednia forma gramatyczna wyrazu – wynikająca zapewne z niedopatrzenia – w dłuższych zdaniach są znaczące i mogą prowadzić do niezrozumienia sensu. Przykłady:

a) *dostarczenia do PKO BP SA w okresie kredytowania, na pisemne żądanie PKO BP SA, nie częściej niż 1 raz w roku aktualnego operatu szacunkowego nieruchomości, stanowiącej zabezpieczenie spłaty kredytu, sporządzonej przez wybranego przez Kredytobiorcę rzeczoznawcę majątkowego z listy rzeczoznawców majątkowych, wskazanej przez PKO BP SA oraz aktualnego odpisu księgi wieczystej nieruchomości stanowiącej zabezpieczenie kredytu w przypadku braku ujawnienia księgi wieczystej w CBDKW – w przypadku istotnego obniżenia wartości tej nieruchomości tj. spadek wartości nieruchomości o co najmniej 30% w stosunku do wartości, która stanowiła podstawę do udzielenia kredytu.*

b) *W przypadku nieuruchomienia kierunku, rodzaju lub formy studiów Student ma prawo podjąć kształcenie na innym kierunku, rodzaju lub formie studiów, na który nabór nie został zamknięty do chwili złożenia przez studenta deklaracji o jego wyborze oraz dla którego Student spełnia warunki rekrutacyjne. W takim wypadku Strony zawrą aneks do niniejszej umowy.*

2. Użycie wielkiej litery w nieuzasadnionych przypadkach np. *14 dni od Daty Umowy, określony w Komunikacie.* Czasami jednak rzeczownik zapisany wielką literą sygnalizuje odwołanie do dokumentów stanowiących dodatek do umowy.

3. Stosowanie sformułowań nazbyt egzaltowanych, napuszczonych, sztucznych, które można by zastąpić bardziej precyzyjnymi i ekonomicznymi. Przykłady:

a) *bank realizuje dyspozycje; składać dyspozycję przelewu; być przyjętą/-ym w poczet studentów Stacjonarnych Studiów Pierwszego Stopnia; dokonywać, w celu umożliwienia/w celu ustalenia; posiadać/posiadacz rachunku; nakładać obowiązek; środki podlegają oprocentowaniu; przyjmować/podawać do wiadomości; w przypadku objęcia kredytobiorcy ubezpieczeniem; ulec zmianom; jest objęty ochroną ubezpieczeniową; ma prawo/może dochodzić; iż (w miejsce spójnika że),*

b) praktyka używania struktur analitycznych i sztucznych, a także synonimów zamiast nazw właściwych i neutralnych sprawia, że czasami zdania mają wydźwięk komiczny.

Powstaje też efekt wieloznaczności. Przykłady:

*Do tego czasu Kredytobiorca zatrzymuje przewłaszczoną rzecz w swoim posiadaniu i ponosi ciężary związane z jej utrzymanie.*

*Wysokość środków musi zaspokajać zobowiązania.*

*Prawem właściwym dla Umowy jest prawo polskie, a językiem właściwym do porozumiewania się z Kredytobiorcą jest język polski.*

*Uczestnikowi przysługuje prawo do rozwiązania Umowy za dwutygodniowym wypowiedzeniem, które rozpoczyna bieg od następnego dnia po doręczeniu wypowiedzenia.*

*Umowa została zawarta na czas nieoznaczony.*

*Nie została ogłoszona jego upadłość konsumencka.*

3. Stosowanie rozbudowanych konstrukcji prowadzi także do błędów gramatyczno-leksykalnych, takich jak nieodpowiednie użycie formy gramatycznej słowa oraz nieprawidłowe użycie przyimków. Przykłady:

*Korzystający umowę leasingu.*

*Bank zaprzestaje pobierania.*

*Bank podniesie oprocentowanie kredytu o nie więcej niż suma wzrostów czynników (wyrażonych w punktach procentowych), dla których nastąpiło ich obniżenie.*

*Przed datą wejścia w życie. (pot.)*

*Zapłata prowizji z tytułu udzielonego kredytu nastąpi poprzez zapłatę [...]*

*Łączne oprocentowanie na dzień zawarcia umowy.*

*[...] o zmianie oprocentowania na zasadach określonych.*

*Dla potrzeb umowy przyjmuje się.*

*[...] wystarczających na spłatę kredytu.*

*[...] kredytobiorca upoważnia bank do zaspokojenia roszczeń z tytułu umowy.*

*[...] przystępuje do ściągnięcia swoich należności na drodze postępowania egzekucyjnego.*

*[...] stawia kredyt albo transzę do dyspozycji.*

*[...] termin płatności przypada na dzień.*

*Uczestnik oświadcza, że znany jest mu Regulamin studiów podyplomowych obowiązujący w Uczelni.*

4. Można też zaobserwować pojedyncze usterki edytorskie, jak zapisy: 30- dniowy, 5 %.

5. Błędy natury stylistycznej, nieuwzględniające poszukiwań precyzji i ekonomizacji wypowiedzi. Przykłady to zestawienia tych samych treści zrealizowanych na dwa różne sposoby:

a) *Jeżeli terminy oznaczone w ust. 2 przypadają na dzień ustawowo wolny od pracy lub sobotę, rata płatna jest w dniu roboczym, bezpośrednio poprzedzającym uzgodniony dzień spłaty.*

*Jeżeli termin spłaty raty Kredytu przypada na dzień ustawowo uznany za wolny lub w sobotę, upływa on w najbliższym, następującym po nim dniu roboczym. (wersja lepsza)*

b) *Warunki kadrowe oraz inne niezbędne warunki, w tym lokalowe oraz związane z niezbędnym wyposażeniem materialnym do prowadzenia kształcenia na kierunku określonym w § 1 ust. 1, oraz zobowiązuje się spełniać je do końca planowanego okresu studiów.*

*- posiada warunki lokalowe i wyposażenie niezbędne do prowadzenia studiów wyższych na kierunku i poziomie kształcenia określonym w umowie, – zajęcia dydaktyczne prowadzone są przez nauczycieli akademickich posiadających odpowiednie kwalifikacje naukowe, dydaktyczne i zawodowe. (wersja lepsza)*

### III. Zrozumiałość tekstu

1. Umowy lokat terminowych, leasingu konsumenckiego, edukacyjne i polisy ubezpieczeniowe nie są nasycone słownictwem fachowym i terminologią specjalistyczną, które mogłyby sprawiać trudność. Wyjątek stanowi umowa kredytowa:

a) w umowach o kredyt mieszkaniowy pojawiają się terminy takie jak *stopa lombardowa, cesja, hipoteka, karencja, raty annuitetowe, stawka referencyjna, WIBOR*, które nie zawsze są bezpośrednio w tekście albo pod tekstem tłumaczone. Definicji pojęć nie można też znaleźć w drukach dołączanych do umowy m.in. regulaminie, OWU, czyli Ogólnych Warunkach Umowy,

b) zdarza się także, że wprowadzane do tekstu głównego skrótowce nie są objaśniane, można więc znaleźć enigmatyczne dla przeciętnego użytkownika: KNF, SIWZ, LtV, PCC.

2. Utrudniające czytelność i szybkość przyswajania treści są także charakterystyczne dla stylu urzędowego: czasowniki dyrektywne (np. *powinien, jest zobowiązany*), czasowniki modalne (*należy/nie należy, powinien, wolno, móc, musieć*) oraz formy syntaktyczne z czasownikiem

być połączonym z imiesłowem biernym (np. *zostanie podany, jest zobowiązany, może być powierzone*);

a) nierzadko można znaleźć nienaturalny szyk przy konstrukcjach być + imiesłów (*kredyt przeznaczony jest; kredytobiorca zobowiązany jest*).

3. Zdarza się brak konsekwencji, przeczący unikaniu wieloznaczności, np. synonimiczne używanie nazw adresata umowy: *bank, pełna nazwa banku, leasingodawca*. Spójność, która tutaj byłaby realizacją formuły: *zwanym dalej X* i zasady powtórzeń, zdaje się lepszą praktyką.

#### IV. Struktura składniowa

1. Mimo że wiele umów jest skonstruowanych zgodnie z zasadą kondensacji treści w krótkich, ponumerowanych zdaniach, to nadal można znaleźć takie, które zawierają długie, skomplikowane konstrukcje złożone ze zdań wielokrotnie złożonych. Można byłoby te konstrukcje podzielić na kilka zdań podrzędnie i/lub współrzędnie złożonych;

a) liczba wyrazów w tych konstrukcjach znajduje się w przedziale 40-120. Przykłady:

*Bank informuje, że w zakresie w jakim jest to niezbędne do podjęcia działań przed zawarciem umowy oraz koniecznie do realizacji umowy, a także niezbędne dla wypełnienia prawnie usprawiedliwionych celów realizowanych przez bank, oraz niezbędne dla zrealizowania określonych przepisami prawa uprawnień i obowiązków banku związanych z wykonaniem czynności bankowych oraz obowiązków archiwalnych, podane przez kredytobiorcę dane osobowe będą przetwarzane przez bank oraz przekazywane na podstawie art., 105 ust. 1 pkt 1c oraz art. 105 ust. 4 Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (Dz. U. z 2012 r., poz. 1376, z późn. zm.) – do Biura Informacji Kredytowej S.A. z siedzibą w Warszawie, a także do innych podmiotów do tego uprawnionych na mocy art. 105 ustawy Prawo bankowe. (119 wyrazów)*

*Dostarczenia do PKO BP SA w okresie kredytowania, na pisemne żądanie PKO BP SA, nie częściej niż 1 raz w roku aktualnego operatu szacunkowego nieruchomości, stanowiącej zabezpieczenie spłaty kredytu, sporządzonej przez wybranego przez Kredytobiorcę rzeczoznawcę majątkowego z listy rzeczoznawców majątkowych, wskazanej przez PKO BP SA oraz aktualnego odpisu księgi wieczystej nieruchomości*

*stanowiącej zabezpieczenie kredytu w przypadku braku ujawnienia księgi wieczystej w CBDKW – w przypadku istotnego obniżenia wartości tej nieruchomości tj. spadek wartości nieruchomości o co najmniej 30% w stosunku do wartości, która stanowiła podstawę do udzielenia kredytu. (87 wyrazów)*

*W przypadku wystąpienia zadłużenia przeterminowanego Bank jest uprawniony, bez odrębnej dyspozycji Kredytobiorcy i niezależnie od innych dyspozycji Kredytobiorcy, do zaspokojenia swoich należności z tytułu Kredytu z wpływów na rachunek oszczędnościowo-rozliczeniowy Kredytobiorcy lub na jakikolwiek inny rachunek prowadzony w Banku (w tym rachunek lokaty terminowej, niezależnie od terminu jej zapadalności i dyspozycji Kredytobiorcy), z uwzględnieniem rachunków złożonych po zawarciu Umowy Kredytu, z uwzględnieniem pierwszeństwa wynikającego z powszechnie obowiązujących przepisów prawa. (68 wyrazów)*

*(Bank ma prawo rozwiązać Umowę bez zachowania okresu wypowiedzenia, w przypadku):2) nieudzielania przez Posiadacza rachunku lokaty informacji niezbędnych do prowadzenia rachunku lokaty, albo też podania przez Posiadacza rachunku lokaty danych lub informacji nieprawdziwych lub niezgodnych ze stanem faktycznym, których treść lub charakter mógłby skłonić Bank do niezawierania Umowy lub zmiany jej warunków, w tym posłużenia się przez Posiadacza rachunku lokaty dokumentami nieprawdziwymi, przerobionymi lub podrobionymi oraz których data ważności upłynęła. (59 wyrazów)*

*Finansujący, nabywając przedmiot leasingu zgodnie ze wskazaniem Korzystającego zwolniony jest z odpowiedzialności za wybór przedmiotu leasingu i jego przydatność do umówionego użytku, wybór Dostawy, ustalenie ceny, warunki sprzedaży i dostawcy oraz wady przedmiotu leasingu, chyba, że wady te powstały na skutek okoliczności, za które Finansujący ponosi odpowiedzialność. (47 wyrazów)*

2. Kilkakrotne powtórzenie w obrębie jednego akapitu formuł – co prawda doprecyzowujących, ale wprowadzających dodatkowe treści – przy czym i o którym mowa (formuła połączona z odesłaniem do konkretnego numeru bądź artykułu ustawy zewnętrznej) wymusza duże skupienie na tekście;

Sam system odsyłaczy wewnętrznych – gdy przeciętny użytkownik nie ma wspomnianych umów pod tzw. ręką – wprowadza lukę komunikacyjną. Mało komfortowy



jest także system odsyłaczy wewnątrztekstowych, kiedy w jednym paragrafie mówi się o treści, którą trzeba skonfrontować z treścią z innego paragrafu. Problematiczne są również miejsca zawierające treści odsyłające do zabiegów matematycznych (wyliczenie kwoty), na przykład:

[...] *obniżenia o co najmniej 30% wartości przyjętych zabezpieczeń spłaty kredytu w relacji do kwoty wynikającego z umowy zadłużenia w stosunku do wartości, która stanowiła podstawę przy dokonywaniu oceny ryzyka kredytowego PKO BP SA przed zawarciem umowy.*

3. Zwiłokrotniana liczba wtrąceń w obrębie jednego zdania. Trzeba zauważyć także, że wtrącenia są na ogół wydzielane za pomocą przecinka, bardzo rzadko za pomocą znaku pauzy, który jest lepszym narzędziem sygnalizowania odstępów. Dodać należy, że nie zawsze przecinki znajdują się w tekście w odpowiednich miejscach (zob. błędy językowe), tworzy się tym samym potok składniowy.

4. Ciągi wyliczeń i podwyliczeń z uzupełniającymi treściami wprowadzane najczęściej przez imiesłowy tworzą trudne do szybkiego zrozumienia kompozycje kaskadowe.

## **V. Zwroty adresatywne**

1. Adresat umowy jest określany jako: Posiadacz rachunku lokaty, Posiadacz, Klient (umowa o lokatę), Zamawiający, Ubezpieczony, Właściciel pojazdu (polisa ubezpieczeniowa), Leasingobiorca, Korzystający (umowa leasing), Kredytobiorca, Klient (umowa o kredyt), Student, Uczestnik (umowa o naukę).

2. W ramach jednej umowy formy adresatywne funkcjonują względnie spójnie (chyba że stosuje się synonimy, zob. zrozumiałość tekstu). Niekonsekwencja pojawia w przejściu z komunikacji 3-osobowej (w większej części dokumentu) na zwroty 1-osobowe (w oświadczeniu). Powinno się zatem stosować jednolicie *Klient oświadcza*, a nie: *oświadczam*.

## VI. Wnioski

1. Uwzględniając uwagi sygnalizowane powyżej:

- a) przejrzysty układ typograficzny umowy to tabela i/lub rubryka w przypadku treści związanych z danymi personalnymi, danymi technicznymi przedmiotu/nieruchomości etc.,
- b) minimalna wysokość czcionki to 8 punktów, z odstępami między wyrazami 1,0, z zastosowaniem śródtytułów i pogrubień elementów strategicznych tekstu,
- c) system numeracji zewnętrznej i wewnętrzztekstowej powinien być hierarchiczny, konsekwentny i inny na różnych poziomach tekstu,
- d) wspierając dążenie do kondensacji treści i maksymalnej precyzji, należy unikać zwrotów napuszonych i sztucznych, zastępując je innymi określeniami nadal oddającymi oficjalność stylu,
- e) warto definiować wprowadzane terminy i skróty terminów,
- f) należy tworzyć krótkie zdania, rezygnować z wielokrotnie złożonych, ograniczyć liczbę wtrąceń (sygnalizować je pauzami) i wyliczeń w obrębie jednego zdania,
- g) dobrze jest dodatkowo wykonywać zewnętrzną korektę i redakcję powstających umów.

2. Skoro można było wprowadzić ujednoliconą pisownię nazw i treści ustaw, to można by zaproponować znormalizowane zapisy umów powstających na ich podstawie. Poniżej Zasady techniki prawodawczej, Dz. U. z dnia 5 lipca 2002 r., nr 100, poz. 908:

- § 5. Przepisy ustawy redaguje się zwięźle i syntetycznie, unikając nadmiernej szczegółowości, a zarazem w sposób, w jaki opisuje się typowe sytuacje występujące w dziedzinie spraw regulowanych tą ustawą.
- § 6. Przepisy ustawy redaguje się tak, aby dokładnie i w sposób zrozumiały dla adresatów zawartych w nich norm wyrażały intencje prawodawcy.
- § 7. Zdania w ustawie redaguje się zgodnie z powszechnie przyjętymi regułami składni języka polskiego, unikając zdań wielokrotnie złożonych.
- § 8. 1. W ustawie należy posługiwać się poprawnymi wyrażeniami językowymi (określeniami) w ich podstawowym i powszechnie przyjętym znaczeniu.
- 2. W ustawie należy unikać posługiwania się:

- 1) określeniami specjalistycznymi (profesjonalizmami), jeżeli mają odpowiedniki w języku powszechnym;
- 2) określeniami lub zapożyczeniami obcojęzycznymi, chyba że nie mają dokładnego odpowiednika w języku polskim;
- 3) nowo tworzonymi pojęciami lub strukturami językowymi (neologizmami), chyba że w dotychczasowym słownictwie polskim brak jest odpowiedniego określenia.

## ANEKS

### **Spis dokumentów**

#### Umowy bankowe:

Alior Bank SA

Bank Millenium SA

Bank Zachodni WBK SA

Citibank Handlowy SA

Euro Bank SA

Getin Noble Bank SA

Ikano Bank GmbH Sp. z o.o.

ING Bank Śląski SA

Lukas Bank SA

mBank SA

Meritum Bank ICB SA

PKO Bank Polski SA

SGB Bank SA

#### Umowy leasingowe

EFL SA

GBS Bank SA

Getin Leasing Bank SA

Grenke Leasing Sp. z o.o.

Idea Bank Leasing SA

Leasing Plus Sp. z o.o.

Leasing SKODA  
PKO Bank Polski SA  
Raiffeisen Leasing Polska SA  
Renault Credit Polska Sp. z o.o.  
VB Leasing Polska SA

Umowy ubezpieczeniowe

Asecco Poland SA  
Aviva TUO SA  
AXA TU SA  
Compensa SA  
Generali TU SA  
Hestia SA  
ING Bank Śląski SA  
Link4 TU SA  
PZU SA  
Toyota Bank Polska SA

Umowy edukacyjne

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koninie  
Politechnika Opolska  
Politechnika Rzeszowska  
Szkoła Główna Służby Pożarniczej w Warszawie  
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu  
Uniwersytet Jagielloński w Krakowie  
Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu  
Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu  
Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku  
Wyższa Szkoła Humanistyczna Towarzystwa Wiedzy Powszechnej w Szczecinie

mgr Patrycja Pelc

## **CZ. VI. UMOWY TELEKOMUNIKACYJNE (NA KORZYSTANIE Z TELEFONII KOMÓRKOWEJ I STACJONARNEJ TELEWIZJI KABLOWEJ I SIECIOWEJ)**

### **1. Uwagi wstępne**

Przedmiotem ekspertyzy są umowy telekomunikacyjne telefonii komórkowej (takich operatorów, jak T-mobile, Play, Orange, Plus) i cyfrowej telewizji naziemnej i kablowej (np. East & West, echostar, tesat, Cyfrowy Polsat). Należy zaznaczyć, że zawierając umowę (lub aneks do umowy) o świadczenie usług telekomunikacyjnych, klient otrzymuje pakiet kilku dokumentów, które, jak wynika z treści umów, są ich integralną częścią. Są to, oprócz umowy lub aneksu, regulaminy promocji i/lub warunki ofert promocyjnych. Wszystkie one, jako integralne części umowy, zostały poddane analizie.

Zgromadzony do analizy materiał to dokumenty uzyskane bezpośrednio od abonentów telefonii komórkowej i telewizji, a także ze stron internetowych tych operatorów, którzy je udostępniają, np. T-mobile, Orange, UPC. Niestety, nie udało się uzyskać umów i wzorów umów bezpośrednio od usługodawców. Operatorzy udostępniają umowy lub aneksy do umów dopiero w momencie ich podpisywania, z całą świadomością, że klient ma tylko kilka minut na zapoznanie się z nimi i podpisanie ich. W Biurach Obsługi Klienta dostępne są na życzenie klienta tylko warunki ofert promocyjnych.

### **2. Uwarunkowania formalno-prawne**

Umowa to w prawie cywilnym zgodne porozumienie dwóch lub więcej stron ustalające ich wzajemne prawa lub obowiązki. Zawartość umów telekomunikacyjnych reguluje ustawa Prawo telekomunikacyjne. Zgodnie z art. 56 tej ustawy umowa taka powinna

„w jasnej, zrozumiałej i łatwo dostępnej formie określać w szczególności:

- 1) strony umowy, w tym nazwę (firmę), adres i siedzibę dostawcy usług;
- 2) świadczone usługi ze wskazaniem elementów składających się na opłatę abonamentową;
- 3) termin oczekiwania na przyłączenie do sieci lub termin rozpoczęcia świadczenia usług;
- 4) okres, na jaki została zawarta umowa, w tym minimalny okres wymagany do skorzystania z warunków promocyjnych;
- 5) pakiet taryfowy, jeżeli na świadczone usługi obowiązują różne pakiety taryfowe;
- 6) sposób składania zamówień na pakiety taryfowe oraz dodatkowe opcje usługi;
- 7) sposoby dokonywania płatności;
- 8) okres rozliczeniowy;

- 9) tryb i warunki dokonywania zmian umowy oraz warunki jej przedłużenia i rozwiązania;
- 10) ograniczenia w zakresie korzystania z udostępnionych abonentowi przez dostawcę usług telekomunikacyjnych urządzeń końcowych, o ile zostały one wprowadzone przez dostawcę usług lub na jego zlecenie;
- 11) dane dotyczące funkcjonalności świadczonej usługi obejmujące informacje:
- a) czy zapewniane są połączenia z numerami alarmowymi,
  - b) czy gromadzone są dane o lokalizacji telekomunikacyjnego urządzenia końcowego, z którego wykonywane jest połączenie,
  - c) o wszelkich ograniczeniach w kierowaniu połączeń do numerów alarmowych,
  - d) o wszelkich ograniczeniach w dostępie lub korzystaniu z usług i aplikacji,
  - e) o procedurach wprowadzonych przez dostawcę usług w celu pomiaru i organizacji ruchu w sieci, aby zapobiec osiągnięciu lub przekroczeniu pojemności łącza, wraz z informacją o ich wpływie na jakość świadczonych usług,
  - f) o działaniach, jakie dostawca usług jest uprawniony podejmować w związku z przypadkami naruszenia bezpieczeństwa lub integralności sieci i usług;
- 12) dane dotyczące jakości usług, w szczególności minimalne oferowane poziomy jakości usług, w tym czas wstępnego przyłączenia, a także inne parametry jakości usług, jeżeli zostały określone przez Prezesa UKE na podstawie art. 63 *publikacja informacji o jakości usług*, ust. 2a;
- 13) sposoby informowania abonenta o wyczerpaniu pakietu transmisji danych w przypadku usługi dostępu do sieci Internet świadczonej w ruchomej publicznej sieci telekomunikacyjnej oraz o możliwości bieżącej kontroli stanu takiego pakietu przez abonenta;
- 14) zakres usług serwisowych oraz sposoby kontaktowania się z podmiotami, które je świadczą;
- 15) zakres odpowiedzialności z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy, wysokość odszkodowania oraz zasady i terminy jego wypłaty, w szczególności w przypadku gdy nie został osiągnięty określony w umowie poziom jakości świadczonej usługi;
- 16) zasady, tryb i terminy składania oraz rozpatrywania reklamacji;
- 17) informację o polubownych sposobach rozwiązywania sporów;
- 18) sposób uzyskania informacji o aktualnym cenniku usług oraz kosztach usług serwisowych;
- 19) zasady umieszczenia danych abonenta w spisie abonentów w przypadku umowy dotyczącej świadczenia usług głosowych;
- 20) sposób przekazywania abonentowi informacji o zagrożeniach związanych ze świadczoną usługą, w tym o sposobach ochrony bezpieczeństwa, prywatności i danych osobowych;
- 21) wszelkie opłaty należne w momencie rozwiązania umowy, w tym warunki zwrotu telekomunikacyjnych urządzeń końcowych ze wskazaniem, na czyj koszt zwrot ma nastąpić.” (Prawo telekomunikacyjne, Dz. U. 2014.0.243; Ustawa z dnia 16 lipca 2014 r.).

Zgodnie z przytoczonym fragmentem ustawodawca nałożył na podmiot obowiązki w zakresie przedmiotu umowy. I są to wytyczne bardzo szczegółowe. Co do kształtu językowego umów w ustawie znajdziemy tylko ogólny wymóg „jasnej, zrozumiałej i łatwo dostępnej formy”. Sposób realizacji tego obowiązku pozostaje w gestii poszczególnych

podmiotów, a więc w tym wypadku operatorów telefonii komórkowej i telewizji. Zakładając dobrą wolę nadawcy, należy przyjąć, że doloży on wszelkich starań, by teksty dokumentów były zrozumiałe dla odbiorców, dla których są przeznaczone. Telefon komórkowy i telewizor to dobra powszechne w Polsce, dlatego określając odbiorcę umów telekomunikacyjnych, należy przyjąć, że jest to tak zwany „przeciętny Polak”. Każdy, kto ukończył lat 18, a więc osoba o wykształceniu co najmniej gimnazjalnym (w Polsce obowiązek nauki obejmuje osoby od 7 do 18 roku życia, a obowiązek szkolny polega na przymusie uczęszczania do szkoły podstawowej i gimnazjalnej), bez względu na płeć, pochodzenie socjalne, terytorialne i zawód. Jest to więc kategoria bardzo szeroka.

Gdy odbiorcą tekstu ma być „przeciętny Polak”, język i treść muszą być dostosowane do kompetencji przeciętnego użytkownika języka. A te, zwłaszcza w zakresie czytania ze zrozumieniem tekstów trudnych, są w Polsce dość niskie. Jak pokazało najnowsze Międzynarodowe Badanie Kompetencji Osób Dorosłych (PIAAC)<sup>21</sup>, przeprowadzone na przełomie 2011/2012 roku przez OECD, tylko 10 procent Polaków w wieku od 18 do 65 lat dobrze sobie radzi w czytaniu ze zrozumieniem, 20 procent natomiast bardzo słabo. Oznacza to, że co piąty Polak może nie rozumieć ulotki reklamowej, instrukcji obsługi pralki czy umowy właśnie. Jest to ważne zwłaszcza w odniesieniu do umów, czytanie ich bez zrozumienia może mieć bowiem poważne konsekwencje dla tych, którzy je podpisują.

### **3. Zrozumiałość umów**

Jasną i zrozumiałą formę (a więc styl) można uzyskać przez: używanie słownictwa zrozumiałego dla odbiorcy; unikanie terminologii i słownictwa fachowego; unikanie zdań zbyt długich i skomplikowanych formalnie; nienadużywanie zdań wtrąconych i nawiasowych, które rozbijają główny tok wypowiedzenia; stosowanie naturalnego (niezwracającego uwagi odbiorcy) szyku wypowiedzenia, bez zbędnych przestawek (inwersji), z usytuowaniem obok lub w pobliżu siebie członów wypowiedzenia powiązanych składniowo i znaczeniowo. Jasność stylu zakłócają błędy językowe.

Autorzy analizowanych umów, z niewielkimi wyjątkami, nie przestrzegają tych zasad. Zastrzeżenie budzi komunikatywność umów. Są one z reguły za trudne dla odbiorców. Składa się na to kilka czynników: 1) nieczytelność tekstu, 2) nasycenie terminologią, 3) skomplikowane struktury składniowe, 4) nieprzestrzeganie zasad poprawności językowej; 4) struktura dokumentów i ich forma graficzna.

---

<sup>21</sup> Rynko, M. (red.). (2013). Umiejętności Polaków – wyniki Międzynarodowego Badania Kompetencji Osób Dorosłych (PIAAC). Źródło: [http://eid.edu.pl/upload/file/2013\\_10/ibe-raport-PIAAC-2013.pdf](http://eid.edu.pl/upload/file/2013_10/ibe-raport-PIAAC-2013.pdf), dostęp: grudzień 2014.

### 3.1. Czytelność tekstu

Czytelność tekstu to jego cecha formalna, dotycząca samej aktywności czytania. Przebieganie wzrokiem po linii tekstu może być procesem naturalnym i niewymagającym wysiłku – wtedy tekst jest bardzo czytelny. Długie zdania i wielosylabowe wyrazy mogą jednak sprawić, że czytelnik szybko zacznie się męczyć. Narzędziem oceny czytelności tekstów jest m.in. indeks mglistości Roberta Gunninga (FOG) (dostosowany do specyfiki polszczyzny). Posługuje się on algorytmem oceniającym czytelność na podstawie liczby słów w zdaniu i liczby trudnych słów w relacji do łatwych. Rezultat to liczba lat nauki wymagana do zrozumienia tekstu. Im wyższy wskaźnik FOG, tym tekst jest trudniejszy. I tak:

- FOG 1-6 określa język bardzo prosty, zrozumiały dla osób z wykształceniem podstawowym,
- FOG 7-9 określa język prosty, zrozumiały dla osób z wykształceniem gimnazjalnym,
- FOG 10-12 określa język dość prosty, zrozumiały dla osób z wykształceniem średnim,
- FOG 13-15 określa język dość trudny, zrozumiały dla osób o wykształceniu na poziomie studiów licencjackich,
- FOG 16-17 określa język trudny, zrozumiały dla osób o wykształceniu wyższym magisterskim,
- FOG 18-21 określa język bardzo trudny, przystępny na poziomie studiów doktoranckich,
- FOG 22 i więcej wymaga doktoratu.

W języku polskim trudne wyrazy to najczęściej wyrazy 4-sylabowe i dłuższe. Posługując się wskaźnikiem FOG, można określić czytelność umów. Uwzględniając ustalenia dotyczące odbiorcy, wskaźnik FOG w wypadku umów powinien wynosić maksymalnie 12. Wówczas będą one czytelne dla osoby o wykształceniu średnim. Teksty o mglistości wyższej niż 13 należy poprawić, a powyżej 20 powinno się odrzucić.

Oto wyniki oceny mglistości wybranych losowo fragmentów z umów czterech operatorów telefonii komórkowej (wszystkie cytaty w ekspertyzie przytoczone są dosłownie, z zachowaniem oryginalnej pisowni):

#### 1) Orange:

W przypadku zawarcia Umowy abonenckiej związanej z ulgą przyznaną Abonentowi, wysokość roszczenia z tytułu jednostronnego rozwiązania Umowy abonenckiej przez Abonenta lub przez Dostawcę usług z winy Abonenta przed upływem terminu, na jaki umowa abonencka została zawarta nie może przekroczyć wartości ulgi przyznanej Abonentowi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia Umowy do dnia jej rozwiązania.

Liczba zdań: 1.



Liczba słów: 58.

Procent słów trudnych (składających się z 4 lub więcej sylab): 6,90.

FOG: 25,96.

## 2) Play

W przypadku, gdy zawarcie niniejszej Umowy wiązało się z przyznaniem Abonentowi przez Operatora ulgi, Operator jest uprawniony żądać kary umownej z tytułu rozwiązania Umowy przez Abonenta lub przez Operatora z przyczyn leżących po stronie Abonenta przed upływem okresu, na który Umowa została zawarta, w wysokości nieprzekraczającej równowartości ulgi przyznanej Abonentowi i pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia Umowy do dnia jej rozwiązania. Roszczenie nie przysługuje w przypadku rozwiązania przez Abonenta będącego konsumentem Umowy przed rozpoczęciem świadczenia Usług Telekomunikacyjnych, chyba że przedmiotem ulgi jest telekomunikacyjne urządzenie końcowe.

Liczba zdań: 2.

Liczba słów: 92.

Procent słów trudnych: 7,61.

FOG: 21,44.

## 3) T-mobile

Zgoda obejmuje otrzymywanie od Operatora i Partnerów informacji handlowych, w tym drogą elektroniczną i przy użyciu automatycznych systemów informacji głosowej oraz przetwarzania danych osobowych i danych transmisyjnych dla celów marketingowych Operatora i Partnerów, z wyłączeniem e-maila obsługowego, chyba że jest/są tożsamy z e-mailem kontaktowym.

Liczba zdań: 1.

Liczba słów: 44.

procent słów trudnych: 22,73.

FOG: 26,69.

## 4) Plus

4. Rozpoczęcie świadczenia usług na warunkach określonych Anekssem nastąpi pierwszego dnia najbliższego okresu rozliczeniowego po dniu zawarcia Aneksu. W sytuacji, gdy zawarcie Aneksu nastąpiło w ciągu 7 dni przed końcem bieżącego okresu rozliczeniowego rozpoczęcie świadczenia usług na warunkach zmienionych Anekssem może nastąpić od pierwszego dnia kolejnego miesiąca rozliczeniowego.
5. W czasie oznaczonym Umowy Abonent może zmienić wybraną Taryfę/Promocyjny Plan Cenowy wyłącznie na Taryfę/Promocyjny Plan Cenowy określony Regulaminem Promocji, z miesięczną opłatą abonamentową o wyższej wartości.

6. Postanowienia Aneksu odnoszą się do każdej Umowy i zostają inkorporowane do treści każdej Umowy.

Liczba zdań: 4.

Liczba słów: 88.

Procent słów trudnych: 5,6.

FOG: 11,07.

Z przytoczonych wyżej fragmentów tylko ostatni ma wskaźnik mniejszy niż 12. Oznacza to, że może być on zrozumiany przez osobę o wykształceniu średnim, pozostałe wymagają wykształcenia wyższego – na poziomie doktoratu (!). Jak widać, istotną determinantą czytelności jest długość zdań. Tekst zbudowany z krótszych zdań jest bardziej czytelny.

Podpisanie umowy z dostawcą usług telekomunikacyjnych wiąże się ze zobowiązaniami finansowymi dla tego, który tę umowę podpisuje. Bardzo ważne jest więc dla odbiorców, by rozumieli, na co się godzą, podpisując umowę. Niestety, informacje dotyczące zobowiązań finansowych w umowach, choć powinny być najbardziej przejrzyste, okazują się być najbardziej „mgliste”. Oto kilka przykładów:

Okres Promocyjny – okres wskazany w części A Umowy Abonenckiej (Części Szczegółowej PWU), oznacza ilość miesięcznych Okresów Rozliczeniowych przypadających bezpośrednio po zawarciu Umowy Abonenckiej, po upływie których Opłata Abonamentowa za wybraną Usługę należna w odniesieniu do Okresu Rozliczeniowego przypadającego bezpośrednio po Okresie Promocyjnym obejmuje również Opłaty Abonamentowe za tę Usługę należne w Okresie Promocyjnym.

Wartość ulgi przyznanej Abonentowi, który zawarł Umowę Abonencką na czas określony w kolejnych Okresach Dodatkowych Umowy Abonenckiej stanowi iloczyn miesięcy, na który została zawarta Umowa Abonencka na czas określony oraz różnicy pomiędzy ceną Usług w przypadku zawarcia Umowy Abonenckiej na czas określony, a kwotą którą Abonent zobowiązany byłby uiścić, gdyby korzystał z Usług na podstawie Umowy zawartej na czas nieokreślony, zgodnie z PWU, bądź zgodnie z ceną wskazaną w Cenniku (jedynie w przypadku Usług, których cena nie została określona PWU) (sic!).

W przypadku zawarcia Umowy abonenckiej związanej z ulgą przyznaną Abonentowi, wysokość roszczenia z tytułu jednostronnego rozwiązania Umowy abonenckiej przez Abonenta lub przez Dostawcę Usług z winy Abonenta przed upływem terminu, na jaki umowa została zawarta, nie może przekraczać wartości ulgi przyznanej Abonentowi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania.

Kara umowna nie przekroczy wartości ulgi przyznanej Abonentowi pomniejszonej o proporcjonalną wartość tej ulgi za okres od dnia zawarcia Umowy do dnia jej rozwiązania. Dla uniknięcia wątpliwości precyzuje się, że w przypadku, gdy pomniejszona we wskazany sposób ulga będzie wyższa niż podana wyżej maksymalna wartość kary lub jej równa, to kara umowna jest równa tej maksymalnej wartości. Jeśli zaś pomniejszona we wskazany sposób ulga będzie niższa niż maksymalna wartość kary umownej, to kara ta jest równa tak pomniejszonej uldze.

Zrozumienie powyższych ustępów utrudnia nie tylko obecność słów trudnych – wielosylabowych i abstrakcyjnych, ale również skomplikowana składnia, posługiwanie się terminologią, wielokrotne powtórzenia określonych struktur syntaktycznych, w końcu błędy interpunkcyjne i składniowe, np. opuszczenie przyimka.

### 3.2. Terminologia

Terminy to nazwy o umownie ustalonym znaczeniu, przyporządkowane do pojęć wchodzących w zakres zainteresowań określonej dziedziny. Dla zrozumiałości umów istotne jest to, jak duża jest liczba terminów i na ile są to terminy znane przeciętnemu odbiorcy. W umowach telekomunikacyjnych, które są czynnościami prawnymi, dominuje terminologia prawnicza i telekomunikacyjna. Są to takie terminy, jak np.: *dynamicznie przydzielany adres IP, limit transferu, cesja uprawnień, automatyczne systemy wywołujące, płatność w systemie PRE-PAID, usługi głosowe, usługi bezprzewodowe, telekomunikacyjne urządzenie końcowe, okres przywiązania, automatyczne systemy wywołujące, marketing bezpośredni, usługi o wartości wzbogaconej, zobowiązanie niepieniężne, elementy aktywne i pasywne instalacji, rozwiązania telemetryczne, ruch generowany maszynowo, ruch typu „maszyna do maszyny”, ruch typu „maszyna do użytkownika”, atak Denial of Service, podmiot, grupa kapitałowa, usługi konwergentne, CLIP, CLIR, automatyczne BOA, generowanie ruchu pomiędzy urządzeniami, urządzenie telekomunikacyjne realizujące funkcję zakończenia sieci stałej, e-mail obsługowy, dane transmisyjne, systemy informacji głosowej.*

Umowy są nimi przesyczone. Niektóre z nich mogą być znane odbiorcy wyedukowanemu w procesie korzystania z usług telekomunikacyjnych, ale większość pozostaje niejasna. Niezrozumiałość umów, wynikająca z przesycenie ich terminologią jest jednym z powodów nieczytania umów przez Polaków. Z badania z GfK Polonia przeprowadzonego na zlecenie portalu Zafinansowani.pl<sup>22</sup> tylko 16 procent Polaków dokładnie zapoznaje się z umową przed jej podpisaniem, co piąty rzadko czyta dokumenty

---

<sup>22</sup> Czy Polacy czytają umowy? Raport, źródło: <http://www.zafinansowani.pl/zarzadzanie-pieniedzmi/czy-polacy-czytaja-umowy-raport>, dostęp: grudzień 2014.

lub nie czyta ich wcale. Respondenci jako główny powód lekceważenia podpisywanych dokumentów wskazują długość umowy (aż 84 procent wskazań), połowa Polaków uważa, że umowy są nieczytelne, a co trzeci ankietowany twierdzi, że są napisane niezrozumiałym językiem.

Zrozumiałość tekstu można podnieść poprzez ograniczenie terminologii i wprowadzenie definicji. Analizując umowy, można odnieść wrażenie, że autorom szczególnie zależy na wprowadzaniu terminologii w miejscach, które tego nie wymagają, bo język ogólny dostarcza środków dla jasnego i precyzyjnego wyrażenia treści, np. zamiast używać terminu „e-mail obsługowy” można powiedzieć „podany przez abonenta adres e-mail”, zamiast „kanał składania zamówień” – „sposób składania zamówień (przez telefon lub w biurze obsługi klienta)”, zamiast „ujawnienie woli w zakresie” – „zgoda na coś”. Czasem powstają twory wręcz kuriozalne, jak np. „oświadczenie Klienta w przedmiocie braku woli kontynuowania Umowy” albo „oświadczenie może zostać dokonane przy spełnieniu (...) warunków”.

Część terminów można wyjaśnić, podając ich definicję lub dodając przykłady, np. pisząc o środkach porozumiewania się na odległość, można wyjaśnić, że są to np. drukowany lub elektroniczny formularz, list w postaci drukowanej lub elektronicznej itd. Nie jest to jednak, niestety, praktykowane.

Obok terminologii rozumienie umów utrudnia też nasycenie tekstu słownictwem abstrakcyjnym, np. *integralność, dystrybucja, integracja, system telekomunikacyjny, roszczenia, zobowiązania, aktualizacja, synchronizacja, transmisja, identyfikacja, ekwiwalent, inkorporowany, benefit, wiarygodność*.

Autorzy umów nie szukają ekwiwalentów znaczeniowych dla słów trudnych i abstrakcyjnych, co mogłoby ułatwić odbiorcy zrozumienie treści przekazu.

### **3.3. Składnia**

Teksty analizowanych umów charakteryzują się przede wszystkim występowaniem długich, zawiłych konstrukcji syntaktycznych składających się z kilkudziesięciu, a nawet kilkuset (!) wyrazów, np.

Abonent i Cyfrowy Polsat uprawnieni są do rozwiązania Umowy Abonenckiej (w całym okresie jej obowiązywania) z zastrzeżeniem pkt. 13 i 14 poniżej, z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec Okresu Rozliczeniowego, chyba że inną długość okresu wypowiedzenia zastrzeżono w PWU, przy czym wypowiedzenie rozpoczyna bieg w pierwszym dniu Okresu Rozliczeniowego, następującego po Okresie Rozliczeniowym, w którym drugiej Stronie

doręczono oświadczeniu o wypowiedzeniu Umowy Abonenckiej. Oświadczenie o wypowiedzeniu Umowy Abonenckiej powinno zostać złożone w formie pisemnej. (77 wyrazów)

Postanowienia dotyczące jakości usług, zakresu obsługi serwisowej, sposobów dokonywania płatności, ograniczeń w zakresie korzystania z udostępnionych Abonentowi przez Operatora Telefonów, o ile takie zostały wprowadzone przez Operatora, połączeń z numerami alarmowymi, gromadzenia danych o lokalizacji Telefonu o ile takie dane są gromadzone, ograniczeń w dostępie lub korzystania z usług i aplikacji, procedur wprowadzonych przez Operatora w celu pomiaru i organizacji ruchu w Sieci Telekomunikacyjnej, aby zapobiec osiągnięciu lub przekroczeniu pojemności łącza, wraz z informacją o ich wpływie na jakość świadczonych Usług Telekomunikacyjnych, działań, jakie Operator jest uprawniony podejmować w związku z przypadkami naruszenia bezpieczeństwa lub integralności sieci i usług, sposobów informowania Abonenta o stanie pakietu na transmisję danych oraz o jego wyczerpaniu, zasad umieszczania danych Abonenta w spisie abonentów, sposobów przekazywania Abonentowi informacji o zagrożeniach związanych ze świadczoną Usługą Telekomunikacyjną, w tym o sposobach ochrony bezpieczeństwa, prywatności i danych osobowych, zakresu odpowiedzialności z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy, wysokości i zasad wypłaty odszkodowania, zasad, trybu i terminów składania oraz rozpatrywania reklamacji określone są w Regulaminie świadczenia Usług Telekomunikacyjnych przez P4 sp. z o.o. dla Abonentów. (176 wyrazów)

W takich zdaniach, wielokrotnie współrzędnie i podrzędnie złożonych, następuje osłabienie związków gramatycznych i logicznych między poszczególnymi członami (m.in. wskutek znacznego oddalenia podmiotu od orzeczenia) i nierzadko zaciera się sens całej konstrukcji. Dodatkowo, autorzy zapominają o interpunkcji. Często wypowiedzenia podrzędne uzupełniające i rozwijające są wprowadzane z naruszeniem zasad interpunkcji, a więc nie są wydzielane przecinkami. W efekcie odbiorca gubi się w stosunkach współrzędności i podrzędności i zdanie staje się niezrozumiałe, na przykład:

9.3.1.1. Jeżeli konieczność wprowadzenia zmiany warunków Umowy określonych w niniejszym Kontrakcie Głównym lub w Regulaminie albo zmiany w Cenniku wynika wyłącznie ze zmiany stawki podatku od towarów i usług stosowanej dla Usług Telekomunikacyjnych, Operator podaje jedynie do wiadomości publicznej na [www.t-mobile.pl](http://www.t-mobile.pl) informację o:

9.3.1.2. zmianie warunków Umowy określonych w niniejszym Kontrakcie Głównym lub w Regulaminie lub zmianie w Cenniku, o terminie jej wprowadzenia, wraz ze wskazaniem miejsca udostępnienia treści zmiany lub miejsca udostępnienia warunków Umowy określonych w niniejszym Kontrakcie Głównym, Regulaminu lub Cennika – uwzględniających te zmianę.

Zdarzają się też pojedyncze przypadki zmiany podmiotu, jak np.:

Abonent wyraża zgodę na:

- przetwarzanie przez PTK Centertel moich danych osobowych w celach marketingu produktów i usług pozostałych spółek wchodzących w skład grupy kapitałowej TP oraz w celach marketingu produktów i usług podmiotów współpracujących z PTK Centertel, w szczególności usług finansowych, bankowych i ubezpieczeniowych

Charakterystyczną cechą stylu umów jest nominalizacja, polegająca na formułowaniu rozbudowanych konstrukcji złożonych głównie z szeregów rzeczownikowych, zastępujących połączenia wyrazowe zawierające czasowniki. Powstają wówczas wyrażenia trudne w percepcji, często niezrozumiałe też ze względu na naruszenie związków logicznych i gramatycznych między wyrazami, np.:

W celu korzystania z Usługi konieczne jest złożenie przez Abonenta konta na internetowej stronie portalu [www.plus.pl](http://www.plus.pl) („Konto”) poprzez podanie odpowiednich danych identyfikujących Abonenta, w szczególności numeru MSISDN, zgodnie ze wskazówkami na stronie portalu oraz na stronie Usługi.

Również szyk wyrazów w zdaniu może utrudniać jego zrozumienie:

W przypadku, gdy wpłacone przez Abonenta środki pieniężne w ramach Umowy nie pokryją wszystkich należności Abonenta wobec Cyfrowego Polsatu, Cyfrowy Polsat zastrzega sobie prawo do zaprzestania świadczenia wobec Abonenta wszystkich Usług, realizowanych na podstawie Umowy, co nie wyłącza prawa Cyfrowego Polsatu do zastosowania innych, przewidzianych Umową, Cennikiem oraz Regulaminem świadczenia usług, sankcji.

Za zgodą Abonenta jego dane osobowe przetwarzane będą również w celu marketingu produktów i usług spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej Orange Polska oraz podmiotów współpracujących z Orange, jak też będą spółkom z Grupy Kapitałowej Orange Polska udostępniane.

W analizowanych dokumentach często mamy do czynienia z wyliczeniami. Wydaje się, że autorzy umów próbują zwiększyć jasność przekazu, posługując się wyliczeniami nie w ciągu, ale rozbitymi na wersy i wyróżnionymi kolejną literą alfabetu lub cyfrą. Taki układ graficzny rzeczywiście pozwala lepiej zorientować się w tekście, ale w analizowanych dokumentach dominuje zabieg rozbijania wypowiedzenia nadrzędnego na dwie części, co zaciera sens całej konstrukcji, np.:

Dostawca usług może umożliwić Abonentowi zmianę warunków Umowy abonenckiej, w zakresie:

- a) świadczonych Usług ze wskazaniem elementów składających się na opłatę abonamentową,
- b) okresu, na jaki została zawarta Umowa abonencka w tym minimalnego okresu wymaganego do skorzystania z warunków promocyjnych,

- c) pakietu taryfowego,
- d) sposobu składania zamówień na pakiety taryfowe oraz dodatkowe opcje Usług,
- e) okresu rozliczeniowego

- za pomocą środków porozumiewania się na odległość, w szczególności za pomocą Kanałów dostępu INEA.

Innym elementem zaburzającym jasność przekazu są odwołania. W tekstach umów i dokumentach do nich dołączanych bardzo często autorzy odwołują się do treści zamieszczonych w obrębie tego samego dokumentu (do innych jego punktów, zdań), ale też do innych dokumentów – regulaminów, cenników, warunków oferty. Zrozumienie jednej wypowiedzi wymaga więc od odbiorcy znajomości postanowień innych dokumentów (jeśli są to odwołania zewnętrzne) lub wielokrotnego przechodzenia do innych fragmentów czytanego tekstu (jeśli są to odwołania wewnętrzne), np.:

Oplaty wnoszone z tytułu realizacji niniejszego Porozumienia oraz Umowy będą zaliczane łącznie na poczet najdalej wymagalnych należności z tytułu tych umów. W związku z postanowieniami zdania poprzedzającego, niezależnie od skutków niezachowania aktywnego Pakietu Dodatkowego, o których mowa w niniejszym ustępie, brak uiszczenia opłat z tytułu realizacji niniejszego Porozumienia może skutkować niezachowaniem aktywnego Pakietu Podstawowego (Familijnego) oraz roszczeniami odszkodowawczymi z tego tytułu, wskazanymi w Umowie.

Zakres odpowiedzialności Dostawcy określony został w Regulaminie Świadczenia Usług Telekomunikacyjnych

Zasady zmiany zakresu świadczonych Usług poprzez jego rozszerzenie lub zmniejszenie na wniosek Abonenta szczegółowo określa Regulamin, Cennik oraz PWU.

Powyższe nie wyłącza uprawnień Operatora, o których mowa w pkt.7 i pkt.8 poniżej.

W zamian za ekwiwalent, o którym mowa w Warunkach, wrazam zbiorczo zgodę na...

Zakaz nadużyć telekomunikacyjnych zawarty jest w Kontrakcie Głównym

W takim wypadku Dostawca usług utrwali oświadczenie Abonenta złożone w sposób określony w zdaniu pierwszym i będzie przechowywać je do końca obowiązywania Umowy abonenckiej na zmienionych warunkach i udostępniać jego treść Abonentowi na jego żądanie, zgłoszone w szczególności w trakcie postępowania reklamacyjnego.

Czasami trudno zinterpretować, o jaki fragment tekstu chodzi, na przykład o które „pierwsze zdanie” (zob. ostatni z przytoczonych przykładów).

Negatywnie na zrozumiałość umów wpływa również to, że często są one przygotowywane jako druki uniwersalne dla jakiejś usługi, która może mieć wiele opcji, dlatego w umowach pojawiają się zapisy oboczne. Taka umowa nie jest przejrzysta dla odbiorcy, który musi się skupiać na eliminowaniu informacji, które go nie dotyczą, zamiast na rozumieniu tego, co się do niego odnosi i co go obowiązuje, np.:

Obowiązki Abonenta korzystającego z Promocji:

(...) dokonywanie miesięcznych opłat z tytułu udostępnienia [i] Dekodera Podstawowego [ii] Dekodera Podstawowego i Dekodera Dodatkowego, [iii] Dekodera Podstawowego, Dekodera Dodatkowego i Dysku Twardego, [iv] Dekodera Podstawowego i Dysku Twardego, jeżeli takie opłaty zostały wskazane w Części A Umowy Abonenckiej – Części Szczegółowej PWU, wnoszonych po okresie Promocyjnym dotyczącym opłat z tytułu udostępnienia dekodera [jeśli został on wskazany w Części A Umowy Abonenckiej – Części Szczegółowej PWU].

Umowa w zakresie Usług świadczonych za pomocą Dekodera Dodatkowego oraz/lub udostępnienia tego Dekodera może wygasnąć wraz z końcem okresu udostępnienia tego Dekodera lub Okresu dotyczącego korzystania z Usług świadczonych za pomocą Dekodera Dodatkowego, jeśli Abonent złoży na piśmie oświadczenie woli o wypowiedzeniu Umowy w zakresie Usług świadczonych za pomocą Dekodera Dodatkowego oraz/lub udostępnienie tego Dekodera, co najmniej na trzy Okresy Rozliczeniowe przed upływem terminu wskazanego w pkt. 2 lit. i lub ii. W braku stosownego oświadczenia woli, złożonego w terminie wskazanym w zdaniu poprzednim, Abonent będzie zobowiązany do wnoszenia Opłat Abonamentowych w wysokości określonej w PWU bądź Cenniku dla Abonentów (w zależności od tego, z jakiej Usługi będzie korzystał na Dekoderze Dodatkowym) dla umów zawartych na czas nieokreślony.

### **3.4. Poprawność językowa**

Przestrzeganie reguł poprawności językowej jest jednym z najważniejszych warunków skutecznej komunikacji. Tekst poprawny językowo to tekst wolny od usterek fleksyjnych, składniowych, frazeologicznych, ortograficznych i interpunkcyjnych. W analizowanym materiale największe zastrzeżenia budzi poprawność interpunkcyjna i ortograficzna – w zakresie użycia wielkiej litery.

We wszystkich dokumentach wyraźnie widać tendencję do nadużywania wielkich liter. W języku polskim reguły używania wielkiej litery są odmienne niż w języku angielskim, a wydaje się, że na wzorcach anglojęzycznych wzorują się autorzy umów, regulaminów



i ofert. Przede wszystkim w języku polskim nie stosujemy wielkiej litery na oznaczenie nazw pospolitych, potocznych czy też wszelkiego rodzaju terminów. Wielką literą można zapisać nazwy pospolite użyte w funkcji nazw własnych, np. Umowa, Cennik, Regulamin, Abonent, Operator; ale w nazwach wielocłonowych umów, deklaracji, ustaw wielką literą należy rozpoczynać tylko pierwszy wyraz. Nie ma uzasadnienia znaczeniowego ani grzecznościowego dla tego, by każdy wyraz wielocłonowej nazwy zapisywać wielką literą. A zatem: Oferta promocyjna, Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych, Warunki oferty promocyjnej, Harmonogram spłaty rat, a nie, jak to jest w analizowanych dokumentach: Oferta Promocyjna, Umowa o Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych, Warunki Oferty Promocyjnej, Harmonogram Spłaty Rat. Zupełnie nieuzasadnione są przypadki wyróżniania wielką literą takich wyrazów, jak: taryfa, usługa, aktywacja, numer telefonu, sieć telekomunikacyjna, gdy nie występują one w funkcji nazw własnych, np.:

Wyrażam zgodę na przetwarzanie mojego imienia, nazwiska, Numeru Telefonu oraz pełnego adresu zamieszkania.

Oferta Promocyjna dotyczy Usług w wariantach Telefonii Nomadycznej, Telefonii Komórkowej oraz Telefonii Nomadyczno-Komórkowej świadczonych za pośrednictwem Sieci Telekomunikacyjnej wykorzystywanej przez Dostawcę Usług.

Zdarza się też, że autor dokumentu nie jest konsekwentny w stosowanym zapisie i używa naprzemiennie wielkich i małych liter, np.:

Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze Stron. Niniejsza Umowa stanowi całość i uchyla wszelkie ewentualne wcześniejsze Umowy i uzgodnienia dokonana między stronami.

albo raz przymiotnik w nazwie zapisuje wielką literą, a innym razem małą:

Oferta Promocyjna obejmuje określone w regulaminie Oferty Promocyjnej podwojenie minut w stosunku do puli minut określonej w wybranej w Umowie przez Abonenta Taryfie, pulę bezpłatnych minut do Abonentów Sferia oraz ulgi w Oplacie abonamentowej, opłacie z tytułu Aktywacji Usługi oraz ulgi w cenie Urządzenia abonenckiego w stosunku do opłat i cen określonych w Umowie i Cennikach.

Bardzo często w analizowanym materiale pojawiały się błędy w przestankowaniu. Autorzy zazwyczaj pomijają odpowiednie znaki interpunkcyjne, rzadziej wprowadzają znaki przestankowe zbędne. Odnotowania wymagają przede wszystkim:

- pomijanie przecinka lub przecinków w wypowiedzeniach z imiesłowowymi równoważnikami zdania:

Operator może zmienić warunki umowy doręczając na piśmie Użytkownikowi z conajmniej (sic!) jednomiesięcznym wyprzedzeniem treści proponowanej zmiany.

W przypadku gdy umowa została zawarta poza Biurem Obsługi Operatora lub na odległość Użytkownik ma prawo od niej odstąpić w terminie 10 dni od daty zawarcia umowy składając Operatorowi pisemne oświadczenie.

- pomijanie drugiego przecinka w wypowiedzeniu z członem wtrąconym:

Okresem rozliczeniowym, będącym podstawą do rozliczenia należności Abonenta wobec Orange jest miesiąc.

Ceny Usług, w tym usług telefonicznych i usług dodatkowych nie objętych Ofertą Promocyjną naliczane będą zgodnie z aktualnymi Cennikami stosowanymi przez Dostawcę Usług.

- pomijanie przecinka w zdaniach podrzędnie złożonych:

Jeżeli Użytkownik nie zapłacił należności za usługi telekomunikacyjne w terminie 14 dni kalendarzowych od daty płatności Operator ma prawo zawiesić świadczenia wszelkich usług na rzecz Użytkownika w ramach jednego wspólnego konta abonenckiego oraz wypowiedzieć wszystkie umowy świadczenia usług rozliczane w ramach jednego wspólnego konta abonenckiego ze skutkiem natychmiastowym bez prawa żądania przez Użytkownika odszkodowania ze strony Operatora z tytułu jednostronnego wypowiedzenia umowy z zastrzeżeniem, że Operator uprzednio wysłał wezwania do zapłaty należności w jednej z powszechnie przyjętej formie komunikacji tj. np. sms, e-mail, forma pisemna.

W przypadku braku odmiennej dyspozycji Abonenta wpłaty dokonywane na rachunek bankowy Operatora zaliczane będą na poczet długu najdawniej wymagalnego a przede wszystkim na związane z tym długiem zaległe odsetki.

- pomijanie przecinka przy zdaniach wtrąconych:

Dane wykorzystywane będą wyłącznie w dopuszczalnych prawem celach w szczególności dla potrzeb prawidłowego wykonania niniejszej umowy oraz w celach marketingowych i promocyjnych Operatora.

- pomijanie przecinka przed spójnikiem „który”:

Ustala się, że dyspozycję dotyczącą nie przedłużania umowy terminowej należy złożyć w formie pisemnej najpóźniej na dwa miesiące przed datą do której umowa terminowa została zawarta liczone od

pierwszego dnia kalendarzowego następującego po miesiącu, w którym złożono dyspozycję dotyczącą nie przedłużania umowy terminowej.

- rozdzielanie przecinkiem połączenia „chyba że”:

Zamawiający składa u Dostawcy usług pisemne Zamówienie na Usługi, w tym pakiety taryfowe oraz dodatkowe opcje Usługi chyba, że Dostawca usług zwolni Zamawiającego z tego obowiązku.

- brak konsekwencji w stawianiu znaków interpunkcyjnych na końcu rozbudowanych wyliczeń, naprzemiennie stawiane są przecinki, średniki lub nie stawia się żadnych znaków.

Umowy nie są też wolne od błędów literowych, zazwyczaj jest to niestosowanie polskich znaków.

### **3.5. Struktura i forma graficzna**

O tym, czy odbiorca przeczyta tekst, często decyduje jego forma graficzna. Zniechęcająca – może demotywować. Analizowane dokumenty są typem tekstu, który podlega standaryzacji na poziomie struktury. We wszystkich analizowanych umowach znajdują się nagłówki z nazwą określającą rodzaj tekstu – Umowa, Aneks do Umowy, Oferta, Umowa Abonencka na Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych, Umowa Abonencka, Promocyjne warunki Umowy, Umowa o świadczenie Usług Telekomunikacyjnych i Usług Multimedialnych. W niektórych przypadkach dodatkowo przy nazwie podaje się numer umowy, np. „Umowa Abonencka z dnia... numer...”. Poza tym w nagłówku określone są dane podmiotów zawierających umowę. Teksty te podzielone są na rozdziały, paragrafy i punkty – taki układ jest najbardziej przejrzysty, a więc najbardziej pożądany z punktu widzenia potencjalnego odbiorcy. Dzięki niemu odbiorca łatwo może dotrzeć do szczególnie interesujących go fragmentów umowy. W ogólnej architekturze tekstu pozwalają mu się też lepiej zorientować wyróżnione graficznie (przez wytłuszczenie lub kapitaliki) śródtytuły – nazwy paragrafów, np.:

§ 1. Świadczenie usług

§ 2. i 3 Termin oczekiwania na przyłączenie sieci lub termin rozpoczęcia świadczenia usługi

§ 4. Sposoby dokonywania płatności i okres rozliczeniowy

§ 5. Tryb i warunki dokonywania zmian umowy

§ 6. Warunki przedłużania umowy

§ 7. Warunki rozwiązania umowy

§ 8. Warunki umowy określone w regulaminie

## § 9. Postanowienia końcowe

Trzeba zaznaczyć, że większość analizowanych umów ma przejrzystą strukturę, choć nie wszystkie. Zdarzają się umowy, w których wyszczególnia się tylko numery paragrafów, bez tytułów, lub przyjmuje się tylko podział na punkty i podpunkty.

Nieco inaczej rzecz wygląda w przypadku dokumentów dołączanych do umów – regulaminów i ofert. Tutaj rzadko znaleźć można śródtytuły i nazwy paragrafów. Tekst jest podzielony tylko na punkty i podpunkty, a ponieważ są to dokumenty obszerne (ich objętość to średnio 50 tysięcy znaków), odnalezienie w nim interesujących odbiorcę informacji szczegółowych jest w zasadzie niemożliwe.

Nie zachęca też do czytania forma graficzna analizowanych materiałów. Są to dokumenty obszerne – mają od kilkunastu do kilkudziesięciu tysięcy znaków. Znormalizowana strona to 1800 znaków. Wydrukowanie ich w formacie standardowym zajęłoby więc kilkanaście stron, dlatego autorzy umów, by ograniczyć liczbę stron, drukują je, wykorzystując czcionki wielkości 7 i 8 punktów, z pojedynczą interlinią. Jest to w zasadzie tekst nieczytelny. Zdarzają się dokumenty wydrukowane w układzie dwóch kolumn na stronie i wtedy czcionka jest jeszcze mniejsza – ma 6 punktów. W analizowanym zbiorze pojedyncze umowy są wydrukowane większą czcionką – 11-punktową. Niestety, również wtedy, gdy czcionka jest większa, nadal mamy do czynienia z pojedynczą interlinią i małe światło między wierszami powoduje, że tekst jest bardzo zagęszczony i trudny w czytaniu.

## 4. Wnioski

Przedstawiona analiza umów telekomunikacyjnych telefonii komórkowej i stacjonarnej telewizji kablowej i sieciowej pozwala sformułować następujące wnioski.

Przede wszystkim, można odnieść wrażenie, że umowy i inne dokumenty będące integralną częścią umów telekomunikacyjnych są przygotowane przez ich autorów tak, by zabezpieczać tylko interes nadawcy. Wydaje się, że zarówno forma graficzna, układ tekstu, jak i sposób jego opracowania (struktura składniowa, nasycenie terminologią) służą temu, by zniechęcić odbiorcę do zapoznawania się z treścią umowy. Autorzy dokumentów nie dbają o jasność przekazu. Jak pokazała ocena czytelności umów, ich zrozumienie wymaga od odbiorcy kompetencji właściwej osobom z wykształceniem wyższym (na poziomie doktoratu).

Taki stan rzeczy nie ma przesłanek formalnych. Umowy należą do sfery komunikacji społecznej, która związana jest z działalnością prawną, dlatego w tekstach umów zawsze

będziemy mieli do czynienia ze stylem urzędowym. Charakterystyczna jest dla nich: dyrektywność, znaczna konwencjonalizacja języka (typowe tylko dla stylu urzędowego, odbierane jako urzędowe i oficjalne terminy, zwłaszcza terminologia prawnicza, administracyjna, handlowa i ekonomiczna), używanie utartych związków frazeologicznych, stosowanie form bezokolicznikowych i nieosobowych, używanie odczasownikowych i odprzymiotnikowych rzeczowników abstrakcyjnych, używanie konstrukcji analitycznych. Ponadto zwyczajowo ustalony porządek kompozycyjny – ujmowanie wypowiedzi w punkty i paragrafy. Odbiorca o przeciętnej kompetencji komunikacyjnej jest przygotowany na taki przekaz i jest w stanie go zrozumieć, o ile nadawca nie utrudni mu tego, tak jak to ma miejsce w przypadku analizowanych dokumentów. Kształt umów telekomunikacyjnych jest niewątpliwie efektem zaniechania ze strony ich autorów, a więc powstrzymania się od działań, które na podstawie ustawy Prawo telekomunikacyjne powinny były nastąpić.

Rynek telekomunikacyjny podzielony jest na hurtowy i detaliczny. Rynek hurtowy to usługi telekomunikacyjne świadczone na rzecz firm i innych operatorów telekomunikacyjnych, i na tym rynku obowiązują tzw. oferty ramowe i szczegółowe, czyli dokumenty, które są podstawą do tworzenia kolejnych dokumentów określających prawa i obowiązki uczestników rynku telekomunikacyjnego. Są one pisane językiem specjalistycznym, ale zrozumiałym dla przedsiębiorców telekomunikacyjnych i prezesa UKE (Urzędu Komunikacji Elektronicznej). Umowa, z jaką spotyka się konsument, jest pochodną takich ofert ramowych, ale nie dostosowaną do jego kompetencji. Zadaniem przedsiębiorców telekomunikacyjnych powinno być zrezygnowanie w umowach przeznaczonych dla klientów detalicznych z posługiwania się hermetycznym językiem zrozumiałym tylko dla podmiotów hurtowego rynku telekomunikacyjnego, i zastąpienie go językiem zrozumiałym dla przeciętnego Polaka.

Autorzy umów powinni zadbać o ich zrozumiałość, wprowadzając potrzebne zmiany, takie jak:

- ograniczenie zbędnej terminologii i słownictwa abstrakcyjnego, zastąpienie go słownictwem konkretnym, a także wprowadzenie wyjaśnień przy terminach koniecznych,
- zadbanie o przejrzystość wypowiedzi, którą można osiągnąć między innymi, eliminując długie i wielokrotnie złożone wypowiedzenia, zastępując konstrukcje imiesłowowe, konstrukcjami podrzędnymi ze spójnikiem „który”,
- zadbanie o poprawność językową, zwłaszcza w zakresie interpunkcji, bo w tym obszarze, jak się okazało, jest najwięcej uchybień,

- skrócenie umów i zmianę ich formy graficznej (zwiększenie czcionki, wprowadzenie światła między wierszami, wprowadzenie wyróżników w tekście, które ułatwiają korzystanie z niego – np. zapisanych inną czcionką lub wytłuszczonych śródtytułów, nazw paragrafów itp.).

ANEKS

## **Spis dokumentów**

### **Telefonia komórkowa**

#### **Orange**

Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych

Aneks do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych

#### **Play**

Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych

Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych (dla osób indywidualnych prowadzących działalność gospodarczą)

#### **Plus**

Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych

Aneks do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych

Regulamin Promocji „Taryfy LTE – Rozmowy i SMSy bez limitu”

Regulamin Promocji „Taryfy LTE – Rozmowy i SMSy bez limitu za 0 zł na start”

#### **T-mobile**

Umowa o Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych

Aneks do Umowy o Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych

Warunki Oferty Promocyjnej „Wymiana telefonu na raty – nowa firma”

Warunki Oferty Promocyjnej „Wymiana telefonu na raty – oferta limitowana”

Warunki Oferty Promocyjnej „Wymiana Telefonu II”

#### **Operator telefonii Sferia**

Umowa

Regulamin oferty promocyjnej

### **Cyfrowa telewizja naziemna i kablowa**

## **Cyfrowy Polsat**

Umowa abonencka

Promocyjne Warunki Umowy „Nowy Cyfrowy Polsat” część ogólna, część A, część B

## **East & West**

Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych i usług multimedialnych

## **Echostar**

Umowa abonencka

## **Inea**

Umowa abonencka

Aneks do umowy abonenckiej

Regulamin Promocji Usługi Sieciowe

Regulamin Promocji Mobilny Cyfrowy Dom

Regulamin Promocji Multimedialny Dom

## **Inotel**

Umowa abonencka

Aneks do umowy abonenckiej

## **Tesat**

Umowa Abonencka na Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych

## **UPC**

Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych

## **Vectra**

Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych

dr Barbara Sobczak

## **CZ. VII. UMOWY DEWELOPERSKIE I NA USŁUGI KOMUNALNE (DOSTAWY PRĄDU ELEKTRYCZNEGO, GAZU, UMOWY NAJMU LOKALI)**

### **Uwagi wstępne**

Analizie poddano dokumenty funkcjonujące w obrocie konsumenckim, przede wszystkim umowy zawierane z klientami indywidualnymi na dostawę energii elektrycznej i paliwa gazowego, umowy najmu, deweloperskie, rezerwacyjne, Ogólne warunki umów kompleksowych, taryfy, cenniki, aneksy do umów, Zbiór praw konsumenta energii elektrycznej, Zbiór praw konsumenta paliw gazowych, a także kierowaną do klientów korespondencję. Uwzględnić należy specyfikę umów najmu, które mogą być zawierane w formie aktu notarialnego i umów deweloperskich, które od 2012 roku muszą być zawierane w taki sposób. Gwarantuje to Ustawa o ochronie praw nabywcy lokalu mieszkalnego lub domu jednorodzinnego, która weszła w życie 29.04.2012 r., czyli tzw. ustawa deweloperska<sup>23</sup>. „Do czasu wejścia w życie Ustawy, umowy deweloperskie, jako umowy nienazwane, przybierały różne formy. Najczęściej były zawierane umowy przedwstępne zobowiązujące strony do zawarcia umowy przeniesienia własności zabudowanej nieruchomości lub odrębnej własności lokalu na rzecz nabywcy (najczęściej bez zachowania formy aktu notarialnego) albo umowy uregulowane w art. 9 ustawy z dnia 24 czerwca 1994 r. o własności lokali, na podstawie których właściciel gruntu (deweloper) zobligowany był do wybudowania domu oraz do ustanowienia odrębnej własności lokali i przeniesienia tego prawa na drugą stronę umowy lub na inną wskazaną osobę”<sup>24</sup>. Ustawa deweloperska, obowiązująca od 2012 roku, przewiduje dwa typy umów: przedwstępną umowę deweloperską oraz umowę deweloperską – obie muszą być sporządzane w formie aktu notarialnego. Gwarantują one skuteczną realizację praw nabywcy, chroniąc go dzięki temu w razie niedotrzymania przez przedsiębiorcę warunków umowy. Stanowią ponadto podstawę wpisu do księgi wieczystej. Nowy typ umowy ma zabezpieczać interesy nabywców nieruchomości, wprowadza nawet równy

---

<sup>23</sup> Ustawa z dnia 16 września 2011 roku o ochronie praw nabywcy lokalu mieszkalnego lub domu jednorodzinnego (Dz. U. z 2011 r., Nr 232, poz. 1377), por. <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20112321377>, dostęp 2.12.2014.



podział opłaty notarialnej między stronami, deweloperem i kupującym. Ustawa w art. 22 ust. 1 wymienia postanowienia, które powinna zawierać umowa deweloperska.

## **I. Typografia i infografika**

Umowy jako teksty o charakterze urzędowym mają podobny układ treści, ale – jak w przypadku analizowanego materiału – często różny wygląd. Podobne do siebie są umowy konsumenckie, które różnią się od umów deweloperskich. Standaryzacja tekstów jest widoczna także w układzie kompozycyjnym. W badanym materiale wyróżniono teksty umów, załączniki stanowiące integralną część umowy (regulamin, taryfa, cennik) oraz pozostałe opracowania (zbiory praw, pisma itp.).

Druki obowiązujących umów mogą mieć różne realizacje, ale zasadniczy układ jest powtarzalny i zawiera:

- stopkę (logo firmy, np. PGNiG i ENEA);
- tytuł umowy, z datą jej zawarcia;
- wstęp (określenie stron i przedmiotu umowy, z datą jej zawarcia, jeśli nie została określona w tytule umowy);
- tekst główny (treść umowy), podzielony na części (paragrafy) oraz tekst poboczny (przypisy).

Kształt typograficzny aktu notarialnego jest typowy dla norm obowiązujących w Polsce<sup>25</sup>. Nie będzie on zatem przedmiotem szczegółowej analizy typograficznej ze względu na swój szablonowy charakter. Zasady tworzenia aktu notarialnego określa pośrednio Rozporządzenie ministra sprawiedliwości z 28 czerwca 2004 r. w sprawie maksymalnych stawek taksy notarialnej<sup>26</sup>. Co istotne, dokument musi zawierać minimum 25 wersów na stronę, „Za stronę uważa się tekst obejmujący nie mniej niż 25 wierszy”<sup>27</sup>, z wyjątkiem ostatniej, która może być krótsza. Akt notarialny musi być pisany z użyciem takiej czcionki i odstępów między wierszami, aby na stronie znalazło się co najmniej 25 linijek tekstu. O zasady typograficzne pytali już na forach zaniepokojeni nabywcy lokali, by nie godzić się na wygórowane opłaty notarialne, ale okazuje się, że w kwestiach wielkości czcionek, kroju, wielkości interlinii

---

<sup>24</sup> <http://www.infor.pl/prawo/gmina/nieruchomosci/306063,Umowa-deweloperska-co-zmienia-nowa-ustawa.html>, dostęp 2.12.2014.

<sup>25</sup> Por. Prawo o notariacie, art. 91 – 95, Ustawa z dnia 14 lutego 1991 (Dz. U. 1991 Nr 22 poz. 91 z późn. zm., Dz.U. z 2014 poz. 164, 993, 1585), por. <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19910220091>, dostęp 2.12.2014.

<sup>26</sup> <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20041481564>, dostęp 2.12.2014 oraz <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20130000237>, dostęp 2.12.2014.

<sup>27</sup> <http://umowazdeweloperem.pl/jaka-czcionka-powinien-byc-pisany-akt-notarialny/>, dostęp 2.12.2014.

i objętość tekstu panuje dowolność. Kancelarie prawne niechętnie udostępniają wzory zawieranych umów, najczęściej się na to nie godzą, uzasadniając odmowę ochroną danych osobowych oraz przepisami prawa autorskiego.

**Załącznik 1. Przykładowa strona tytułowa aktu notarialnego** (krój pisma: Times New Roman, wielkość: 14 punktów, tytuł: 24 punkty)

Repertorium A nr      /2013

## AKT NOTARIALNY

Dnia ..... roku (..... r.), przed:-----  
– **notariuszem w ...**, w siedzibie prowadzonej przez niego kancelarii notarialnej w ..., stawili się: -----

**1.** XY imiona rodziców, adres zamieszkania:, PESEL:,-----  
dowód osobisty:,-----  
który oświadczył, że:-----

- jako XXXXXXXX, uprawniony do samodzielnej reprezentacji Spółki, przy niniejszej czynności działa w imieniu i na rzecz Spółki pod firmą: ... posiadającej **REGON:...** oraz **NIP: ...**, wpisanej pod numerem **KRS: ...** do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, powołując się na wydruk informacji odpowiadającej odpisowi aktualnemu z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, z dnia ... 2013 r., dotyczący Spółki pod firmą: ... Spółka Akcyjna z siedzibą w...-----
- dane wynikające z powołanego wyżej wydruku z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego nie uległy zmianie,---
- przy dokonywaniu niniejszej czynności działa zgodnie ze statutem reprezentowanej przez siebie Spółki, w granicach swoich kompetencji i nie zachodzą żadne okoliczności wyłączające bądź ograniczające jego uprawnienia do reprezentowania Spółki pod firmą: ...– Spółka Akcyjna z siedzibą w ..., przy czym zgodnie z § 31 powołanego wyżej statutu zbywanie przez Spółkę nieruchomości w ramach prowadzonej działalności deweloperskiej nie wymaga uprzedniej zgody Zgromadzenia Akcjonariuszy bądź Rady Nadzorczej wyrażonej w odrębnej uchwale, -----

- reprezentowana przez niego Spółka istnieje, nie została postawiona w stan likwidacji, nie toczy się w stosunku do Spółki żadne postępowanie na podstawie przepisów ustawy z dnia 28 lutego 2003 roku Prawo upadłościowe i naprawcze (tekst jednolity: Dz.U. z 2012 r., poz. 1112 – z późniejszymi zmianami) i nie zostały podjęte żadne czynności mające na celu wszczęcie wyżej wymienionych postępowań, -----

2. -----  
imiona rodziców: XXXXXXXX,-----  
adres zamieszkania: -----  
PESEL: -----  
dowód osobisty: , -----  
Tożsamość osób stawających notariusz ustalił na podstawie okazanych dowodów tożsamości, których serie i numery powołano powyżej.

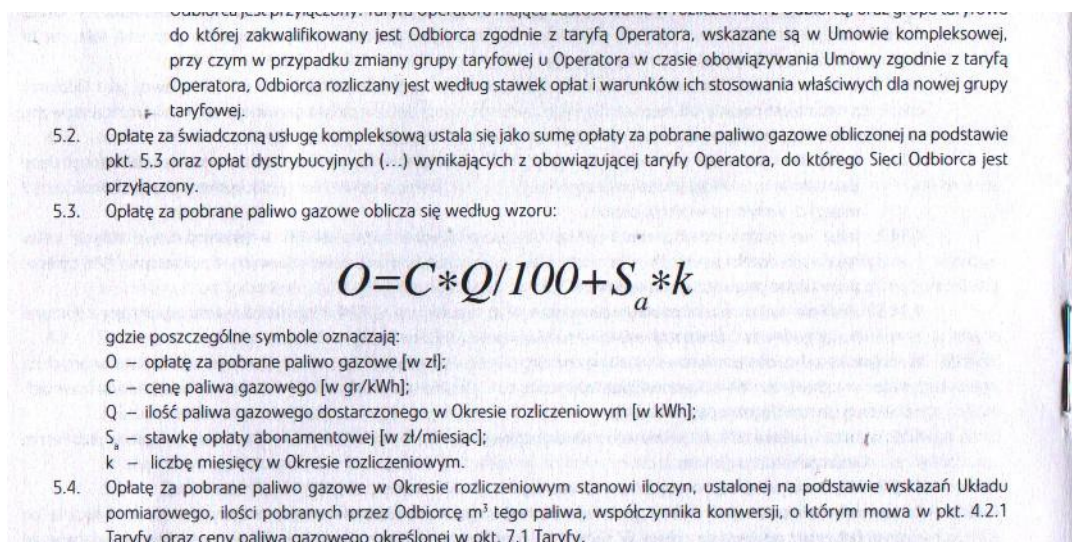
Umowy gazowe, energetyczne wraz z załącznikami (taryfa, regulamin) są najczęściej prezentowane w układzie dwuszpaltowym, co czyni tekst przejrzystym. Wielkość czcionki bywa zróżnicowana, od 6-punktowej w regulaminie (OWU) i taryfie, do 8-punktowej w cenniku i umowie. Rozbieżności są tu bardzo duże, dokumenty drukowane najmniejszą czcionką są prawie nieczytelne, tym bardziej, że treść zajmuje kilka stron. Najczęściej stosowane są interlinie 1,0.

Umowy najmu drukowane są większą czcionką, 10-punktową albo 12-punktową, interlinie są bardziej zróżnicowane (1,0 – 1,5). Krój ani wielkość czcionki nie są jednoznacznie określone, chyba że wynajmujący i najemca decydują się na zawarcie umowy najmu w formie aktu notarialnego (wymogi zostały przedstawione powyżej). Tekst podzielony jest na numerowane paragrafy, np. § 1, § 1. (zapis z kropką albo bez) i paragrafy numerowane oraz tytułowane, np. § 9. *Prawa i obowiązki Najemcy*. Umowy liczą średnio 6 – 9 paragrafów, a załączniki do umów zazwyczaj kilkanaście. Paragraf, zawsze wyśrodkowany, oddzielony światłem, jest widoczny i czytelny. Tytuły oraz ważniejsze fragmenty tekstu różnicuje się za pomocą wielkości czcionki, wersalików, kursywy albo pogrubień. Uzupełniane dane wpisywane są do wydzielonych ramek, luk sygnowanych kolorową linią bądź miejsc wykropkowanych do końca wersu (akt notarialny).

Integralną część wszystkich badanych umów stanowią liczne opracowania w postaci rysunków technicznych, planów geodezyjnych, rzutów mieszkań, planów zagospodarowania przestrzennego itp. Ogólne warunki umowy oraz cennik i taryfy, załączniki stanowiące integralne części umów energetycznych i gazowych, zawierają wykresy, tabele i wzory.

Ilustrację stanowią prezentowane poniżej w formie załączników skany. Klient prawdopodobnie nie korzysta z wzoru, według którego oblicza opłatę za pobrane paliwo gazowe, pozostaje więc pytanie o zasadność przekazywanych mu w cennikach i regulaminach danych technicznych.

## Załącznik 2. Wyciąg z taryf w zakresie dostarczania paliw gazowych



## Segmentacja tekstu

W korpusie tekstowym zasadniczo znajdują się teksty umów, liczące od 2 do 3 stron (najem, umowa gazowa, energetyczna) do kilkudziesięciu (umowa deweloperska). Precyzyjna segmentacja jest więc niezwykle ważna. Stosowanych jest kilka metod numeracji: za pomocą paragrafów, cyfr rzymskich lub arabskich (por. powyższy załącznik), listy literowej oraz podpunktów. Zapis najczęściej jest konsekwentny. Jeśli akapit jest krótki, podpunkty wyróżniają myślniki, kropki albo gwiazdki. Te ostatnie mogą sygnować także wprowadzenie przypisu. Zapis najczęściej jest konsekwentny. W wyliczeniach, np. aktów prawnych, pomija się zapis hierarchiczny, wymieniając w kolejnych wersach ustawy, rozporządzenia itp.

Inny jest układ pozostałych opracowań, niestanowiących integralnej części wymienionych powyżej umów. Wymienić tu warto zbiory praw konsumenta paliw gazowych czy energii elektrycznej. Broszury mają postać wydań zeszytowych. Treści podzielone są na numerowane i tytułowane rozdziały (np. *I. Źródła informacji dla klienta*), podrozdziały (np. *I. 2. Przedsiębiorstwo energetyczne*), śródtytuły (*Po stronie konsumenta*), z wyraźnym oddzieleniem poszczególnych części (akapity). Tekst wyróżniono za pomocą pogrubień oraz kropek, prezentujących kolejne punkty lub oddzielających kolejne rozdziały.

Charakterystyczne dla tych publikacji są ramki, tabele stanowiące słowniki pojęć, a także spisy aktów prawnych, na podstawie których przygotowano dokument. Opracowania mają przejrzysty układ (dużo światła), chociaż brakuje spisu treści.

Korespondencja kierowana do konsumentów ma charakter skonwencjonalizowany, listy stanowią przykłady typowe dla tego rodzaju tekstów (papier firmowy, zwroty grzecznościowe, tekst główny, podpisy). W pismach informujących o zmianie taryfy czy stanowiącej aneks do umowy treści są najczęściej uporządkowane w dwóch, trzech punktach, umieszczonych na jednej albo dwóch stronach.

Niejednokrotnie trudno klientowi ocenić, co faktycznie w dokumencie stanowi istotny przekaz. Selekcja materiału i jego hierarchia zależą od autorów dokumentów. Zasadniczo opracowania są przejrzyste, jednak zdarzają się pewne nielogiczności. Jeśli tytuł **Ważne!** albo **Uwaga!**, zapisany boldem, z wykrzyknikiem, nosi każda ramka w *Zbiorze praw konsumenta energii elektrycznej* i w *Zbiorze praw konsumenta paliwa gazowego*, a ramek w opracowaniu znajduje się ok. 100, przekaz nie jest ani jednoznaczny, ani skuteczny. Poniżej widoczny jest układ typograficzny przykładowego zbioru praw, którego każda strona zawiera kilka ramek. Na dwóch sąsiadujących szpaltach zamieszczono trzy ramki, na stronach 8 – 9 jest ich aż pięć.

### **Załącznik 3. Zbiór praw konsumenta energii elektrycznej**

zorganizowanym pokazie), może od niej odstąpić bez podania przyczyny, składając na piśmie, w **terminie 10 dni od zawarcia umowy, stosowne oświadczenie** przedsiębiorstwu energetycznemu, z którym zawarta została dana umowa. Oświadczenie to może być złożone osobiście w siedzibie przedsiębiorstwa lub listownie, najlepiej ze zwrotnym potwierdzeniem odbioru, przed upływem tego terminu. **Wyjątek stanowi sytuacja, w której odbiorca energii nie otrzyma informacji na piśmie o prawie odstąpienia od umowy.** Wówczas bieg dziesięciodniowego terminu nie rozpoczyna się. W tym przypadku konsument może odstąpić od umowy **w terminie 10 dni od dnia uzyskania informacji o prawie do odstąpienia.** Konsument nie może jednak z tego powodu odstąpić od umowy po upływie 3 miesięcy od jej wykonania. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku umów zawieranych na odległość.

**Ważne!** Odbiorca energii powinien sprawdzić także, czy przedsiębiorstwo energetyczne w treści umowy nie zastrzegło – wbrew przepisom prawa – innej formy odstąpienia. W przypadku skorzystania przez konsumenta z uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy, w terminie 10 dni od zawarcia tej umowy albo uzyskania informacji o prawie odstąpienia, przedsiębiorstwo energetyczne nie może żądać od niego tzw. odstępnego za skorzystanie z tego prawa. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku umów zawieranych na odległość.

W świetle obecnie obowiązujących przepisów podstawowym warunkiem rozwiązania umowy w przypadku zmiany sprzedawcy jest upływ okresu wypowiedzenia.

**Uwaga!** Zawierając nową umowę sprzedaży i wypowiadając dotychczasową umowę, konsument powinien zapoznać się z terminami: wejścia w życie nowej umowy sprzedaży oraz rozwiązania dotychczasowej umowy. Zmiana sprzedawcy (podpisanie nowej umowy sprzedaży) bez weryfikacji przez konsumenta warunków rozwiązania poprzedniej umowy, wiązać się może z negatywnymi skutkami prawnymi wynikającymi z np. dublowania się umów, tj. sytuacji, gdy dotychczasowa umowa jeszcze nie wygasła a następna weszła już w życie.

Po zawarciu umowy sprzedaży z nowym sprzedawcą konieczne jest zgłoszenie tego faktu dystrybutorowi.

Do wykonania wszystkich tych czynności **konsument może upoważnić inny podmiot np. nowego sprzedawcę.**

Dystrybutor jest zobowiązany umożliwić konsumentowi zmianę sprzedawcy, nie później niż w terminie 21 dni od dnia otrzymania powiadomienia o zawarciu umowy sprzedaży lub umowy kompleksowej z nowym sprzedawcą.

**Uwaga!** Dotychczasowy sprzedawca jest obowiązany dokonać rozliczeń z konsumentem, który skorzystał z prawa do zmiany sprzedawcy, nie później niż w okresie 42 dni od dnia dokonania tej zmiany. Dystrybutor jest zobowiązany przekazać dotychczasowemu i nowemu sprzedawcy dane dotyczące ilości zużytej przez konsumenta energii elektrycznej, w terminie umożliwiającym dotychczasowemu sprzedawcy dokonanie rozliczeń z odbiorcą.

#### Oferty sprzedaży – czyli co jest szczególnie ważne dla konsumenta przy zmianie sprzedawcy energii elektrycznej

W procesie porównywania ofert sprzedaży istotne znaczenie mają przede wszystkim:

- cena jednostkowa energii elektrycznej,
- informacja o rzeczywistym zużyciu tej energii,
- okres obowiązywania proponowanej umowy,
- metody płatności oferowane przez sprzedawcę (sposób regulowania płatności),
- warunki rozwiązania umowy, w tym okres wypowiedzenia i okres rozliczeniowy.

#### Masz Wybór – serwis URE dedykowany zmianie sprzedawcy

Na stronie internetowej URE, pod adresem <http://www.maszwybor.ure.gov.pl/> znajduje się specjalna

## VI. Taryfy

Przedsiębiorstwa energetyczne samodzielnie opracowują taryfy odpowiednio do zakresu prowadzonej działalności (posiadanych koncesji).

W rozporządzeniu taryfowym (patrz Akty prawne) określone zostały rodzaje cen i stawek opłat, jakie przedsiębiorstwo energetyczne obowiązane jest ustalić w swojej taryfie oraz kategorie kosztów, jakie należy uwzględnić kalkulując poszczególne ceny i stawki.

#### Obowiązek przedkładania taryf do zatwierdzenia Prezesowi URE

Co do zasady, taryfy dla energii elektrycznej podlegają zatwierdzeniu przez Prezesa URE. Po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego Prezes URE zatwierdza lub odmawia zatwierdzenia taryfy.

Prezes URE może jednak zwolnić przedsiębiorstwo energetyczne (sprzedawcę) z obowiązku przedkładania taryf do zatwierdzenia, jeżeli stwierdzi, że działa ono w warunkach konkurencji.

Obecnie większość sprzedawców sprzedających energię elektryczną konsumentom, niekorzystającym z prawa

Na skopiowanej stronie dobrze widoczna jest także segmentacja tekstu. Za pomocą cyfr rzymskich opisane są kolejne rozdziały (VI. Taryfy), akapity oddzielono światłem, najważniejsze treści wytłuszczono, a pionowy układ kropek wprowadza wyliczenia.

Stosowanie **wersalików** stanowi kolejną z metod wyróżnienia tekstu. Ich użycie może wynikać też z wątpliwości co do formy poprawnego zapisu, stąd ich obecność w tytułach i nagłówkach, np. UMOWA KOMPLEKSOWA, ZBIÓR PRAW KONSUMENTA, OGÓLNE WARUNKI UMOWY KOMPLEKSOWEJ. Aby podkreślić ważny element struktury tekstu, nadużywa się wersalików także w tekście głównym, co potwierdza cała

analizowana dokumentacja. Poniższe przykłady pochodzą z regulaminów oraz korespondencji z klientem, np.

*OGÓLNE WARUNKI DOSTARCZANIA PALIWA GAZOWEGO wprowadzone do stosowania od dnia 1 listopada 2013 roku,*

*Tabela nr 4. Strefy czasowe stosowane w rozliczeniach z Klientami zakwalifikowanymi do grupy taryfowej PEWNA CENA CIEPLY DOM (G12).*

**Odsyłacze** pomagają zachować spójność tekstu, jednak w analizowanym materiale są nadmiernie częste. Przytaczane są Dzienniki Ustaw, kodeksy, publikacje branżowe, załączniki do danej umowy. Odsyłacze dotyczą więc zasadniczo treści samego przekazu albo treści spoza tekstu.

**Odsyłacze zewnętrzne** umożliwiają przywołanie obowiązujących regulacji prawnych, np.

*Stawający oświadczają, że nie są osobami zajmującymi eksponowane stanowisko polityczne w rozumieniu ustawy z dnia 16 listopada 2000 roku o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (tj. Dz. U. 10.46.276 ze zm.).*

Z kolei **odsyłacze wewnętrzne** są dosyć częste i porządkują układ tekstu, np.

*...zwanej dalej Lokalem, oznaczonej kolorem czerwonym na planie sytuacyjnym, będącym załącznikiem nr 3 do niniejszej umowy.*

Zastosowanie w jednym akapicie **kilku odsyłaczy różnego rodzaju** stanowi utrudnienie nawet dla wnikliwego czytelnika:

*Na podstawie art. 384 Kodeksu cywilnego w związku z art. 384 paragraf 1 tego kodeksu oraz w związku z art. 5 ust. 5 ustawy – Prawo energetyczne, PGNiG SA niniejszym wprowadza zmiany do Ogólnych warunków umowy, określającej zasady sprzedaży paliwa gazowego, w ten sposób, że ich postanowienia uzyskują brzmienie określone w dokumencie zatytułowanym „OGÓLNE WARUNKI UMOWY KOMPLEKSOWEJ DOSTARCZANIA PALIWA GAZOWEGO” obowiązujące od dnia 1 lipca 2013 roku załączonym do niniejszego pisma.*

## II. Poprawność językowa

Warunkiem sine qua non skuteczności komunikacyjnej jest poprawność językowa, nie zawsze stanowi ona jednak właściwość wystarczającą. Zdarzają się w badanym korpusie konstrukcje poprawne językowo, ale nielogiczne, co więcej, o nacechowaniu manipulacyjnym, np. *Podanie danych osobowych jest dobrowolne, jednakże niezbędne w celu realizacji umowy.* W większości analizowanych tekstów zauważyć można błędy interpunkcyjne i ortograficzne, chociaż nie jest ich dużo. Badane teksty wykazują poprawność językową, wynikającą ze specyfiki stylu urzędowego. Przykłady znajdują się w poniższym zestawieniu.

### Błędy zapisu

## a) Ortografia

- literówki, występujące sporadycznie:

w (...) *Dzienniku Ustaw i Dzienniku Urzędowym Województwo* [literówka – przyp. KZ]  
*Wielkopolskiego,*

- niekonsekwencje i błędy w użyciu wielkich liter, np. *Umowa Kompleksowa, Lokal Mieszkalny, Dzień Zakończenia Budowy.*

## b) Interpunkcja

- brak znaków przestankowych:

*Ogólne warunki Ogólne warunki świadczenia usługi kompleksowej dla Klientów z grup taryfowych G przyłączonych do sieci niskiego napięcia Wersja z dnia 20.12.2013 r.,*

*Informujemy, że istnieje możliwość dokonania aktualizacji umów na podstawie których sprzedawana i dostarczana jest energia,*

- błędne użycie kropki:

wg. Projektu,

- nadużywanie cudzysłowów:

*Szanowni Państwo,  
PGNiG SA uprzejmie informuje, że ulegają zmianie postanowienia „OGÓLNYCH WARUNKÓW UMOWY KOMPLEKSOWEJ DOSTARCZANIA PALIWA GAZOWEGO” („Ogólne warunki umowy”) stanowiące załącznik do Umowy kompleksowej („Umowa”), na podstawie której dostarczane jest Państwu paliwo gazowe.*

## Błędy leksykalno-gramatyczne

a) **niepoprawna (choć stosowana w języku prawnym) forma gramatyczna czasownika** w akcie notarialnym umowy deweloperskiej:

*Tożsamość osób stawających notariusz ustalił na podstawie okazanych dowodów tożsamości, których serie i numery powołano powyżej*

*Stawający oświadczają...*

b) **niepoprawna forma gramatyczna zaimka** (użycie formy dłuższej zamiast krótszej):

*Strona sprzedająca nie ma żadnych zobowiązań wobec Skarbu Państwa ani wobec jednostki samorządu terytorialnego oraz nie zalega z zapłatą składek na ubezpieczenie społeczne, a także nie zostały jemu doręczone decyzje ustalające wysokość zobowiązań podatkowych ani też nie zostały jemu wydane decyzje określające wysokość zaległości podatkowych oraz ZUS-u z tytułu zaległych składek.*

c) **błędne użycie przyimka**



(jeśli prace już trwają w budynku):

*Dzień zakończenia robót – dzień, w którym zostaną zakończone wszelkie prace na budynku i budynek zostanie zgłoszony do odbioru w celu uzyskania pozwolenia na użytkowanie.*

Każdy znak interpunkcyjny i każdy spójnik zmieniają znaczenie tekstów prawnych, stąd pewna powściągliwość i specyficzne stosowanie interpunkcji w umowach, np.

*Strony postanawiają, że ...strona kupująca zobowiązuje się zapłacić stronie sprzedającej karę umowną w wysokości 2000,00 (dwóch tysięcy) złotych w terminie 14 (czternastu) dni licząc od dnia wezwania do zapłaty wymienionej kwoty.*

#### **d) niekonsekwencja w zakresie użycia małej lub wielkiej litery**

Zastrzeżenia może budzić użycie wielkiej litery. Rzeczownik może zostać zapisany wielką literą, kiedy jest użyty w funkcji nazwy własnej, np. Umowa, Sprzedawca, Odbiorca. W konstrukcjach wielocłonowych tylko pierwszy wyraz zapisuje się wielką literą, np. *Usługa kompleksowa*. Błędne są takie przykłady, jak *Nieruchomość Wspólna, Budynek, Odbiór Lokalu Mieszkalnego*. We wszystkich analizowanych rodzajach umów częste są zapisy wielką literą. Wydaje się to pewną manierą albo też kopiowaniem wzorów umów zagranicznych (angielskojęzycznych). Używa się, dosyć swobodnie, kilku form, np. *Umowa kompleksowa, Umowa Kompleksowa* oraz UMOWA KOMPLEKSOWA, potwierdzających brak konsekwencji w realizacji graficznej.

Pozostaje jeszcze otwarta kwestia świadomości językowej autorów tekstów funkcjonujących w obrocie konsumenckim. Co ciekawe, bezpośrednio na znaczenie i formę zapisu zwraca uwagę cennik firmy ENEA, w odniesieniu do pojęć używanych w umowie (OWU, § 1 p. 1 i p. 2):

*1. O ile z postanowień niniejszego cennika (Cennik) nie wynika inaczej, pojęcia pisane wielką literą mają znaczenie nadane im w Ogólnych Warunkach Umowy Kompleksowej dla Klientów z grup taryfowych G przyłączonych do sieci niskiego napięcia (OWU).*

*2. Pozostałe pojęcia, niezdefiniowane w Umowie, posiadają znaczenie nadane im w aktach prawnych i dokumentach, o których mowa w par. 1 ust. 3 OWU, a także Cenniku albo Taryfie Sprzedawcy i Taryfie OSD.*

#### **Błędy stylistyczne**

W długich tekstach, stanowiących podstawę materiałową, widoczne są pewne potknięcia językowe, usterki stylistyczne, niezręczności, które mogą zmieniać kontekst czy powodować niezrozumienie, np. *budynki wybudowano, podatnik podatku, rezerwujący zobowiązuje się do zapłaty opłaty rezerwacyjnej*.

Czasem przekaz jest dodatkowo skomplikowany ze względu na opis techniczny, np.

*Budynki wybudowane będą w technologii tradycyjnej (murowanej z elementami żelbetowymi), przykryte dachem płaskim z podziemnymi miejscami postojowymi. Budynki wyposażone będą w instalacje wewnętrzne: elektryczną, wentylację mechaniczną, centralnego ogrzewania, wodno – kanalizacyjną, domofonową, telefoniczną, RTV i kanalizacji deszczowej, stolarkę okienną PCV, drzwi wejściowe do mieszkań antywłamaniowe.*

Innym razem komplikacją jest zachowanie pewnego szablonu, dążenie do skrótowości przy zachowaniu precyzji przekazu, np.

*budynek zostanie zgłoszony do odbioru w celu uzyskania pozwolenia na użytkowanie,*

*Klient oświadcza, że dokonał wyboru rozliczania za sprzedaną energię elektryczną w ramach świadczonej Usługi według Cennika.*

Zdarzają się powtórzenia wyrazów, a nawet całych fraz, użycie niewłaściwego przyminka czy peryfrastycznej konstrukcji. Nagromadzenie usterek w tym samym akapicie dodatkowo utrudnia zrozumienie tekstu, co w przypadku wyrażenia zgody na podpisanie umowy jest szczególnie istotne, np.

*Wyrażam zgodę na składanie propozycji zawarcia umowy bądź zmian do umowy albo zawiadomień dotyczących zawarcia umowy bądź zmian do umowy przez użycie środków porozumiewania się na odległość przez Sprzedawcę oraz przez podmioty z Grupy Kapitałowej, do której należy Sprzedawca, na podany przeze mnie adres poczty elektronicznej lub numer telefonu.*

*Otoczenie – Teren, Ochrona (wjazd na teren osiedla sterowany szlabanem za pomocą pilotów; wejście na teren osiedla poprzez furtkę położoną od ul....; Łączność domofonową pomiędzy furtką a każdym lokalem; Drogi, miejsca postojowe i chodniki; Zieleń i DFA (Wokół budynku – drzewa, trawniki (nasadzenia według projektu zieleni); Rekreacja; Miejsca gromadzenia odpadów.*

### **III. Zrozumiałość tekstu a leksyka i składnia**

**Styl urzędowy** reguluje stosunki społeczne, w tym umowy cywilno-prawne badanych dokumentów. Cechują go formy dyrektywne, nakazowe, wyrażane bezosobowo, zwięzłość wypowiedzi, precyzja, a także jednoznaczność interpretacji. Celem tak formułowanych przez ustawodawcę przepisów jest przestrzeganie określonych norm. Aby było to możliwe, najpierw tekst należy zrozumieć, więc jego przekaz musi być jasny. Opracowania uzupełniające umowy, czyli załączniki, pozostają niezwykle zróżnicowane tematycznie. To właśnie w tej części materiału widoczne są **elementy stylu naukowego**. Tak jak umowy cechuje styl urzędowy, tak w regulaminach, taryfach, cennikach, dostrzec można wpływ stylu naukowego. Cechuje go abstrakcyjność, obecność specjalistycznych terminów, zrozumiałych tylko dla matematyków czy fizyków, co powoduje, że przekaz staje się hermetyczny.

Wzmacnia to obecność wzorów, symboli, ograniczających percepcję przeciętnego użytkownika języka. Stanowi to realny problem dla większości klientów, którzy nie powinni podpisywać umów, których nie rozumieją. Ilustruje to przykład, stanowiący zaledwie część paragrafu OWU, zatytułowanego Parametry jakościowe energii elektrycznej. Mimo tabel i wzorów przekaz nie jest, co więcej, nie może być zrozumiały.

**Załącznik 3. Ogólne warunki świadczenia usługi kompleksowej dla Klientów z grup taryfowych G przyłączonych do sieci niskiego napięcia s. 4/7**  
**Parametry jakościowe energii elektrycznej**

zastrzeżeniem  
edaną energię  
ch stosowania

ca ma prawo  
dniem zmian  
ą elektryczną,  
c opłat.  
ławca będzie  
wyraził zgodę  
zpośredniego  
cy przesyłając  
n dokonanych

RE lub Taryfy  
Umowy,  
cie w terminie  
11 dni od dnia  
wypowiedzenia  
niem miesiąca  
wypowiedzeniu  
wypowiedzenia  
ennika będzie  
dnego dnia  
Umowę na

ndług Cennika,  
i w ramach  
tego Cennika

za sprzedaną  
razową w tym

ania Cennika,  
nowej oferty  
taki sposób  
ewania się na  
niej te jego

o której mowa  
14 dni od dnia  
ferty, zostanie  
od wyrażenia  
zpośredniego

nowy Cennik,  
po miesiącu,  
ty od Klienta,  
na podstawie

jęcej zmieniony  
po upływie  
dzy Stronami  
czonej Usługi  
ującą Taryfą

u parametrów  
tia dla sieci  
owiązujących  
w § 1 ust. 3

funkcjonującej  
dostarczeniu  
nowy określa  
r. w sprawie  
tergetycznego

§ 8 ust. 1 i 2  
ępujące:  
d powinna być

dnia,  
jednania;  
dnich wartości

wartości skutecznych:

- składowej symetrycznej kolejności przeciwej napięcia zasilającego powinno mieścić się w przedziale od 0 % do 2 % wartości składowej kolejności zgodnej,
- dla każdej harmonicznej napięcia zasilającego powinno być mniejsze lub równe wartościom określonym w poniższej tabeli:

Harmoniczne nieparzyste				Harmoniczne parzyste	
niebędące krotnością 3		będące krotnością 3		rzęd harmonicznej (h)	wartość względna napięcia w procentach składowej podstawowej (u <sub>h</sub> )
rzęd harmonicznej (h)	wartość względna napięcia w procentach składowej podstawowej (u <sub>h</sub> )	rzęd harmonicznej (h)	wartość względna napięcia w procentach składowej podstawowej (u <sub>h</sub> )		
5	6%	3	5%	2	2%
7	5%	9	1,5%	4	1%
11	3,5%	15	0,5%	>4	0,5%
13	3%	>15	0,5%		
17	2%				
19	1,5%				
23	1,5%				
25	1,5%				

e) współczynnik odkształcenia wyższymi harmonicznymi napięcia zasilającego THD uwzględniający wyższe harmoniczne do rzędu 40, powinien być mniejszy lub równy 8 %.

4. Współczynnik odkształcenia wyższymi harmonicznymi napięcia zasilającego THD jest to współczynnik określający łącznie wyższe harmoniczne napięcia (u<sub>n</sub>), obliczany według wzoru:

$$THD = \sqrt{\sum_{n=2}^{40} (u_n)^2}$$

gdzie poszczególne symbole oznaczają:

THD - współczynnik odkształcenia harmonicznymi napięcia zasilającego,  
u<sub>n</sub> - wartość względna napięcia w procentach składowej podstawowej,  
h - rząd wyższej harmonicznej.

5. Wskaźnik długookresowego migotania światła P<sub>It</sub> jest to wskaźnik obliczany na podstawie sekwencji 12 kolejnych wartości wskaźników krótkookresowego migotania światła P<sub>st</sub> (mierzonych przez 10 minut) występujących w okresie 2 godzin, według wzoru:

$$P_{It} = 3 \sqrt{\sum_{i=1}^{12} \frac{P_{sti}^3}{12}}$$

gdzie poszczególne symbole oznaczają:

P<sub>It</sub> - wskaźnik długookresowego migotania światła,  
P<sub>st</sub> - wskaźnik krótkookresowego migotania światła.

6. Warunkiem utrzymania parametrów napięcia zasilającego w granicach określonych w § 8 ust. 3 OWU jest pobieranie przez Klienta mocy nie większej od mocy umownej, przy współczynniku tg φ nie większym niż 0,4.
7. Dopuszczalne czasy trwania przerw w dostarczaniu energii elektrycznej, o których mowa w § 8 ust. 2 OWU, są następujące:
- w zakresie przerw planowanych:
    - czas trwania jednorazowej przerwy w dostarczaniu energii elektrycznej nie może przekroczyć 16 godzin;
    - czas trwania przerw planowanych w ciągu roku, stanowiący sumę czasów trwania przerw planowanych jednorazowych długich i bardzo długich, nie może przekroczyć 35 godzin;
  - w zakresie przerw nieplanowanych:
    - czas trwania jednorazowej przerwy nieplanowanej w dostarczaniu

## Zagadnienia leksykalne

Słownictwo stosowane w umowach jest niezwykle zróżnicowane, bogate, ale trudne. Prawnicy przygotowujący umowy dbają o poprawny zapis pod względem merytorycznym i redakcyjnym, bowiem każdy spójnik, a nawet przecinek zmienia przecież znaczenie (np. albo/lub). Dla klienta teksty umów są długie i niezrozumiałe, czasem obawy dotyczą tzw. kruczków prawnych, choć zapis wydaje się pozornie łatwy i jednoznaczny. Czytający nie rozumie, co stanowi jego obowiązek, a co prawo. Nie wynika to tylko z niezrozumienia konkretnego pojęcia, ale przede wszystkim z braku umiejętności czytania ze zrozumieniem

tekstów prawnych i prawniczych w ogóle. Poza tym w załącznikach znajduje się terminologia z zakresu budownictwa, fizyki, chemii, ekonomii itp. Często są odniesienia do kodeksu handlowego czy prawa budowlanego na zasadzie dosłownego cytowania pewnych pojęć i sformułowań.

### **Słowniczki**

Sposobem na ułatwienie konsumentowi posługiwania się terminami, nawet w stopniu biernym, jest tworzenie tzw. **słowniczków**, indeksów, spisów pojęć i definicji. Stanowi to ciekawy pomysł na zapewnienie precyzji i zrozumiałości, przynajmniej częściowej. Prawie we wszystkich typach analizowanych dokumentów, porządkujących różne wymiary działań konsumenckich, znajdują się pojęcia niezbędne do ich zrozumienia. W umowach deweloperskich stanowić mogą one część składową aktu notarialnego, z kolei w załączniku do umów energetycznych i gazowych znajdują się najczęściej w paragrafie zatytułowanym *Definicje* (OWU § 2). Oprócz tego słowniki pojęć znajdują się w *Zbiorze praw konsumenta energii elektrycznej* i w *Zbiorze praw konsumenta paliwa gazowego*, które są publikowane przez Urząd Regulacji Energetyki. Wymienione opracowania są do siebie dosyć podobne, a liczba prezentowanych w nich haseł wzrasta (od kilkunastu do 24). Czy zawsze są to pojęcia najbardziej potrzebne usługobiorcy, można zobaczyć poniżej.

*Słownik pojęć (Zbiór praw konsumenta energii elektrycznej):* konsument, odbiorca wrażliwy energii elektrycznej, sprzedaż, dystrybucja, sprzedawca energii elektrycznej, sprzedawca rezerwy, sprzedawca z urzędu, dystrybutor energii elektrycznej, instrukcja ruchu i eksploatacji sieci dystrybucyjnej, umowa sprzedaży energii elektrycznej, umowa o świadczenie usług dystrybucji energii elektrycznej, umowa kompleksowa, usługa kompleksowa, umowa o przyłączenie, taryfa, okres rozliczeniowy, Prezes Urzędu Regulacji Energetyki, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, przedsiębiorstwo energetyczne, układ pomiarowo – rozliczeniowy, grupa taryfowa, moc umowna, standardy jakościowe obsługi odbiorców, KDT.

Zaskakująca wydaje się obecność haseł typu: *Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*, zwany także *Prezesem UOKiK* oraz *Prezes Urzędu Regulacji Energetyki*, zwany także *Prezesem URE*. Nie są one niezrozumiałe nawet dla zwykłego użytkownika języka. Jednak każdy konsument bez wykształcenia technicznego ma prawo nie rozumieć, co znaczy *licznik energii elektrycznej czynnej* i *licznik energii elektrycznej biernej*. Dla prawnika i dla polonisty inne znaczenie ma *Odbiorca wrażliwy energii elektrycznej* [osoba, której przyznano dodatek mieszkaniowy – przyp. KZ].

Definicje pojęć, terminów bywają różne, synonimiczne, nominalne czy klasyczne. Zdarzają się niezrozumiałe wyjaśnienia, nielogiczne definicje: np. *OSD*, zwana dalej *IRiESD*. W jaki sposób pojęcia są zatem definiowane? Nie zawsze jednoznacznie, czasem *idem per idem*, a czasem *ignotum per ignotum*. Nie tylko hasła, ale także ich wyjaśnienia bywają mało

zrozumiałe dla konsumenta. Widać to w poniższym zestawieniu wybranych pojęć (§2 OWU):

**IRiESD** – Instrukcja Ruchu i Eksploatacji Sieci Dystrybucyjnej opracowana przez **OSD** i zatwierdzona przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki...,

**Klient (Odbiorca)** – podmiot, który kupuje i pobiera energię elektryczną,

**Operator Systemu Dystrybucyjnego (OSD)** – ENEA Operator Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu przedsiębiorstwo energetyczne zajmujące się dystrybucją energii elektrycznej...,

**Sąd Polubowny** – stały polubowny sąd konsumencki...,

**Taryfa OSD** – zbiór stawek opłat oraz warunków ich stosowania...,

**Taryfy** – taryfa Sprzedawcy lub Taryfa OSD,

**Usługa kompleksowa** – usługa świadczona na podstawie Umowy.

Zestaw definicji kończy przypomnienie, że *Pozostałe pojęcia, niezdefiniowane w Umowie, posiadają znaczenie nadane im w aktach prawnych i dokumentach, o których mowa w § 1 ust. 3 OWU, a także Cenniku albo Taryfie Sprzedawcy i Taryfie OSD* [zachowano oryginalną pisownię – przyp. KZ].

Podobne opracowania zawierać mogą także umowy deweloperskie, np.

**Umowa** – umowa deweloperska objęta niniejszym aktem notarialnym.

**Ustawa o Własności Lokali** – oznacza ustawę o własności lokali z dnia 24 czerwca 1994 r. (Dz. U. nr 85 poz. 388 z późniejszymi zmianami).

Wspólnymi wyznacznikami stylu urzędowego i naukowego są **terminy i profesjonalizmy**, opisujące zagadnienia techniczne (*dystrybutor*), matematyczne (*iloczyn*), fizyczne (*energia elektryczna*), ekonomiczne (*okres rozliczeniowy*) bądź geologiczne (*grunt*). Największą grupę stanowią jednak terminy prawne (*spółka komandytowa*), ale utrudnienia powodują tematyczne połączenia zakresów znaczeniowych, np. ekonomii i prawa (*hipoteka*), czy prawa i geologii (*wypis z rejestru gruntów*). Leksyka analizowanego materiału jest zatem niezwykle bogata, ale dla większości konsumentów pozostaje niezrozumiała. Występujące **zapóźczenia**, jak np. *akcjonariusz, (umowa) deweloperska, komandytowa, operator, system, dystrybucja, kredyt, indeks, rewaloryzacja*, nie stanowiłyby problemu, gdyby nie ich nagromadzenie w tym samym zdaniu, akapicie i paragrafie. Przykładowe zestawienie zilustruje złożoność problematyki.

a) Terminy techniczne: *awaria, dzień roboczy, nielegalny pobór paliwa gazowego, prawo energetyczne, rok umowny, taryfa*;

b) Terminy fizyczne: *parametry jakościowe energii elektrycznej, współczynnik odkształcenia harmonicznymi napięcia zasilającego, współczynnik długookresowego migotania światła*

c) Terminy prawne: *nieruchomość, spółka, promesa, hipoteka, pełnomocnictwo*;

- zestawienia: *umowa sprzedaży, umowa rezerwacyjna, umowa deweloperska, opłata rezerwacyjna, akt notarialny, umowa przyrzeczona, kredyt inwestorski, postępowanie sądowe, administracyjne, stan prawny, stan faktyczny, zadanie inwestycyjne, projekt budowlany, kara umowna, prawo odstąpienia, nieruchomości wspólna, umowa przyrzeczona, droga wewnętrzna, oświadczenie woli, komparycja aktu;*

- konstrukcje nazywające czynności prawne: *przeniesienie prawa własności lokalu, prawa niezbędne do korzystania z lokalu, wpis w księdze wieczystej, roszczenia o wybudowanie budynku.*

**Formy opisowe, peryfrastyczne**, czasem w efekcie zabawne, powstają w celu precyzyjnego opisu, chęć otoczenia lokalu: *Altany śmietnikowe wolnostojące, na obrzeżach kompleksu budynków*, ani opisy techniczne typu: *zacisk listwy przyłączeniowej LZ w złączu kablowym od strony instalacji Odbiorcy*. Warunkiem sine qua non są liczne, czasem zaskakujące, kompetencje wymagane od odbiorcy tekstu:

*W sytuacji nieskorzystania przez Nabywcę z tegoż prawa odstąpienia cena sprzedaży zostanie ustalona jako iloczyn powierzchni wyliczonej na podstawie obmiaru i ceny jednego metra kwadratowego lokalu mieszkalnego, która ustalono na kwotę .... zł brutto.*

## **Skróty**

W umowach stosuje się liczne **skróty**, nie tylko podstawowych pojęć, ale także określeń rzadziej używanych. Nie są wtedy jednoznaczne, a tym bardziej rozumiane przez klientów, mimo ich definiowania w analizowanych tekstach. Definiowane są w tekstach samych umów, cennikach, taryfach czy zbiorach praw konsumenta, np. OSD, IRiESD, OWU, THD, KDT, a także skróty grup taryfowych, np. *grupy taryfowe G przyłączone do sieci niskiego napięcia*. Charakterystyczny jest też zapis normy budowlanej, która przywoływana jest wielokrotnie w tekstach prawnych, dotyczących lokalu czy inwestycji: *norma PN-ISO- 9836:1997*. Używanych jest kilka sposobów zapisu nazw firm, np. PGNiG, Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA, PGNiG SA, PGNiG Obrót Detaliczny spółka z o.o. oraz ENEA, ENEA SA.

## **Liczebniki**

Jak czasowniki nazywają czynności prawne, tak liczebniki przede wszystkim opisują terminy i kwoty. W omawianych dokumentach występują **liczebniki** główne, ułamkowe, a także porządkowe. Wszystkie dane liczbowe wymagają odpowiedniego zapisu słownego w nawiasie, np.

*W terminie 30 (trzydziestu) dni od dnia wystąpienia zdarzenia.*

*Umowa została zawarta pod warunkiem wpłynięcia na rachunek Spółki nr xxx. prowadzonej przez bank...kwoty...3000 (trzech tysięcy) zł tytułem rezerwacji, w ciągu trzech dni roboczych od podpisania umowy...*

Czasem są to skomplikowane procenty, ułamki wynikające z obliczenia wielkości własności pewnej części gruntu albo nieruchomości przynależnej danemu klientowi, np.

*12/6 (dwanaście łamane przez sześć) itp. 12/4, 12/8...*

*0,2727 ha (dwa tysiące siedemset dwadzieścia siedem metrów kwadratowych)*

Najmniej satysfakcjonujące wydają się obliczenia dotyczą wielkości kary umownej, np.

*Strony postanawiają, że w przypadku, gdy strona sprzedająca opóźni się z zawarciem umowy przyrzeczonej, stronie kupującej przysługują odsetki w wysokości 0,01% ceny określonej w par. 3 ust. 1 niniejszej umowy za każdy dzień opóźnienia.*

### **Zagadnienia składniowe**

Wśród stylów funkcjonalnych właśnie styl analizowanych dokumentów, czyli urzędowy, wykazuje największą szablonowość, schematyczność. Zachowany jest logiczny układ treści, dobra struktura, przekaz ma zwięzły charakter. Dyrektywność charakteryzująca styl urzędowy jest typowa dla każdego rodzaju umowy poddanej analizie, więc zarówno struktura, jak też zawartość językowa będzie podobna. W umowach strony są określane jako *odbiorca, usługodawca, klient*, a ich prawa i obowiązki formułowane są nominalnie: *Do obowiązków Usługodawcy należy..., Odbiorca zobowiązuje się, Spółka zastrzega sobie prawo*. Oficjalność widać także na poziomie składniowym, np.

*Zmiany niniejszej umowy mogą być dokonane jedynie w formie pisemnego aneksu pod rygorem nieważności, z zastrzeżeniem przepisu par. 3 ust. ust.5,*

*Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.*

Nacechowanie terminologią, długie zdania, a przede wszystkim parafraza aktów prawnych powodują niestety hermetyczność przekazu. Teksty są rozbudowane, kolejne akapity, punkty stanowią uzupełniające się, ale skomplikowane treści. Wielowątkowość na poziomie przekazu oraz piętrowość na poziomie konstrukcji (tzw. kaskady) stanowią kolejną trudność w zrozumieniu dokumentów, potwierdzaną przez konsumentów, np.

*Informujemy, że ENEA S.A. (...) dokonuje następujących zmian w umowach kompleksowych zawartych z Odbiorcami rozliczanym w zespole grup taryfowych G:*

- 1. W Umowie wprowadzane zostają nowe zapisy dotyczące terminów zapłaty... (...) Zmiany te zastępują dotychczasowe zapisy dotyczące terminów zapłaty.*



Niektóre fragmenty umów, choć stanowią one zdecydowaną mniejszość, są proste i zrozumiałe, wyrażone za pomocą prostej konstrukcji w postaci zdania pojedynczego, np. *Prospekt informacyjny stanowi Załącznik nr 1 do niniejszego aktu notarialnego.* Pomaga w tym dążenie do skrótowości, np. *Oświadczenie Odbiorcy o przeznaczeniu Paliwa gazowego na potrzeby naliczenia podatku akcyzowego.* Bywają też konstrukcje długie i w zasadzie zrozumiałe, jeśli wyraża je zdanie współrzędnie złożone, np.

*...nabywca oświadcza, że zapoznał się z treścią prospektu informacyjnego wyżej powołanego i w całości ją akceptuje, a także że znane mu są położenie, obszar, granice Nieruchomości, a także wynikające z prospektu informacyjnego dane dotyczące przeznaczenia nieruchomości sąsiadującej z Nieruchomością.*

Poza tym zdania wielokrotnie złożone zawierają błędy składniowe. Długie konstrukcje powodują problem z określeniem podmiotu i użyciem poprawnych form orzeczenia, np.

*Strona kupująca oświadcza, że przedmioty umowy zobowiązuje się kupić oraz zapewnia, że w ich małżeństwie obowiązuje ustrój ustawowej wspólności małżeńskiej (...) że kupują przedmiotową nieruchomość do współwłasności w częściach równych.*

Nie ułatwiają zrozumienia wtrącenia, najczęściej prawidłowo oddzielane przecinkiem, ale zawierające trudne treści, np.

*Nadto stawajaca pod 1) oświadcza, że zgodnie z paragrafem 10 ust. 3 umowy spółki komandytowej, na dokonanie czynności przyrzeczonych niniejszym aktem notarialnym nie jest wymagana zgoda komandytariuszy.*

W rozbudowanych konstrukcjach następuje nagromadzenie trudności, wynikające z łączenia wszystkiego, co wydawałoby się, trudno połączyć, czyli terminów prawnych, stawek VAT, danych technicznych, np.

*... miesięczny czynsz netto za przedmiot najmu, płatny w złoty polskich (...) Strony ustalają, co następuje (...) czynsz netto będzie indeksowany i rewaloryzowany.*

*przyrzeczoną umowę reprezentowana przez nią Spółka zawrze jako podatnik podatku od towarów i usług VAT w rozumieniu ustawy (...) o podatku od towarów i usług.*

**Czasowniki** używane w analizowanych tekstach bezpośredni nazywają przede wszystkim czynności prawne. Typowe dla analizowanych tekstów są formy bezosobowe, jak np. *Stwierdzono działania wpływające na zmianę.* Często jednak używane są formy w 3. os. pojedynczej, kiedy to umowa *określa warunki, wchodzi w życie, może być rozwiązana.* Często forma czasu przyszłego stanowi dyrektywę, charakterystyczną dla stylu urzędowego: *czynsz netto będzie indeksowany i rewaloryzowany.* Użycie liczby pojedynczej i mnogiej

czasowników synonimicznych różnicuje tekst w małym stopniu, np.

*Strony oświadczają, że zobowiązują się do ustanowienia odrębnej własności domu mieszkalnego numer 21 A bliżej opisanego w par. 1 ust. 1 lit. j niniejszej umowy,*

*Strona sprzedająca oświadcza, że jest właścicielem nieruchomości położonej w miejscowości.*

Formy te mogą być znacznie bardziej zróżnicowane dla prawnika niż zwykłego konsumenta, zatem *Strony oświadczają, Strony postanawiają, a czasem nawet Strony zgodnie postanawiają.* Wśród zjawisk językowych, dotyczących rozwoju form czasownikowych, należy zauważyć jeszcze zmiany rodzajowe, np. *Notariusz pouczyła strony o treści art.*

Nominalność, dyrektywność wypowiedzi, typowa dla stylu urzędowego oczywiście dominuje w tekstach analizowanych umów (formy *powinien, jest zobowiązany* itp.). Tymczasem widać już zmieniający się sposób komunikacji z dzisiejszym klientem. W pismach coraz częstsze są formy grzecznościowe, wyrażane w 1. os. l. mnogiej. Zadaniem czasowników inkluzywnych, typu *informujemy, prosimy* jest budowanie poczucia więzi, wspólnych działań między usługodawcą a usługobiorcą. By akapit był widoczny, czasem wyróżnia się go za pomocą wytłuszczenia i większej czcionki, np.: **Prosimy o zgłoszenie się w celu aktualizacji umowy do najbliższego punktu obsługi klientów ENEA S.A. lub o kontakt telefoniczny pod numerem telefonu: 800 660 006** [Wersja z dnia 9 sierpnia 2012 r.] Datowanie kolejnych, często zmienianych wersji, jest już obecnie konieczne. Do najrzadszych należą konstrukcje w 1. os. liczby pojedynczej. Teksty zawierają właśnie takie osobowe formy czasownikowe po to, aby klient świadomie (lub nieświadomie) podpisał klauzulę, która jest niezwykle rozbudowana (por. poniżej). W przykładach zaznaczono też formy zaimkowe.

*1. Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (...) wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych w celach marketingowych przez podmioty należące do Grupy Kapitałowej Sprzedawcy, w tym na udostępnienie moich danych tym podmiotom.*

*2. Wyrażam zgodę na przesyłanie za pomocą środków komunikacji elektronicznej informacji handlowych oraz zawiadomień związanych z wykonywaniem Umowy bądź zmian do Umowy (..) na podany przeze mnie adres poczty elektronicznej lub numer telefonu, zgodnie z ustawą*

### **(Nie)zrozumiałość tekstu**

Rozumienie tekstu jest odwrotnie proporcjonalne do długości **zdania**. Długie, skomplikowane struktury zdaniowe to podstawowe błędy popełniane przez usługodawcę. Konsumentowi służą tylko proste zdania pojedyncze, a nie wielokrotnie złożone. W konstrukcji tekstu, jak w każdej umowie, zdania są zdecydowanie za długie. W umowach konsumenckich normą są

zdania o długości całego paragrafu czy artykułu (11 wersów do 2 stron), w umowach deweloperskich ich długość jest jednak rekordowa. Trudno ustalić precyzyjnie jednostki leksykalne, kiedy jedno zdanie zajmuje 2-3 strony i liczy ok. 200-300 jednostek leksykalnych, np.

*Spółka (...) oświadcza, że zobowiązuje się wybudować Budynek, wyodrębnić Lokal Mieszkalny i przenieść prawo własności tego Lokalu oraz prawa niezbędne do korzystania z tego Lokalu (w szczególności ustawowo określony udział w nieruchomości wspólnej), w stanie wolnym od jakichkolwiek obciążeń (wyjąwszy służebności lub prawa użytkowania na rzecz gestorów mediów), na .....a ... oświadczając, że zobowiązują się nabyć prawo własności tegoż Lokalu Mieszkalnego oraz prawa niezbędne do korzystania z tego Lokalu, w stanie wolnym od jakichkolwiek obciążeń – za środki stanowiące ich majątek wspólny (wyjąwszy służebności lub prawa użytkowania na rzecz gestorów mediów), i wyjaśniają, że pozostają w związku małżeńskim, w którym obowiązuje ustrój ustawowej wspólności majątkowej małżeńskiej.*

Nawet jeśli zrozumiałe wydają się postanowienia umowy, to długość zdań powoduje utrudnienia w zrozumieniu długiego paragrafu:

*...[deweloper] zobowiązuje się do dokonania rezerwacji wyżej opisanego lokalu mieszkaniowego, tzn. nieoferowanie przedmiotu rezerwacji osobom trzecim przez okres od dnia zawarcia umowy rezerwacji do czternastego dnia po dacie uzyskania przez XX ostatecznej decyzji zatwierdzającej projekt budowlany i udzielającej pozwolenia na budowę (...) Strony postanawiają, że przedmiot umowy deweloperskiej zgodny będzie z norma PN-ISO- 9836:1997.*

Problem ze zrozumiałością tekstu dotyczy nie tylko długości zdań czy równoważników. Konsument może nie zrozumieć tytułu, który często określa przede wszystkim przedmiot zawieranej umowy. Tytuły mogą być więc krótkie i proste, np. *Umowa najmu*. Zrozumiałe mogą być też tytuły paragrafów: *Parametry jakościowe energii elektrycznej (OWU)* oraz tabel: *Tabela nr 2. Grupy taryfowe dla Klientów rozliczanych według cen za sprzedaną energię* [cennik dla konsumenta energii elektrycznej – przyp. KZ]. Oczywiście tytuły mogą być krótkie, a mimo to niezrozumiałe, jak w załączniku do umowy przeznaczonej dla konsumenta energii elektrycznej (por. załącznik 4, tabela zatytułowana *Harmoniczne parzyste i nieparzyste napięcia zasilającego*). Treści pozostają tak samo niezrozumiałe dla większości klientów, niezależnie od tego, czy zawiera je umowa, czy też załączniki stanowiące jej integralną część. Tym bardziej, jeśli konstrukcje zawierają więcej informacji technicznych, np.

*Wyciąg ze zmian Taryfy dla Paliw Gazowych PGNiG S.A. części A Taryfy w zakresie dostarczania paliw gazowych nr 5/2012. Jednak rekordowy, oczywiście najdłuższy, jak bywa to w materiałach dla klientów PGNiG, zawiera OWU: *Ogólne warunki umowy kompleksowej dostarczania paliwa gazowego wprowadzane do stosowania dnia 12 października 2011 roku/Załącznik do umowy**

*kompleksowej dla Odbiorcy pobierającego Paliwo gazowe z sieci dystrybucyjnej w ilości do 10m<sup>3</sup>/h gazu ziemnego wysokometanowego lub gazu propan-butan albo 25m<sup>3</sup>/h gazu ziemnego zaazatowanego.*

Stosowane różnego rodzaju **wyliczenia** porządkują z pewnością materiał, ale utrudniają odbiór tekstu głównego, stanowią dla klienta skomplikowany przekaz, raczej poboczny, jak w listach na temat nowych umów:

*Szanowni Państwo,*

*PGNiG SA uprzejmie informuje, że w związku ze zmianami w przepisach prawa, tj.*

- nowelizacją ustawy z dnia 6 grudnia 2008 roku o podatku akcyzowym,*
- nowelizacją ustawy z dnia 10 kwietnia 1997 – Prawo Energetyczne,*
- wejściem w życie Rozporządzenia Ministra Gospodarki z dnia 28 czerwca 2013 roku w sprawie szczegółowych zasad kształtowania i kalkulacji taryf oraz rozliczeń w obrocie umowami gazowymi, ulegają zmianie postanowienia "OGÓLNYCH WARUNKÓW..."*

W celu jasnego przedstawienia potrzebnych regulacji prawnych, stosuje się zestawienia, indeksy itp. Wyliczenia dokumentów stanowią podwójną trudność, ponieważ są to najczęściej długie listy, zawierające określonego rodzaju spisy praw, materiałów technicznych, np.

*Strona sprzedająca oświadcza, że do umowy przyrzeczonej sprzedaży zobowiązuje się przedłożyć oraz okazać następujące dokumenty:*

- ostateczne decyzje właściwych organów zatwierdzających podział przedmiotowej nieruchomości,*
- ostateczne decyzje właściwych organów udzielające pozwolenia na budowę,*
- wypis i wyrys dla działki powstałej z podziału działki...,*
- wypis z kartoteki budynku dla przedmiotowego budynku...,*
- wypis z kartoteki lokali dla lokalu nr...,*
- opis techniczny budynku wraz z rzutami poszczególnych kondygnacji,*
- zaświadczenie dotyczące zakończenia budowy oraz gotowości do użytkowania lokalu.*

Wyliczenia dokumentów stanowią przekaz w miarę przystępny, a więc też pozornie skuteczny komunikacyjnie. Zrozumienie długiego wyliczenia i tak uzależnione jest od kompetencji konkretnego klienta, który wie o jakie wypisy, odpisy, zaświadczenia chodzi. Niezrozumiałość przekazu powodują nawet opracowania tak pomocne, jak *Zbiór praw konsumenta energii elektrycznej*. Na końcu wskazane są źródła prawa, a ich zestawienie zawiera 9 ustaw i 2 rozporządzenia Ministra Gospodarki.

Akty prawne, na podstawie których przygotowano dokument

- ustawa z 10 kwietnia 1997 r. – Prawo energetyczne (Dz. U. z 2012 r. poz. 1059, z późn. zm.),
- ustawa z 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206),
- ustawa z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r. poz. 1225),
- ustawa z 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. z 1964 r. Nr 16, poz. 93, z późn. zm.),
- ustawa z 21 czerwca 2001 r. o dodatkach mieszkaniowych (Dz. U. z 2013 r. poz. 966),
- ustawa z 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz. U. z 2009 r. Nr 151, poz. 1219, z późn. zm.),

- ustawa z 29 czerwca 2007 r. o zasadach pokrywania kosztów powstałych u wytwórców w związku z przedterminowym rozwiązaniem umów długoterminowych sprzedaży mocy i energii elektrycznej (Dz. U. z 2007 r. Nr 130, poz. 905, z późn. zm.), zwana „ustawą o rozwiązaniu KDT”,
- ustawa z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.),
- ustawa z 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2011 r. Nr 177, poz. 1054, z późn. zm.),
- rozporządzenie Ministra Gospodarki z 4 maja 2007 r. w sprawie szczegółowych zasad funkcjonowania systemu elektroenergetycznego (Dz. U. z 2007 r. Nr 93, poz. 623, z późn. zm.), zwane „rozporządzeniem systemowym”,
- rozporządzenie Ministra Gospodarki z 18 sierpnia 2011 r. w sprawie szczegółowych zasad kształtowania i kalkulacji taryf oraz rozliczeń w obrocie energią elektryczną (Dz. U. z 2013 r. poz. 1200), zwane „rozporządzeniem taryfowym”.

**Brak zrozumiałości** tekstu powoduje wiele czynników, m.in. długość zdania (liczba jednostek leksykalnych) oraz długość wyliczeń (ilość podpunktów). W umowach, które powinny być tekstami jasnymi, uporządkowanymi, względne wydaje się pojęcie **precyzji**. Odbiorca nie rozumie przekazu, gdy sformułowania są jasne, krótkie, ale mało precyzyjnie: *Sprzedawca gwarantuje Klientowi, który skorzysta z niniejszego Cennika, niezmienność cen energii elektrycznej i stawek opłat za obsługę handlową w wartościach netto w okresie wskazanym w Cenniku. Co więcej, do takich należy też szablonowe zakończenie dokumentów: We wszystkich sprawach nieuregulowanych niniejszym Cennikiem mają zastosowanie odpowiednie postanowienia Umowy i OWU. Nie wiadomo jednak, jakie konkretnie. Dążenie do skrótowości przekazu czyni komunikat nieprecyzyjnym dla konsumenta, chociaż zrozumiałym może być dla prawnika. Powszechne jest przecież odwoływanie się do ustaw czy przepisów wykonawczych, co nie ułatwia zrozumienia przekazu, a klient ponownie nie wie, na co się godzi: W kwestiach nieuregulowanych niniejszą umową zastosowanie mają przepisy Kodeksu cywilnego.*

Wydawałoby się, że uporządkowanie zapisu powinno pomóc odbiorcy, tymczasem uniemożliwiają to zawiłości kompozycyjne, stylistyczne i merytoryczne. Zatem barierą komunikacyjną mogą być nawet powtórzenia występujące w kolejnych zdaniach tego samego ustępu danego paragrafu:

*Plan lokalu mieszkalnego określa załącznik nr 2 do Umowy, a Standard wykończenia Lokalu Mieszkalnego opisany jest w Załączniku nr 3 do Umowy. Nabywca oświadcza, że zapoznał się ze standardem wykończenia lokalu stanowiącym Załącznik nr 3, jak i z usytuowaniem lokalu na kondygnacji i układem pomieszczeń wynikających z Załącznika nr 2" [par. 3 ust. 1].*

W badanym materiale występują również frazy całkowicie niezrozumiałe, wręcz **absurdalne**: *Wysokość OPR [Odszkodowania Płatnego przy Rozwiązywaniu – przyp. KZ] za wcześniejsze rozwiązanie Umowy jest równa iloczynowi OPR oraz liczby miesięcy, o które skrócony zostanie okres obowiązywania Cennika. Przy obliczeniu OPR uwzględnia się każdy rozpoczęty miesięczny okres, o jakim mowa powyżej.* Konsument powinien wykazać się

umiejętnością obliczeń matematycznych. Nagminne jest bowiem wymaganie od konsumenta (co nie znaczy czytelnika analizowanego korpusu tekstowego) wielu kompetencji, nie tylko językowych. Branżowa wiedza, znajomość terminów i pojęć z zakresu prawa, budownictwa czy ekonomii stanowi konieczność, by zrozumieć przekaz choćby w stopniu minimalnym. Pozornie zrozumiały jest kolejny przykład, tym razem pochodzący z umowy najmu, co do zasady najłatwiejszego spośród analizowanych dokumentów:

*Strony postanawiają, że czynsz netto będzie indeksowany i rewaloryzowany po zakończeniu roku kalendarzowego współczynnikiem inflacji ogłaszany przez prezesa Głównego Urzędu Statystycznego. Pierwsza waloryzacja nastąpi w roku 2016 roku.*

## **Wnioski i propozycje**

1. W latach 2012 – 2013 zaszły **zmiany legislacyjne**, docelowo wymuszające zachowania użytkowników języka pojawił się m.in. nakaz zawarcia umowy deweloperskiej w formie aktu notarialnego. Niektóre zobowiązania realizowane są w nowy, nie zawsze zrozumiały dla klienta sposób (np. nowe taryfy opłat) spowodowany przez stosowanie hermetycznego języka prawnego.
2. Formalny zapis dokumentów jest precyzyjny, na ogół poprawny, z nielicznymi wyjątkami. Wielkość czcionek utrudnia odbiór tekstu, sugerowane byłoby ich zwiększenie do 10 punktów, przynajmniej we wzorach umów. Prawidłowa segmentacja tekstu, z zachowaniem podziału na artykuły, paragrafy, zawiera zbyt rozbudowane punkty i podpunkty (do kilkunastu), co utrudnia zrozumienie tekstu. Problematiczne jest nadużywanie wyróżników tekstowych (kapitaliki, ramki). Największą przeszkodę stanowią dla czytelnika, klienta, odbiorcy usługi przede wszystkim długie i zawile konstrukcje (kaskadowe zdania wielokrotnie złożone).
3. Poprawność językowa, choć stanowi podstawę rozumienia tekstu, nie gwarantuje zrozumienia umowy. Na analizowany materiał większy wpływ mają normy prawne niż interpunkcyjne, jednak dobór słownictwa, redakcja tekstu, poprawność stylistyczna mogłaby ułatwić zrozumienie tekstów funkcjonujących w obrocie konsumenckim.
4. Niezrozumiałość w mniejszym stopniu dotyczy wzorów umów, w większym załączników, stanowiących integralną część umowy.

4.1. Niezrozumiałość powoduje przede wszystkim objętość i szczegółowość załączników. W dokumentach, umowach, regulaminach, a nawet korespondencji z klientem stosuje się za dużo skrótów, wzorów, terminów. Niektóre treści mogą być umieszczone w załącznikach, na stronach internetowych albo w ogóle pominięte. Czy klient musi, jeśli nie chce, być informowany o wszystkich parametrach?

4.2. Formalny przekaz jest nadmiernie nasycony specjalistyczną terminologią.

4.3. Pozytywnie należy ocenić podejmowane próby definiowania pojęć, negatywnie – skuteczność. Definiensy należałoby jednak sformułować w prosty, komunikacyjny sposób.

4.4. Nadużywanie specjalistycznej leksyki, kopiowanie/parafrazowanie zapisów ustaw w tekstach umów albo częste i bezpośrednie odwoływanie się do przepisów wynikać może z obowiązujących regulacji, krótkiego obowiązywania ustawy deweloperskiej (od 2012 r.), a także z pewnej asekuracyjności spółek, kancelarii prawnych i deweloperów.

4.5. Nagromadzenie czynników utrudniających rozumienie tekstu powoduje jego szczególną komplikację w odbiorze. Łączenie specjalistycznej leksyki, trudnej składni i formy aktu notarialnego przy jednoczesnym połączeniu kilku obszarów życia społecznego (prawnego, mieszkaniowego, budowlanego, finansowego).

5. Dbanie o dobro klienta powoduje tworzenie opracowań o charakterze poradnikowym, np. *Dobre Praktyki Zachowań Sprzedawców Energii Elektrycznej*, *Zbiór praw konsumenta paliw gazowych*, *Zbiór praw konsumenta energii elektrycznej*. Często powstają one we współpracy z prestiżowymi podmiotami takimi, jak Urząd Regulacji Energetyki i oparte na ich podstawie wytycznych Komisji Europejskiej. Być może na zachodzące zmiany mają wpływ dyrektywy unijne. Często zmiany legislacyjne wynikają z dążenia ustawodawcy, do ochrony klienta i służenia jego interesowi. Niekoniecznie dzieje się to w sposób najłatwiejszy, czy nawet dla niego przyjazny. Często wręcz przeciwnie, powoduje to więcej formalności, powstanie trudniejszych, dłuższych tekstów umów, a także konieczność wizyty u notariusza.

W wielu umowach różnego typu potwierdza się posiadanie tytułu prawnego do wykonywania określonej czynności. Częściej jednak zwraca się obecnie uwagę na ochronę danych osobowych (dyrektywy unijne, nowe przepisy dotyczące ochrony danych osobowych). Pozornie są one przesadnie rygorystyczne, obecnie przy każdej zmianie umowy przekazywane są kolejnym podmiotom. Stanowią ważną bazę danych, co potwierdza sposób

ich traktowania. Informacja na temat swobodnego wykorzystywania w celach marketingowych, sprawdzania satysfakcji klienta są reprezentowane w korespondencji częściej niż ceny i szczegóły nowych umów.

ANEKS

### **Spis dokumentów**

Umowy kompleksowe dostarczania energii elektrycznej (ENEA)

Ogólne warunki umowy (ENEA)

Cennik (ENEA)

Zbiór praw konsumenta energii elektrycznej (Urząd Regulacji Energetyki)

Korespondencja z klientem (ENEA)

Umowy kompleksowe dostarczania paliwa gazowego (PGNiG)

Ogólne warunki umowy (PGNiG)

Taryfa (PGNiG)

Wyciągi z taryfy w zakresie dostarczania paliw gazowych (PGNiG)

Zbiór praw konsumenta paliw gazowych (Urząd Regulacji Energetyki)

Korespondencja z klientem (PGNiG, ENEA)

Umowy najmu

Umowy deweloperskie

dr Katarzyna Zagórska



## WNIOSKI I POSTULATY

1. Zasadniczą część zaprezentowanej ekspertyzy stanowią opracowania cząstkowe. Zawarto w nich zarówno szczegółową analizę tekstów, jak i najważniejsze konkluzje z tej analizy wyprowadzone. Tutaj, w części podsumowującej wyniki, prezentujemy tylko te wnioski i postulaty, które odnoszą się do całości zagadnienia. Przyjmujemy założenie, że teksty kierowane ku konsumentowi powinny być czytelne typograficznie, poprawne językowo (ortograficznie, interpunkcyjnie, leksykalnie i gramatycznie) oraz zrozumiałe dla użytkownika ogólnej polszczyzny. Poniżej przedstawiamy najważniejsze spostrzeżenia i sugestie dotyczące tych wymiarów.
2. Kwestią pierwszą – choć niekoniecznie najważniejszą z punktu widzenia stricte językowego jest typografia, czyli kształt tekstu. W poddanych ekspertyzie dokumentach natrafiono na kilka szczegółowych zjawisk. Pierwszym z nich jest wielkość czcionki, którą stosuje się w dokumentach. Zdecydowanie należy podkreślić, że czcionki o rozmiarze mniejszym niż 10<sup>0</sup> powodują trudności w percepcji tekstu. Najmniejszą postulowaną w ekspertyzie wielkością czcionki powinna być właśnie taka. Przy tym ważne jest, aby ta minimalna wielkość czcionki była stosowana we wszystkich partiach dokumentu. Słynne są bowiem informacje podawane czcionką o rozmiarze mikroskopijnym.

Druga kwestia, to wielkość interlinii. Tekst nazbyt gęsty pod tym względem również powoduje znużenie percepcyjne, co może mieć wpływ na jego zrozumiałość. Minimalna wielkość interlinii nie powinna wynosić poniżej 1,15<sup>0</sup>. Z tym zagadnieniem powiązane jest też odpowiednie ukształtowanie tekstu tak, aby zawierał on wystarczająco wiele tzw. światła.

I kolejny postulat typograficzny dotyczący sensownego i uzasadnionego treściowo rozczłonkowania tekstu. Chodzi przede wszystkim o wyodrębnianie akapitów, podział na rozdziały, paragrafy, punkty, podpunkty itd. Przy czym wielość takich segmentów także może powodować trudności w koncentracji i – co za tym idzie – komplikacje percepcyjne.

Ostatni zauważony problem typograficzny dotyczy tzw. infografiki, czyli posługiwania się tabelami, wykresami, schematami (np. urządzeń technicznych), rysunkami itp. Infografika, aby wspierała zrozumiałość tekstu (np. instrukcji obsługi), musi być podporządkowana całości tekstu. Inaczej może stać się elementem komplikującym percepcję, nieczytelnym dla konsumenta.
3. Poprawność językowa obejmuje kilka szczegółowych poziomów. Pierwszym z nich – choć znowu nie najważniejszym – jest interpunkcja. Właściwe przestankowanie zdań, a także korzystanie z innych niż kropka i przecinek znaków interpunkcyjnych jest warunkiem sine qua non jednoznacznego sposobu formułowania i odczytania sensu zdania. W analizowanych tekstach natrafiono na różny poziom tych uchybień. W niektórych analizowanych tekstach błędy interpunkcyjne zdarzały się stosunkowo często i istotnie zakłócały możliwość jednoznacznego zrozumienia sensu komunikacyjnego. Przykłady znajdują się w opracowaniach cząstkowych.

Także częstość występowania błędów ortograficznych nie stanowi istotnego problemu. Polska konwencja ortograficzna jest stosunkowo skomplikowana w kilku wymiarach (np. pisania łącznego i rozłącznego, używania wielkich i małych liter) i w tych wymiarach rygorystyczne normy bywały naruszane. Pewną komplikację szczególną stanowiły skróty słów pisane niezgodnie z zasadami ortograficznymi i często niepotrzebnie stosowane.

W obu tych wymiarach postulat ogólny brzmi w sposób dość oczywisty: przed skierowaniem tekstu do obrotu konsumenckiego powinien on być poddany starannej adiustacji i korekcie językowej.

Poprawność gramatyczna obejmuje zwłaszcza fleksję, słowotwórstwo i składnię. Przy czym ten ostatni segment musi być poddany szczególnemu oglądowi. W zakresie odmiany wyrazów oraz tworzenia słów nowych nie można sformułować istotnego zarzutu co do częstości występowania tych błędów językowych. Zważywszy na skomplikowany system polskiej deklinacji i koniugacji, można uznać, że te dwa zjawiska gramatyczne nie stanowią jakiegoś alarmującego problemu. Wskazać wszakże należy na twórczość językową w zakresie terminologii i języków specjalistycznych (w tym także osobliwości występujących w tekstach prawnych). Przy czym nie chodzi tu o naruszanie istotnych zasad słowotwórczych, lecz raczej o funkcjonalność budowanych neologizmów słowotwórczych i neosemantyzmów powodujących hermetyczność tekstu i oddalenie ich od polszczyzny standardowej. Często jest to raczej snobistyczna twórczość autorów tekstów nie mająca uzasadnienia w potrzebach komunikacyjnych.

4. Oddzielnym zagadnieniem językowym jest poprawność składniowa, na którą składa się także kilka wymiarów szczegółowych. Pierwszym z nich jest długość zdania. W dociekaniach językoznawczych znane są miary zrozumiałości zdań w zależności od liczby użytych w nich słów. W poddanych ekspertyzie tekstach wszystkie te normy były bardzo często przekraczane, czasem w sposób wręcz karykaturalny (np. zdanie zbudowane z ponad 170 słów). Zrozumiałość zdania zależy jednak nie tylko od bezwzględnej liczby użytych w nim słów, ale także od jego budowy składniowej. Zdania wielokrotnie złożone, zwłaszcza o tzw. strukturze kaskadowej (szczegóły – zob. w opracowaniach częściowych) są – także z punktu widzenia psychologii – nieczytelne, ponieważ pojemność tzw. pamięci krótkotrwałej angażowanej podczas percepcji tekstu jest zbyt mała.

Składnia tekstu, to nie tylko struktura zdania, ale także spójność struktury akapitu, a – co za tym idzie – całego tekstu. Chodzi przede wszystkim o związki logiczne (np. wynikania lub przeciwstawiania alternatywnego) sygnalizowane wyrazami rozpoczynającymi poszczególne zdania wchodzące w skład tekstu. Także w tym zakresie poddane ekspertyzie teksty pozostawiają wiele do życzenia.

Konkluzja jest dość oczywista: zarówno na poziomie zdania (jego długości mierzonej liczbą użytych słów, liczby zdań współrzędnie i podrzędnie złożonych kaskadowo ułożonych), jak i na poziomie spójności tekstu jest mnóstwo uchybień mających negatywny wpływ na czytelność i zrozumiałość tekstu kierowanego do konsumenta

5. Kolejny aspekt związany z czytelnością i zrozumiałością tekstu stanowi słownictwo. Tu analizowane teksty budzą niewątpliwie najwięcej zastrzeżeń. Chodzi o nasycenie tekstów słownictwem niezrozumiałym z punktu widzenia przeciętnego konsumenta. I dotyczy to zarówno ulotek, instrukcji, jak i umów. Po szczegóły odsyłamy do opracowań cząstkowych.

Niezrozumiałość słów jest powodowana kilkoma względami. Pierwszym z nich jest nasycenie zapożyczeniami, zwłaszcza anglicyzmami, ale także latynizmami (np. w przypadku ulotek dodawanych do leków). Wielość tych niezrozumiałych słów powoduje kłopoty nie tylko z czytaniem ze zrozumieniem tekstu (często – jak w przypadku ulotek farmakologicznych lub instrukcji obsługi – traktowanego jako lektura obowiązkowa), ale także zniechęcenie powodujące odstępianie od próby zrozumienia tekstu. Podobny efekt wywołuje nasycenie tekstu terminologią fachową (niezależnie od pochodzenia tych terminów) naukową, techniczną, prawną, ekonomiczną itp. Wreszcie trzeci typ słownictwa (i frazeologii) zakłócającego percepcję tekstów, to elementy snobistyczne, pochodzące ze stylu urzędniczego. Jedynym celem ich stosowania jest odróżnienie tworzonych tekstów od polszczyzny codziennej. Właśnie na tej płaszczyźnie leksykalnej znajduje się najwięcej zjawisk utrudniających percepcję tekstów kierowanych do konsumenta.

Remedium na ten rodzaj komplikacji bywa poszukiwane przez samych oferentów w postaci rodzajów słowniczków terminologicznych dodawanych do trudno percypowanych tekstów. Słowniczkami te zawierają definicje niektórych stosowanych terminów i sposobów formułowania takich tekstów. Tak czynią np. sprzedawcy paliw gazowych i energii elektrycznej (we współpracy z Urzędem Regulacji Energetyki). Zastrzeżenia może jednak budzić przestrzeganie zasad tworzenia poprawnych, adekwatnych i zrozumiałych definiensów. Próbuje się także – na zasadzie dokumentów prawnych – wymusić odpowiednie sposoby formułowania tekstów (nie tylko prawnych) zgodnych z zasadami legislacji (zob. *Zasady techniki prawodawczej* zacytowane w niniejszej ekspertyzie w opracowaniu cząstkowym numer 6).

---

Tłoczono z polecenia Marszałka Senatu

---