

Język przystępny i dostępny

Standardy dostępności
informacyjno-
komunikacyjnej w NGO



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Publikacja opracowana w ramach projektu „Nowe kompetencje – wyższa jakość usług NGO” realizowanego przez Związek Centralny Dzieła Kolpinga w Polsce.

Tekst:

- Wojciech Dec
- Agnieszka Drogosz
- Bożena Michałek
- Joanna Nitka
- Anna Rutkowska
- Magdalena Szczudło
- Krzysztof Wolski

Korekta:

- Karolina Przywara
- Izabela Stąpor

Opracowanie graficzne:

- Patrycja Kwapik

Nadzór merytoryczny i koordynacja prac nad publikacją:

- Agnieszka Drogosz

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus w ramach programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021–2027.

ISBN: 978-83-978640-0-9

© Związek Centralny Dzieła Kolpinga w Polsce, Kraków 2026

Publikacja jest udostępniana na licencji Creative Commons Uznanie Autorstwa 4.0 Międzynarodowe (CC BY 4.0).

Treść licencji: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pl>



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Język przystępny i dostępny

Standardy dostępności informacyjno-komunikacyjnej w NGO

Spis treści

1	Kilka słów na powitanie.....	6
2	Jak korzystać z tej publikacji.....	8
3	Słownik	9
4	Wprowadzenie merytoryczne.....	14
4.1	Co to jest dostępność.....	14
4.2	Co to jest prosty język	15
4.3	Geneza dostępności	16
4.4	Geneza prostej polszczyzny.....	18
4.5	Dla kogo jest prosty język.....	19
4.6	W jakich kanałach komunikacji warto wykorzystać prosty język	20
4.7	Propozycja piktogramu	21
5	Rozwój instytucjonalny NGO – prosty język w różnych obszarach działalności.....	21
5.1	Zarządzanie i struktura organizacji	21
5.2	Zasoby i infrastruktura	22
5.3	Kadra i członkostwo	23
5.4	Finansowanie organizacji	23
5.5	Komunikacja zewnętrzna i wewnętrzna	24
5.6	Partnerstwa i współpraca z otoczeniem.....	24
5.7	Projekty, działania, usługi społeczne	25
6	Zasady pisanego języka prostego i dostępnego	26
6.1	Model MSGR, czyli teoria prostej komunikacji.....	26
6.2	Zasady dostępności w drukowanej komunikacji pisemnej	28
6.3	Zasady dostępności w cyfrowej komunikacji pisemnej	30
6.4	Prosty język a tekst łatwy do czytania i rozumienia (ETR) – różnice.....	32

7	Standard prostej komunikacji bezpośredniej.....	34
7.1	Zasady komunikacji bezpośredniej	34
7.2	Agresja w komunikacji – formy, konsekwencje i strategie działania.....	36
7.3	Komunikacja bezpośrednia z osobami z niepełnosprawnością	38
7.3.1	Osoba z niepełnosprawnością wzroku	38
7.3.2	Osoba z niepełnosprawnością słuchu	41
7.3.3	Osoba z niepełnosprawnością ruchową.....	42
7.3.4	Osoba z niepełnosprawnością intelektualną.....	43
8	Zasady dostępności w poszczególnych środkach komunikacyjnych.....	45
8.1	Audiodeskrypcja – mówiony opis [patrz – Słownik].....	45
8.2	Transkrypcja – napisy do materiałów wideo [patrz – Słownik]	47
8.3	Deskrypcja – opis przedmiotów [patrz – Słownik]	47
8.4	Tekst alternatywny – opis do grafik i zdjęć cyfrowych [patrz – Słownik].	48
9	Narzędzia	48
9.1	Standard organizacji wydarzeń dostępnych pod względem komunikacyjnym.....	48
9.2	Narzędzia cyfrowe wspierające DIK	52
9.3	Wzory dokumentów w prostym języku przydatnych w NGO	56
9.3.1	Pismo z zaproszeniem do współpracy.....	56
9.3.2	Pismo do urzędu	58
9.3.3	E-mail.....	60
9.3.4	Regulamin	61
9.4	Narzędzia lingwistyczne	63
9.5	Baza wiedzy	64
10	Jak wdrożyć standardy w NGO	65
10.1	Wstęp	65
10.2	Diagnoza	66
10.3	Wybór i opracowanie rozwiązań	66
10.4	Testowanie jakościowe i ilościowe	67

10.5	Usprawnienie rozwiązania i finalne wdrożenie	70
10.6	Przyjęcie rozwiązania modelowego w NGO	73
10.7	Lista kontrolna	74
11	Dostępność informacyjno-komunikacyjna w przyszłości – co nas czeka	78
12	Zakończenie – podstawy prawne.....	79

1 Kilka słów na powitanie

Droga Czytelniczko, Drogi Czytelniku,

oddajemy w Twoje ręce publikację „Język przystępny i dostępny”. To jeden z pierwszych tego rodzaju dokumentów w Polsce. Nasz standard nie tylko porządkuje dobre praktyki, ale także zachęca do refleksji. Pokazuje, że komunikacja włączająca nie musi być trudna – wymaga jedynie świadomości, wrażliwości i chęci.

Język jest podstawowym narzędziem komunikacji. Nasz sposób mówienia i pisania bezpośrednio wpływa na to, kogo uwzględniamy, a kogo – świadomie lub nie – wykluczamy z tego procesu. Rolą języka i innych narzędzi komunikacyjnych jest dotarcie do każdej osoby, niezależnie od jej sprawności, wieku, pochodzenia, wykształcenia czy doświadczenia. Dostępność informacyjno-komunikacyjna (DIK) to nie przywilej, lecz warunek uczestnictwa w życiu społecznym, obywatelskim i kulturalnym.

Skąd pomysł na tę publikację? Z rzeczywistej potrzeby. Organizacje pozarządowe (ang. NGO – Non-Governmental Organization), szczególnie te działające w obszarze edukacji, stoją dziś przed nie lada wyzwaniem. Dostarczanie wartościowych usług już nie wystarczy. Trzeba też mówić i pisać o nich w zrozumiały i dostępny sposób.

W świecie przesyconym informacjami coraz częściej znaczenie ma nie tylko to, *co* robimy czy mówimy, ale *jak* to robimy. Tymczasem dla wielu osób barierą jest właśnie komunikacja. Mamy tu na myśli osoby z niepełnosprawnościami, imigrantów, przedstawicieli różnych pokoleń, ludzi neuroatypowych czy ze szczególnymi potrzebami. W dostępie do usług NGO zatrzymuje ich niezrozumiały język, nieintuicyjna forma czy brak odpowiednich kanałów kontaktu.

Wdrażanie DIK w organizacjach pozarządowych to coś więcej niż dobra wola czy przejaw społecznej wrażliwości. To konkretna odpowiedź na zmieniające się potrzeby społeczne, technologiczne i prawne. NGO pełnią szczególną rolę budowaniu równościowego, otwartego społeczeństwa – mają za zadanie reprezentować tych, którzy najczęściej są pomijani.

Gdy organizacje pozarządowe wdrażają DIK, nie tylko spełniają formalne wymogi, ale też odnoszą szereg innych korzyści:

- spójność działań z misją i wizją – dostępna komunikacja przekłada wartości organizacji na codzienną praktykę,
- większa inkluzywność (włączenie) – dzięki prostym słowom i dostępnym formom organizacja otwiera się na nowe grupy odbiorców,
- lepszy wizerunek i większe zaufanie – jasne komunikaty budują obraz organizacji nowoczesnej, przyjaznej i wiarygodnej,
- wyższa efektywność – klarowna komunikacja oznacza mniej czasu na tłumaczenie, a więcej na działanie,
- transparentność – przejrzyste raporty finansowe i decyzje programowe wzmacniają relacje z darczyńcami oraz partnerami.

Cieszymy się, że sięgasz po ten przewodnik. Mamy nadzieję, że będzie on dla Twojej organizacji praktycznym wsparciem w budowaniu komunikacji dostępnej dla każdego. Standard powstał jako zbiór informacji i dobrych praktyk, które pomogą NGO porozumiewać się prosto, ale nie banalnie; jasno, ale nie sucho. To nie tylko kwestia języka – to zmiana podejścia, kultury organizacyjnej i świadome projektowanie komunikacji. To także odpowiedź na wyzwania cywilizacyjne i technologiczne. Zmienia się bowiem sposób, w jaki przyswajamy informacje – często w biegu, na ekranie smartfona, robiąc kilka rzeczy naraz.

Nasz standard nie jest zbiorem sztywnych reguł, lecz praktycznym zestawem porad i narzędzi, które pomogą Ci wdrożyć w organizacji zmianę. Taką, która zaczyna się od zrozumienia, że każda osoba ma prawo do bycia poinformowaną, usłyszaną i zrozumianą. Czytaj, wybieraj i wdrażaj krok po kroku lub według własnych potrzeb – małe zmiany dziś przyniosą wielkie efekty jutro.

Wierzmy, że komunikacja, która łączy, zaczyna się od prostych, szczerých słów. A prawdziwe zaangażowanie – od zrozumienia. Zapraszamy Cię do wspólnej podróży ku komunikacji, która nie dzieli, lecz tworzy przestrzeń do bycia razem.

Wspólnie możemy sprawić, że trzeci sektor będzie miejscem naprawdę otwartym.

2 Jak korzystać z tej publikacji

Standard „Język przystępny i dostępny” to poręczne narzędzie do codziennego użytku w działalności organizacji pozarządowych. Zaprojektowaliśmy standard tak, by można go było zastosować w małych, lokalnych organizacjach, ale też w dużych NGO o rozbudowanej strukturze.

W publikacji znajdziesz rekomendacje i dobre praktyki, ale także konkretne rozwiązania, wzory dokumentów czy listy kontrolne do monitorowania wdrożenia standardu. Dzięki temu:

- dowiesz się, czym jest dostępność informacyjno-komunikacyjna,
- sprawdzisz, na jakim etapie wdrożenia DIK jest Twoja organizacja,
- zaplanujesz, jak krok po kroku wprowadzać zmiany.

Dokument zawiera szczegółowy spis treści, który pozwala łatwo przejść do wybranego fragmentu lub płynnie czytać całość. Jeśli temat dostępności komunikacyjnej jest dla Ciebie nowy, rekomendujemy Ci właśnie ten drugi wariant – lekturę całej publikacji. Standard działa również jako zestaw niezależnych modułów. Możesz od razu wybrać konkretny obszar, który jest dla Ciebie najważniejszy, i od niego rozpocząć wdrażanie zmian.

Na początku części merytorycznej znajdziesz słownik pojęć, który pomoże Ci odnaleźć się w terminologii, szczególnie jeśli niektóre określenia są Ci obce.

Każda część standardu dotyczy innego obszaru DIK. W kolejnych rozdziałach podpowiadamy, jak mówić, pisać, publikować i organizować wydarzenia w sposób dostępny. Znajdziesz w nich konkretne odpowiedzi na wiele pytań, m.in.:

- jak komunikować dostępność wydarzenia,
- jakie narzędzia dostępności zastosować,
- jak zadbać o włączający język w mediach społecznościowych, dokumentach czy w komunikacji wewnętrznej organizacji.

Tytuły rozdziałów jednoznacznie określają ich zawartość, co ułatwi Ci szybkie odnalezienie potrzebnych informacji. Standard opracowaliśmy w sposób klarowny i konkretny. Dzięki temu wszystkie zainteresowane osoby będą mogły z niego łatwo korzystać, niezależnie od poziomu swojego doświadczenia.

Obszerną część standardu poświęciliśmy właśnie prostemu językowi jako kluczowemu narzędziu komunikacji włączającej. Opisaliśmy genezę prostego języka i jego najważniejsze zasady, zebraliśmy też przykłady dobrych praktyk z Polski i ze świata. Z tej części dowiesz się, jak formułować zrozumiałe informacje. Zrozumiesz również, dlaczego prosty język to nie tylko upraszczanie treści, ale też wyraz szacunku dla odbiorcy.

Innowacyjnym elementem publikacji jest rozdział podpowiadający, jak wprowadzić standard „Język przystępny i dostępny” w organizacji pozarządowej. Znajdziesz w nim gotowe scenariusze i rekomendacje – prowadzące niemal „za rękę” przez proces wdrażania DIK.

3 Słownik

Alfabet Braille’a

System pisma dotykowego stworzony z myślą o osobach niewidomych i niedowidzących. Każda litera, cyfra lub znak specjalny zapisywane są za pomocą kombinacji wypukłych punktów, które można odczytać palcami. Alfabet Braille’a ma wersje narodowe – np. w przypadku języka polskiego zawiera dodatkowe znaki dla liter typu Ą, Ń czy Ż.

Audiodeskrypcja

Ustny opis ważnych elementów wizualnych (na obrazie, spektaklu, filmie itp.), tworzony głównie dla osób z niepełnosprawnością wzroku. Dostarcza informacje, które są odbierane wyłącznie za pomocą wzroku i których nie można wywnioskować z samych dialogów.

Deskrypcja

Opis obrazu (np. grafiki) lub innego elementu wizualnego (np. wideo).

Dostępność

To umożliwienie osobom z niepełnosprawnościami samodzielnego funkcjonowania i pełnego udziału we wszystkich sferach życia, na zasadzie równości z innymi osobami. Aby to umożliwić, należy podjąć wszelkie działania prowadzące do usunięcia barier oraz do takiego projektowania (przestrzeni, produktów, usług, technologii), aby każdy mógł z nich korzystać samodzielnie, bezpiecznie i na równych zasadach.¹

Dostępność wyróżniamy w trzech obszarach:

- architektoniczna,
- cyfrowa,
- informacyjno-komunikacyjna.

O dostępności mówimy wtedy, kiedy we wszystkich trzech obszarach są spełnione ustawowe minimalne wymagania poprzez:

- eliminację barier,
- uniwersalne projektowanie lub racjonalne usprawnienie²

Dostępność informacyjno-komunikacyjna (DIK)

Zapewnienie, że przekazywane informacje są zrozumiałe, czytelne i możliwe do odebrania przez wszystkie osoby – niezależnie od ich sprawności, wieku czy sposobu porozumiewania się.

ETR, tekst łatwy

(ang. *easy to read and understand* – tekst łatwy do czytania i zrozumienia)

Sposób opracowania informacji przeznaczonej dla osób z niepełnosprawnością intelektualną lub mających problemy z czytaniem i rozumieniem. Zasady ETR dotyczą zarówno doboru słów i formułowania zdań, jak i kompozycji tekstu, rodzaju i rozmiaru czcionki, użycia ilustracji lub symboli.

¹Na podstawie Art. 9 Konwencji ONZ o prawach osób niepełnosprawnych, sporządzonej w Nowym Jorku dnia 13 grudnia 2006 r.

² Art. 2 ust. 2) Ustawy z 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami definiuje **dostępność** jako: „dostępność architektoniczną, cyfrową oraz informacyjno-komunikacyjną, co najmniej w zakresie określonym przez minimalne wymagania, o których mowa w art. 6, będącą wynikiem uwzględnienia uniwersalnego projektowania albo zastosowania racjonalnego usprawnienia”.

Łańcuch dostępności informacyjno-komunikacyjnej

Ciąg następujących po sobie działań, które pozwalają osobom ze szczególnymi potrzebami uczestniczyć w wydarzeniu. Łańcuch obejmuje:

- pozyskanie informacji o wydarzeniu i podjęcie decyzji o udziale w nim,
- bezpieczny dojazd na miejsce,
- samodzielny udział w wydarzeniu,
- bezproblemowy powrót do domu.

Wszystkie te ogniwa muszą być ze sobą odpowiednio połączone. Powinny się też uzupełniać, tak aby osoby ze szczególnymi potrzebami na żadnym etapie nie napotykały barier ograniczających DIK.

Niepełnosprawność – model medyczny (stosowany w przepisach)

Model medyczny określa, że niepełnosprawność jest wynikiem fizycznego, psychicznego czy umysłowego ograniczenia. W tym modelu określenie „osoba niepełnosprawna” jest zarezerwowane dla ludzi, którzy posiadają prawne orzeczenie o niepełnosprawności.

Niepełnosprawność – model społeczny

Model społeczny określa, że w świecie pozbawionym barier osoba z niepełnosprawnością ma takie same możliwości, jak osoba sprawna. Bariera to ograniczenie, które uniemożliwia lub utrudnia osobie z niepełnosprawnością udział w różnych sferach życia na zasadzie równości. Bariery mogą być architektoniczne, cyfrowe lub informacyjno-komunikacyjne. Określenie „osoba z niepełnosprawnością” (OzN) oznacza podejście włączające. Określa podmiotowość ludzi z niepełnosprawnością biologiczną oraz podkreśla, że niepełnosprawność to tylko jedna z ich cech.

Osoba głucha/Głucha

Wyraz „głuchy/głucha” pisany małą literą oznacza osobę z poważnym deficytem słuchu. Z kolei określenie „Głuchy/Głucha” odnosi się do osób, które identyfikują się ze społecznością i kulturą ludzi niesłyszących, a ich podstawowym językiem jest język migowy.

Osoba neuroatypowa

Osoba, której mózg funkcjonuje nietypowo w obszarze przetwarzania informacji, reagowania na bodźce, komunikacji czy uczenia się. Neuroatypowość to nie choroba, tylko naturalna różnorodność neurologiczna. Przykładami neuroatypowości są autyzm i ADHD.

Osoba ze szczególnymi potrzebami

Każda osoba, która w krótszym lub dłuższym czasie ma indywidualną, specjalną potrzebę, a dzięki jej zaspokojeniu może w pełni uczestniczyć w życiu społecznym.³

Polski Język Migowy (PJM)

Naturalny wizualno-przestrzenny sposób komunikacji, którym posługują się osoby niesłyszące. PJM ma własną strukturę gramatyczną, odmienną od polskiej. W PJM istotne są zarówno ruchy artykulacyjne mowy werbalnej, jak i mimika, ruchy głowy i tułowia, kontakt wzrokowy, kierunek patrzenia.

Prosty język

(ang. *plain language* – dosłownie „gładki język”)

Międzynarodowy standard komunikacyjny – sposób konstruowania tekstu, który pozwala statystycznemu odbiorcy:

- szybko przeczytać tekst,
- łatwo go zrozumieć już po jednokrotnym przeczytaniu,
- łatwo go zapamiętać,
- jeśli jest taka konieczność – podjąć skuteczne działanie na jego podstawie.

³ Art. 2 ust. 3) Ustawy z 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami określa, że **osoba ze szczególnymi potrzebami** to osoba, która ze względu na swoje cechy zewnętrzne lub wewnętrzne, albo ze względu na okoliczności, w których się znajduje, musi podjąć dodatkowe działania lub zastosować dodatkowe środki w celu przezwyciężenia bariery, aby uczestniczyć w różnych sferach życia na zasadzie równości z innymi osobami.

Racjonalne usprawnienie

to konieczne zmiany w przypadku, gdy nie da się zastosować projektowania uniwersalnego, lub gdy projektowanie uniwersalne nie zaspokaja konkretnej, indywidualnej potrzeby danej osoby.

System Językowo-Migowy (SJM)

System komunikacji, którego podstawą jest polszczyzna foniczna. Oznacza to, że SJM posiada zasady gramatyczne języka polskiego, a znaki migowe jedynie uzupełniają wypowiedź ustną.

Tekst alternatywny

Tekstowy opis elementu graficznego, np. zdjęcia, obrazu, wykresu. Dzięki temu osoba z niepełnosprawnością wzroku może się zapoznać z treścią obrazu za pomocą czytnika ekranu. Media społecznościowe mają wbudowane narzędzia do wpisywania tekstu alternatywnego – warto je stosować. Z kolei w przypadku stron internetowych administrator może wprowadzić funkcję tekstu alternatywnego.

Transkrypcja

Proces przekształcania mowy lub dźwięków w tekst pisany. Polega na dokładnym odzwierciedleniu wypowiedzi z materiału wideo lub audio w formie tekstowej. Ważne przy tym, by możliwie wiernie oddać nie tylko treść, ale też sposób wypowiedzi danej osoby. Jeżeli wypowiedź jest skomplikowana, warto dodać treść wspierającą – notatkę, która omawia wypowiedź prostym językiem.

Uniwersalne projektowanie

Tworzenie produktów, przestrzeni i usług w taki sposób, by były od razu dostępne i użyteczne dla jak największej liczby odbiorców.

WCAG

(ang. *Web Content Accessibility Guidelines* – wytyczne dla dostępności treści internetowych)

Międzynarodowy standard dotyczący tworzenia treści internetowych. Zawiera zasady projektowania rozwiązań cyfrowych, które są dostępne i użyteczne dla jak największego grona odbiorców, w tym dla osób z niepełnosprawnościami.

4 Wprowadzenie merytoryczne

4.1 Co to jest dostępność

Dostępność, w potocznym rozumieniu, oznacza równy dostęp dla wszystkich, z uwzględnieniem różnorodności poszczególnych osób. Umożliwia funkcjonowanie w środowisku fizycznym, społecznym, gospodarczym i kulturalnym, a także pozwala się komunikować, korzystać z opieki zdrowotnej, edukacji, informacji wszystkim osobom na równych prawach.

Słownik języka polskiego PWN podaje cztery znaczenia słowa „dostępny”:

- 1) „taki, do którego można dojść bez przeszkód, na który można wejść stosunkowo łatwo”,
- 2) „nietrudny do zdobycia”,
- 3) „łatwy do przyswojenia”,
- 4) „taki, z którym łatwo można nawiązać kontakt, do którego jest łatwy dostęp”.⁴

Słownikowa definicja skupia się więc na braku przeszkód w samodzielnym dotarciu do wybranego miejsca, na łatwości w komunikacji czy przyswajaniu informacji.

Dla osób z niepełnosprawnościami może to być jednak trudność. OzN mają szczególne potrzeby, które często zależą od rodzaju ich niepełnosprawności.

Organizacje pozarządowe nie są ustawowo zobowiązane do wdrażania DIK. Wyjątkiem są NGO, które:

- a) mają strony internetowe lub aplikacje mobilne oraz prowadzą statutową działalność pożytku publicznego na rzecz:
 - ochrony i promocji zdrowia,
 - osób z niepełnosprawnościami,

⁴ Źródło: [dostępny – Słownik języka polskiego PWN](#) [data dostępu: 8.11.2025].

- osób w wieku emerytalnym,⁵

b) realizują zadania publiczne lub pozyskują fundusze publiczne.⁶

Ważne przy tym, by powodem wdrażania dostępności w NGO nie były jedynie kwestie finansowe, a przede wszystkim – społeczne.

4.2 Co to jest prosty język

Prosty język to sposób projektowania treści, dzięki któremu odbiorca czyta tekst szybko (w swoim naturalnym tempie) i więcej z niego zapamiętuje. Ten system pozwala tworzyć teksty zrozumiałe dla jak największej liczby osób – niezależnie od ich wieku, wykształcenia czy poziomu znajomości języka. Prosty język zmniejsza też obciążenia poznawcze. To oznacza, że informacje są podane w taki sposób i w takiej ilości, by czytelnik nie czuł się nimi przytłoczony. Prosty język wpływa więc pozytywnie na doświadczenia odbiorcy, który nie musi się frustrować, że czegoś nie rozumie.

Teksty w prostym języku są łatwiejsze do przyswojenia, ponieważ bazują na słowach i konstrukcjach gramatycznych, których ludzie używają na co dzień. Prosty język jest pozbawiony żargonu, trudnych wyrazów i długich, skomplikowanych zdań. Dzięki temu czytelnik jest w stanie zrozumieć sens treści już po pierwszej lekturze.

Prosty język warto stosować przede wszystkim w tekstach, które mają trafić do masowego odbiorcy. Taki sposób pisania zalecają na całym świecie eksperci i zwolennicy idei upraszczania komunikacji publicznej.

Chcesz poznać dobre praktyki z innych krajów związane z prostym językiem?
Zeskanuj kod QR!



kod QR prowadzi do strony
<https://dostepnengo.kolping.pl/prosty-jezyk/>

⁵ Podstawa prawna: Ustawa z 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych.

⁶ Podstawa prawna: art. 5. 1. Ustawy z 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami.

4.3 Geneza dostępności

W Polsce pierwszymi dokumentami dotyczącymi praw osób niepełnosprawnych, w tym dostępności były:

- Konstytucja RP – gwarantuje w art. 32 ust. 2 zakaz dyskryminacji w życiu politycznym, społecznym lub gospodarczym z jakiegokolwiek przyczyny. Ponadto art. 69 zobowiązuje władze publiczne do udzielania osobom niepełnosprawnym pomocy w zabezpieczaniu egzystencji, przysposobieniu do pracy oraz w komunikacji społecznej.⁷
- Uchwała Sejmu z 1 sierpnia 1997 r. Karta Praw Osób Niepełnosprawnych – pierwszy dokument w III RP, który skatalogował prawa tej grupy m.in. do niezależnego życia oraz pełnego włączenia w życie społeczne.⁸
- Ustawa z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych – która reguluje kwestie zatrudniania osób z niepełnosprawnościami, zasady integracji zawodowej i społecznej, systemu wsparcia zatrudnienia oraz szczególne obowiązki i ulgi dla pracodawców.⁹

Następnym dokumentem, związanym z dostępnością informacyjno-komunikacyjną, była Ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 r. o języku migowym i innych środkach komunikowania się – zobowiązuje m.in. organy administracji publicznej do świadczenia usług tłumacza języka migowego (w tym online) oraz wspierania komunikacji osób głuchych.¹⁰

W 2006 roku Zgromadzenie Ogólne ONZ przyjęło Konwencję o prawach osób niepełnosprawnych. Dokument wszedł w życie 2 lata później, a Polska ratyfikowała go w 2012 roku.

W dokumencie czytamy, że celem konwencji jest:

- „popieranie, ochrona i zapewnienie pełnego i równego korzystania ze wszystkich praw człowieka i podstawowych wolności przez wszystkie osoby niepełnosprawne oraz popieranie poszanowania ich przyrodzonej godności.”

⁷ Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483.

⁸ M.P. 1997 nr 50 poz. 475.

⁹ Dz.U. 1997 nr 123 poz. 776.

¹⁰ Dz.U. 2011 nr 209 poz. 1243.

- „Do osób niepełnosprawnych zalicza się te osoby, które mają długotrwale naruszoną sprawność fizyczną, psychiczną, intelektualną lub w zakresie zmysłów co może, w oddziaływaniu z różnymi barierami, utrudniać im pełny i skuteczny udział w życiu społecznym, na zasadzie równości z innymi osobami.”¹¹

Konwencja nie podaje konkretnej definicji dostępności. Podkreśla natomiast, że dostępność jest warunkiem, który umożliwia osobom z niepełnosprawnościami niezależne życie i pełny udział w jego wszystkich sferach.¹²

Kolejnym ważnym krokiem we wdrażaniu dostępności w Polsce były dwie ustawy z 2019 r.:

- Ustawa z 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych¹³
Te przepisy określają zasady projektowania stron i aplikacji zgodnie ze standardem WCAG, tak by były one dostępne dla osób z różnymi niepełnosprawnościami. Zmiany w ustawie weszły w życie 17 kwietnia 2023 r.¹⁴
- Ustawa z 19 lipca 2019 r. o zapewnieniu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami
Ta ustawa dotyczy już nie tylko dostępności cyfrowej, ale też architektonicznej i informacyjno-komunikacyjnej. Dokument podkreśla, że szczególne potrzeby mogą mieć nie tylko osoby z niepełnosprawnościami, ale również:
 - kobiety w ciąży,
 - osoby, które wożą małe dzieci w wózkach,
 - dzieci lub osoby dorosłe o wzroście poniżej lub powyżej średniej,
 - osoby starsze,
 - osoby, które uległy czasowemu urazowi,
 - obcokrajowcy,
 - osoby neuroatypowe,
 - osoby mające problem w komunikowaniu się z otoczeniem,
 - osoby z dużym bagażem.¹⁵

Warto o tym pamiętać, by mieć szersze spojrzenie na zagadnienie dostępności.

¹¹ Źródło: [Konwencja o prawach osób niepełnosprawnych, artykuł 1](#) [data dostępu: 8.11.2025].

¹² Źródło: [Konwencja o prawach osób niepełnosprawnych, artykuł 9](#) [data dostępu: 8.11.2025].

¹³ Dz.U. 2019 r. poz. 848.

¹⁴ Dz.U. 2023 r. poz. 511.

¹⁵ Dz.U. 2019 r. poz. 1696.

28 czerwca 2025 r. weszła w życie Ustawa z 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze. To tzw. Polski Akt o Dostępności, który wdraża dyrektywę unijną – Europejski Akt o Dostępności dotyczący szczególnie e-handlu i bankowości.

Zasady opisane w Polskim Akcie o Dostępności dotyczą:

- audiowizualnych usług medialnych,
- usług telekomunikacyjnych,
- bankowości detalicznej,
- handlu elektronicznego,
- usług w zakresie transportu pasażerskiego,
- rozpowszechniania książek elektronicznych – ich tworzenia oraz sprzedaży przez Internet.¹⁶

Chcesz poznać dobre praktyki z innych krajów związane z dostępnością?
Zeskanuj kod QR!



kod QR prowadzi do strony

<https://dostepnengo.kolping.pl/prosty-jezyk/>

4.4 Geneza prostej polszczyzny

Prosta polszczyzna to polski odpowiednik prostego języka, czyli międzynarodowego standardu pisanie tekstów adresowanych do masowego odbiorcy.

W 2010 r., na zlecenie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, Pracownia Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego zbadała poziom trudności tekstów o środkach unijnych. W rezultacie badań powstał przewodnik „Jak pisać o Funduszach Europejskich”. Te działania zapoczątkowały rozwój prostego języka w Polsce, a nowy standard komunikacji zaczęły wdrażać inne ministerstwa i urzędy.

¹⁶ Dz.U. 2024 poz. 731.

Jednym z najbardziej widocznych przykładów zastosowania prostego języka w polskiej administracji były działania Zakładu Ubezpieczeń Społecznych. ZUS przeprowadził kompleksową reformę komunikacji z klientami – zrezygnował z urzędowego żargonu, skrócił swoje pisma i formularze.

W kolejnym etapie prostej polszczyzny zaczęły używać osoby pracujące w biznesie. W 2021 r. przedstawiciele Związku Banków Polskich podpisali wspólną deklarację dotyczącą standardu prostego języka. Chodziło o to, by klienci banków rozumieli, co do nich mówią i piszą instytucje finansowe. Do stosowania prostej polszczyzny zobowiązało się wówczas 21 banków.

Obowiązek stosowania prostego języka został również opisany w Rozporządzeniu o Ochronie Danych Osobowych (RODO)¹⁷. Artykuł 12 tego dokumentu zaleca, by administratorzy danych osobowych zadbali o przejrzystą komunikację z odbiorcami.

Obecnie mnóstwo firm, m.in. z branży finansowej, telekomunikacyjnej czy ubezpieczeń, chwali się klarownością swojej komunikacji. Prosta polszczyzna zagościła też na uczelniach i w wielu instytucjach samorządowych.

Chcesz poznać genezę prostego języka na świecie? Zeskanuj QR kod!



kod QR prowadzi do strony

<https://dostepnengo.kolping.pl/prosty-jezyk/>

4.5 Dla kogo jest prosty język

Prosty język powoduje, że komunikacja jest bardziej otwarta i dostępna dla wszystkich. To jak uniwersalne projektowanie produktów i usług – w taki sposób, by od razu mogło z nich korzystać jak największe grono odbiorców. Jednak przede wszystkim stosowanie prostego języka sprawia, że nikt nie czuje się wykluczony.

Pod tym względem prosty język przypomina projektowanie włączające.

¹⁷ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE. Rozporządzenie obowiązuje we wszystkich krajach UE od 25 maja 2018 r.

Nawet najlepiej zaprojektowane dostępne rozwiązania mogą się okazać mało użyteczne, jeżeli powstaną bez udziału osób, których dotyczą. Jeżeli odbiorcy są partnerami w procesie projektowania, to ich potrzeby są naprawdę uwzględniane – a nie jedynie interpretowane. Dlatego nie twórz tekstów w prostym języku dla osób ze szczególnymi potrzebami. Pisz je we współpracy z nimi – dla wszystkich.

Prosty język to standard komunikacji szczególnie istotny dla osób:

- które chcą szybko dotrzeć do informacji i zrozumieć jej treść,
- dla których polski nie jest językiem ojczystym,
- starszych, które mogą mieć trudność w zrozumieniu niektórych zwrotów i określeń, np. ze świata technologii,
- neuroatypowych [patrz – Słownik]; nie mówimy tu o osobach z niepełnosprawnością intelektualną – w przypadku tej grupy odbiorców stosujemy standard ETR [patrz – Słownik],
- głuchych/Głuchych, dla których podstawowym językiem jest język migowy [patrz – Słownik],
- z niższym wykształceniem, które mogą mieć trudność w zrozumieniu niektórych słów i sformułowań,
- które nie są specjalistami w dziedzinie, o której piszesz (pamiętaj, że wcale nie muszą nimi być).

4.6 W jakich kanałach komunikacji warto wykorzystać prosty język

Prosty język warto wykorzystywać we wszystkich kanałach komunikacji – zwłaszcza tam, gdzie ważne jest zrozumienie treści przez szerokie grono odbiorców.

Oto przykłady:

- pisma urzędowe,
- umowy, regulaminy, instrukcje,
- formularze, wnioski,
- materiały informacyjne i edukacyjne,

- strony internetowe,
- media społecznościowe,
- kampanie społeczne,
- ogłoszenia i plakaty.

4.7 Propozycja piktogramu

W ramach tej publikacji przedstawiamy propozycję piktogramu oznakowania tekstów napisanych prostym językiem. Piktogram może być wykorzystywany w innych materiałach, pod warunkiem zachowania standardów dostępności oraz parametrów technicznych (takich jak spójność kolorystyczna i odpowiedni rozmiar). Przy jego publikacji prosimy również o podanie źródła.



5 Rozwój instytucjonalny NGO – prosty język w różnych obszarach działalności

Rozwój instytucjonalny to proces budowania potencjału NGO. Efektem jest większy profesjonalizm, stabilność i skuteczność w realizacji misji, wizji oraz celów statutowych organizacji. Żyjemy w czasach kultury obrazkowej i szybkiej informacji, dlatego prosty język to konieczność w komunikacji i zarządzaniu NGO. Zachęcamy, by stał się narzędziem, które wzmocni 7 kluczowych obszarów rozwoju instytucjonalnego Twojej organizacji. Poniżej znajdziesz informacje, w jaki sposób prosty język wspiera te obszary.

5.1 Zarządzanie i struktura organizacji

Jasne i zrozumiałe komunikaty strategiczne ułatwiają zaangażowanie całego zespołu organizacji w realizację jej misji, wizji i celów statutowych. Prostym język

w dokumentach wewnętrznych, takich jak strategie, procedury czy raporty, usprawnia zarządzanie organizacją i pomaga oceniać jej funkcjonowanie. Przejrzysta komunikacja umożliwia włączanie zespołu w audyty i ewaluacje oraz pozwala skutecznie testować nowe pomysły na realizację strategii NGO. Prosty język warto też stosować w komunikacji bezpośredniej, np. podczas zebrania zespołu, podsumowań projektów czy spotkań z zarządem. Osoby działające w organizacjach, których komunikacja wewnętrzna jest klarowna, łatwiej rozumieją swój zakres odpowiedzialności. Prosty język zwiększa efektywność zarządzania i pozwala uniknąć nieporozumień.

PRZYKŁAD

Zamiast: realizujemy interwencje psychospołeczne w strukturach rodzinnych o obniżonej funkcjonalności

napisz: wspieramy rodziny dysfunkcyjne

5.2 Zasoby i infrastruktura

Wdrożenie prostych opisów procedur technologicznych i operacyjnych, np. instrukcji użytkowania sprzętów czy regulaminów wewnętrznych, poprawia efektywność i zmniejsza liczbę błędów. Dzięki jasnym i dostępnym komunikatom członkinie i członkowie organizacji mogą korzystać z infrastruktury zgodnie z przeznaczeniem, bez potrzeby pomocy technicznej. Przykładowo, organizacja może udostępniać instrukcje obsługi narzędzi w formie prostych schematów. To pozwala osobom, które są mniej obeznane z technologią, samodzielnie korzystać z potrzebnych zasobów. W komunikacji ustnej, takiej jak instruktaże czy mentoring nowych członków organizacji, kluczowe jest unikanie specjalistycznej terminologii. Warto też sprawdzać, czy rozmówca zrozumiał przekaz, np. poprzez zadawanie pytań otwartych.

PRZYKŁAD:

Zamiast: działania Fundacji zmierzające do poprawy jakości pracy z komputerem polegające w szczególności na eliminowaniu możliwości pobierania określonych danych z Internetu

napisz: aby poprawić jakość pracy z komputerem, Fundacja może ograniczyć możliwość pobierania określonych danych z Internetu

5.3 Kadra i członkostwo

Szkolenia z prostego języka zwiększają kompetencje komunikacyjne zespołu, co sprzyja profesjonalizacji NGO i budowie relacji z otoczeniem. Prosty język pozwala budować inkluzywne środowisko, w którym członkinie i członkowie doceniają wagę swojego zaangażowania w działalność organizacji. Mogą też łatwiej zrozumieć zakres swojej odpowiedzialności za realizowane zadania. Dobrym przykładem są programy, w których role, zadania i procesy rekrutacji zostały opisane prostym językiem. Podczas spotkań czy szkoleń warto z kolei mówić w uporządkowany sposób, unikać skrótów myślowych i umożliwiać chętnym osobom zadawanie pytań.

PRZYKŁAD

Zamiast ogólnego: **poszukujemy wsparcia w programie pomocy alimentacyjnej**

Napisz konkretnie: **zapraszamy chętne osoby do pakowania paczek z żywnością w sobotę o 10.00**

5.4 Finansowanie organizacji

Przejrzyste dokumenty finansowe, np. opisy budżetów czy raporty, zwiększają transparentność organizacji. Dzięki temu otoczenie zewnętrzne ma do niej większe zaufanie. Wykorzystanie prostego języka w kampaniach fundraisingowych czy w ofertach grantowych pozwala pozyskiwać więcej środków. Z tego samego powodu warto zadbać o klarowną komunikację z darczyńcami. Prosty język przyda się np. w informacjach dotyczących przekazywania 1,5% podatku czy opisach celów zbiórek charytatywnych. Organizacje mogą również udostępniać historie swoich podopiecznych napisane językiem, który angażuje emocjonalnie i jest zrozumiały dla szerokiego grona odbiorców.

PRZYKŁAD

Zamiast: **alokacja środków zgodnie z harmonogramem kosztów**

napisz: **wydaliśmy pieniądze zgodnie z planem**

5.5 Komunikacja zewnętrzna i wewnętrzna

Prosty język ułatwia tworzenie dostępnych treści informacyjnych – od komunikatów mailowych po posty w mediach społecznościowych. Pomaga również uniknąć barier związanych z nadmiarem informacji, technicznym żargonem lub źle dobranym kanałem komunikacji. W e-mailach czy newsletterach stosuj zasadę „jedno zdanie – jedna myśl”. Materiały informacyjne i promocyjne warto też tłumaczyć na Polski Język Migowy i dodawać audiodeskrypcję – to zwiększy ich dostępność.

PRZYKŁAD

Zamiast: Centrum powstało w ramach projektu „Wzmocnienie potencjału i budowanie sieci współpracy NGO” dofinansowanego przez Unię Europejską z programu „Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021–2027”

napisz: Centrum jest częścią projektu „Wzmocnienie potencjału i budowanie sieci współpracy NGO”. Sfinansowała je Unia Europejska – w ramach programu „Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021–27”

5.6 Partnerstwa i współpraca z otoczeniem

Prosty język w działaniach orzeczniczych, konsultacjach społecznych i publicznych powoduje, że odbiorcy z różnych środowisk lepiej rozumieją przekaz organizacji. Ułatwia też dialog między organizacjami i sektorami, dzięki czemu wzmacnia kulturę współpracy i partycypacji. Współpraca międzysektorowa wymaga jasnego określenia wspólnych celów. NGO, które stosują prosty język w memorandumach, listach intencyjnych czy podczas spotkań sieciujących, budują trwałe relacje wewnątrz-

i międzysektorowe. Uproszczone ankiety i formularze konsultacyjne pomagają w angażowaniu społeczności lokalnych w działania organizacji. Podczas negocjacji i uzgodnień dobrze jest unikać skrótów branżowych i upewniać się, czy wszyscy jednakowo rozumieją stosowane pojęcia.

PRZYKŁAD:

Zamiast: wnosimy o doprecyzowanie kryteriów oceny merytorycznej w Priorytecie 4 FERS, w szczególności w zakresie kwalifikowalności wydatków dotyczących działań miękkich w ramach usług społecznych

napisz: prosimy, by wyjaśnili Państwo kryteria oceny merytorycznej w Prioryecie 4 FERS. Szczególnie zależy nam na informacji, jakie wydatki są dopuszczalne w obszarze działań miękkich w usługach społecznych

5.7 Projekty, działania, usługi społeczne

Klarownie opisane projekty społeczne są lepiej oceniane i efektywniej wdrażane. Jasne komunikaty ułatwiają odbiorcom korzystanie z usług społecznych. To ważne

w przypadku grup szczególnie wrażliwych (np. osób starszych, osób z niepełnosprawnościami czy cudzoziemców). Prosty język zwiększa też skuteczność edukacji społecznej. Czytelne formularze zgłoszeniowe, regulaminy i opisy usług to warunek DIK. Proste opisy warsztatów, grafiki spotkań czy materiały wideo

z napisami poszerzają grono odbiorców działań NGO. Ważne, by także podczas realizacji usług mówić prostym językiem – szczególnie w kontaktach z osobami, które mają trudności komunikacyjne.

PRZYKŁAD:

Zamiast: stowarzyszenie realizuje projekt, którego celem jest zwiększenie dostępności usług społecznych i aktywizacja 50 osób zagrożonych wykluczeniem społecznym z terenu województwa mazowieckiego

napisz: realizujemy ten projekt, by więcej osób mogło korzystać z usług społecznych. W ten sposób chcemy pomóc 50 mieszkańcom województwa mazowieckiego, którzy są zagrożeni wykluczeniem społecznym

Prosty język to inwestycja w rozwój instytucjonalny – wzmacnia strukturę organizacyjną, relacje, finanse i skuteczność działań społecznych. Jest pomostem między profesjonalizmem a dostępnością, a także podstawą nowoczesnego i odpowiedzialnego trzeciego sektora.

6 Zasady pisanego języka prostego i dostępnego

6.1 Model MSGR, czyli teoria prostej komunikacji

Prosty język jest standardem komunikacyjnym. Zasady tworzenia treści w prostym języku są uniwersalne. Oznacza to, że tekst uznajemy za prosty wtedy, gdy spełnia określone kryteria. Jeśli więc nie ma formalnych przeciwwskazań, rekomendujemy Ci stosowanie zasad prostego języka.

Pracownia Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego opracowała model MSGR, który opisuje 4 obszary upraszczania tekstów:



Źródło grafiki: Pracownia Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego

Merytoryka

1. Jeśli piszesz o czymś skomplikowanym, dodaj treści wspierające. To mogą być przykłady, rozwinięcia skrótów lub definicje trudnych pojęć, których używasz w tekście.

Struktura

1. Zaczynaj od tego, co najważniejsze. Dzięki temu osoba czytająca zapamięta główny przekaz, nawet gdy nie dotrze do końca informacji.
2. Unikaj cytowania paragrafów na samym początku. Jeśli tekst wymaga podania podstawy prawnej, umieść ją na samym końcu.

3. Jeśli w tekście jest kilka równorzędnych informacji, zapisz je w punktach. W razie potrzeby wykorzystaj także inne graficzne formy prezentowania danych, takie jak wykresy czy tabele.
4. Podziel tekst na akapity. Idealnie jeśli akapit będzie mieć max. 5 zdań. Dzięki temu Twój tekst stanie się przejrzysty, a osoba czytająca łatwiej odnajdzie potrzebne informacje.
5. Każdy akapit poprzedź nagłówkiem, który będzie nawigował osobę czytającą po tekście. Warto sformułować nagłówki jak pytania, ale bez pytajnika na końcu, np. „Jak możesz się z nami skontaktować”.

Gramatyka

1. Pisz zrozumiale – używaj prostej składni i słów, które bez problemu zrozumieją osoby z różnych środowisk. „Zgłoś” zamiast „dokonywać zgłoszenia”.
2. Buduj zdania zgodnie z szykiem naturalnym dla polszczyzny, czyli podmiot (rzeczownik) przed orzeczeniem (czasownikiem). Zamień tekst „zgromadzili się na naradzie liderzy z 5 gmin” na frazę „liderzy z 5 gmin zgromadzili się na naradzie”.
3. Pozwól osobie czytającej utrzymać rytm podczas lektury. Zamiast stosować wtrącenie, rozbij dłuższe zdanie na dwa krótsze.
4. Pisz zwięźle i unikaj „pisanie o pisaniu”. Frazy takie jak „informuję, że...”, „w nawiązaniu do...”, „poniżej przesyłam” wydłużają przekaz, a nic nie wnoszą do merytoryki. Zrób test – sprawdź, czy w tekście są jakieś słowa, które możesz wykreślić bez utraty sensu tego, co chcesz przekazać.
5. Używaj krótkich zdań – takich, które mają max. 15-20 wyrazów. Dbaj o to, by każda nowa myśl opisana była w osobnym zdaniu.
6. Dbaj o to, by w zdaniach było więcej czasowników niż rzeczowników odczasownikowych, czyli zakończonych na -enie, -anie. Dzięki temu Twój tekst stanie się bardziej dynamiczny, co zachęci osobę czytającą do dalszej lektury.

7. Pisz konkretnie – unikaj ogólników i określeń, które mogą być różnie interpretowane (np. „niebawem”, „szybko”, „właściwe dokumenty”, „do odpowiednich osób”).

Relacje

1. Stosuj komunikaty *my* lub *ja*. To pokaże, że bierzesz odpowiedzialność za informacje, które przekazujesz. Pomoże Ci też zbudować partnerską relację z adresatem tekstu.
2. Unikaj stylu urzędowego, który ukrywa człowieka i zabija życie w tekście. Zamień:
 - stronę bierną („zostanie wysłane”) na czynną („wysłaliśmy”),
 - formy bezosobowe („zadecydowano”) na osobowe („zdecydowałam”),
 - imiesłowy („działając”, „przeczytawszy”) na formy osobowe („działamy w tym obszarze, dlatego proponujemy...”, „przeczytałem dokument i uważam, że...”),
 - czasowniki w 3. osobie („Fundacja przesyła...”) na czasowniki w 1. osobie („przesyłamy”).
3. Zwracaj się bezpośrednio do osoby czytającej. Dzięki temu poczuje się traktowana podmiotowo, a nie przedmiotowo. Łatwiej też utrzymasz jej uwagę podczas lektury, co przyda się szczególnie w przypadku dłuższych tekstów.

6.2 Zasady dostępności w drukowanej komunikacji pisemnej

Wielkość i rodzaj czcionki (fontu)

- Stosuj czcionkę wielkości minimum 12 pkt. dla tekstu głównego, a 14–16 pkt. w tekstach dla osób starszych lub tekstach o charakterze informacyjnym (np. instrukcjach).
- Stosuj czcionki bezszeryfowe (np. Arial, Calibri, Verdana, Heveltica) – są bardziej czytelne, zwłaszcza dla osób o słabym wzroku. Unikaj czcionek ozdobnych.

- Unikaj pisania dłuższych fragmentów tekstu drukowanymi literami (tzw. wersalikami) i/lub kursywą, bo taki tekst jest mało czytelny.
- Na plakatach czy w opisach tabel stosuj teksty poziome, a nie pionowe (litera pod literą).

Kolor czcionki i rodzaj papieru

- Dbaj o odpowiedni kontrast – najlepszy jest ciemny tekst na jasnym tle, np. czarny na białym lub kremowym papierze. Unikaj kolorów pastelowych.
- Wyróżniaj fragmenty tekstu pogrubieniem, a nie kolorem, bo dla osób z zaburzeniami widzenia barw takie wyróżnienie nie będzie czytelne.
- Unikaj błyszczącego papieru – powoduje odbłaski i zmniejsza czytelność. Unikaj laminowania papieru.

Marginesy i układ

- Oddzielaj poszczególne akapity interlinią, zrezygnuj natomiast z wcięć akapitowych. Zadbaj o odpowiednie odstępy między wierszami: 1,2-1,5.
- Zachowaj szerokie marginesy (co najmniej 2 cm z każdej strony) – tekst nie może być „ściśnięty”.
- Unikaj dzielenia wyrazów – to szczególnie ważne pod kątem osób z trudnościami poznawczymi lub językowymi.
- Stosuj justowanie (wyrównanie) tekstu tylko z lewej strony – możesz tak robić nawet w oficjalnych dokumentach. Gdy justujesz tekst z obu stron, utrudniasz czytanie osobom z dysleksją.
- Unikaj pisania tekstu w 2 kolumnach. A jeśli to robisz, wyraźnie je od siebie oddziel.

Struktura dokumentu

- W krótszych dokumentach (np. pismach) na górze umieść nagłówek o charakterze informacyjnym, np. „Prośba o dofinansowanie projektu”.

- Akapity poprzedzaj nagłówkami, stosuj wypunktowania i wyróżnienia najważniejszych fragmentów. Kluczowe informacje możesz też zamieścić w ramce.
- W przypadku dłuższych publikacji na początku umieść spis treści, a na końcu – indeksy, które pomogą czytelnikowi szybko odnaleźć potrzebne informacje.

6.3 Zasady dostępności w cyfrowej komunikacji pisemnej

Struktura i przejrzystość

- Tekst na ekranie ludzie czytają inaczej niż tekst na papierze. Internauci często najpierw skanują wzrokiem całą treść, dlatego stosuj krótkie akapity, wypunktowane listy i jasne nagłówki.
- Odpowiednio formatuj nagłówki. Nie wystarczy wyróżnić ich większą czcionką czy kolorem. Stopnij je, korzystając z formatowania H1, H2, H3 itd. To pomaga w wyższym pozycjonowaniu strony w internetowych wyszukiwarkach (tzw. SEO – z ang. *Search Engine Optimization*). Umożliwia też osobom niewidomym sprawne korzystanie z czytników ekranu i z aplikacji, które przenoszą kursor bezpośrednio do wybranego nagłówka.
- W komunikacji elektronicznej język polski rządzi się nieco innymi prawami. Przykładowo, nie musisz kończyć zdania kropką, jeśli to zdanie jest wyróżnione graficznie na stronie www – np. jako misja Twojej organizacji.

Hiperłącza

- Stosuj tzw. „hiperłącza mówiące”. Czyli zamiast pisać: „formularz zgłoszeniowy – kliknij tutaj”, napisz: „wypełnij formularz zgłoszeniowy” – i podepnij hiperłącze pod zaznaczoną frazę. Podlinkowany tekst powinien jasno wskazywać, dokąd trafi czytelnik po kliknięciu we wskazanym miejscu.

Rozmiar tekstu na ekranie

- Pamiętaj, że większość internautów przegląda sieć, korzystając ze smartfonów, nie z komputerów czy laptopów. Stosuj więc czcionkę

wielkości min. 12 pkt. dla tekstu podstawowego, a 16–24 pkt. dla pogrubionych nagłówków.

- Stosuj fronty bezszeryfowe (np. Arial, Calibri, Verdana, Heveltica), które lepiej wyglądają na ekranach, zwłaszcza w niskiej rozdzielczości. Te rodzaje czcionek nie mają drobnych detali (szeryfów), które mogą się rozmywać. To szczególnie ważne dla osób z dysleksją, które mogą mieć trudności z rozpoznawaniem liter w fontach szeryfowych.

Paginacja i długość przewijania

- Długie teksty dziel na sekcje i dodawaj do nich kotwice, czyli podlinkowane frazy typu „do góry”, „przejdź do sekcji X” – to ułatwi nawigację w obrębie strony.
- Możesz też zastosować tzw. rozwijane akordeony – interaktywne elementy, które pokazują treść dopiero po kliknięciu (np. „Zobacz więcej” → rozwija się tekst). Dzięki temu użytkownik widzi najpierw tylko nagłówki lub pytania (np. w sekcji FAQ), i sam decyduje, które fragmenty tekstu rozwinąć.

Formularze

- Zwracaj się bezpośrednio do czytelnika, tak aby miał pełną jasność, co powinien zrobić. Przykładowo, komunikat „dane wnioskodawcy powinny zostać wprowadzone w poniższe pola” uprość do wersji „wpisz swoje dane”.
- Informacje, jaki rodzaj treści należy wpisać w dane pole, umieszczaj nad polami (a nie po ich lewej stronie) – to ułatwia czytanie na małych ekranach.
- Stosuj podpowiedzi kontekstowe, np. „wpisz 9-cyfrowy numer PESEL” zamiast ogólnego „PESEL”.
- W przypadku dłuższych ankiet czy formularzy wykorzystuj pasek postępu. Pokazuj użytkownikowi na bieżąco, np. procentowo, ile kroków (pytań) już przeszedł, a ile mu jeszcze zostało.

6.4 Prosty język a tekst łatwy do czytania i rozumienia (ETR) – różnice

Prosty język i tekst łatwy do czytania i rozumienia (ETR) to nie jest to samo. Choć oba rozwiązania ułatwiają dostęp do informacji, różnią się zakresem zastosowania, rygiorem tworzenia i grupą docelową.

Prosty język to system komunikacji językowej oparty na 4 filarach wg modelu MSGR: merytoryka, struktura, gramatyka, relacje [patrz – str. 18]. Jest adresowany do szerokiego grona odbiorców, w tym do osób o przeciętnym poziomie kompetencji językowych.

Z kolei ETR (tekst łatwy) to specyficzna, pisemna forma przekazu [patrz – Słownik]. ETR jest skierowany przede wszystkim do osób z trudnościami w przetwarzaniu informacji. To mogą być osoby z niepełnosprawnością intelektualną, z zaburzeniami poznawczymi czy osoby starsze z pogorszoną percepcją. Dlatego tekst w ETR musi zawierać grafiki, które obrazują każdy fragment, mieć dużą czcionkę i dobry kontrast.

W procesie tworzenia tekstu ETR obowiązkowa jest konsultacja z przedstawicielami grupy docelowej, czyli np. z osobami z niepełnosprawnością intelektualną lub tzw. self-adwokatami¹⁸. Każdy tekst w ETR, napisany tradycyjnie czy z pomocą AI, musi być oceniony przez odbiorcę końcowego i dostosowany do jego potrzeb. Tylko taka weryfikacja daje gwarancję, że przekaz jest faktycznie zrozumiały i użyteczny.

Jeśli co najmniej jedna osoba z grupy docelowej skonsultowała tekst, można go oznaczyć logotypem ETR:



logo ETR © European Easy-to-Read Logo: Inclusion Europe.

Zasady korzystania z logotypu znajdziesz na stronie [Inclusion Europe](https://inclusion-europe.eu/).

¹⁸ Self-adwokaci to osoby z niepełnosprawnością intelektualną, która samodzielnie występują w swoim imieniu, reprezentując własne interesy i dążąc do niezależności.

Podmioty publiczne w Polsce muszą zapewnić informację o zakresie swojej działalności w tekście łatwym do czytania¹⁹. Warto by takie praktyki stosowały również organizacje pozarządowe, które przecież bardzo często wspierają osoby z niepełnosprawnością intelektualną. Zachęcamy Cię do opracowania w standardzie ETR przynajmniej podstawowych informacji o działalności Twojej organizacji.

Prosty język a ETR (tekst łatwy) – podsumowanie

Cecha	Prosty język	ETR (tekst łatwy)
Typ	System komunikacji językowej	Forma tekstowa
Odbiorca docelowy	Ogół społeczeństwa	Osoby z trudnościami poznawczymi
Złożoność języka	Prosty, ale bardziej elastyczny	Bardzo prosty, jednoznaczny
Regulacje formalne	Oparty na 4 filarach: merytoryka, struktura, gramatyka, relacje (wg modelu MSGR)	Ścisłe określone i weryfikowane
Obrazki i piktogramy	Stosowane raczej sporadycznie lub kontekstowo	Często stosowane
Przykład	Formularz podatkowy dla obywatela	Informacja o świadczeniu socjalnym dla osób z niepełnosprawnością intelektualną

¹⁹ Podstawa prawna: art. 6 pkt 3 (lit. c) Ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (tekst jednolity Dz.U. 2020 poz. 1062).

Różnica między ETR a prostym językiem

ETR	prosty język
BIULETYN Nagłówek Treść, treść, treść. Nagłówek Treść, treść, treść.	BIULETYN Nagłówek Treść, treść, treść, treść, treść, treść. Nagłówek Treść, treść, treść, treść, treść, treść.

7 Standard prostej komunikacji bezpośredniej

7.1 Zasady komunikacji bezpośredniej

W Polsce standard prostego języka dotyczył dotąd jedynie komunikacji pisemnej. W ramach innowacji opracowaliśmy więc rekomendacje, które dotyczą komunikacji bezpośredniej – werbalnej i niewerbalnej.

Forma

- Używaj poprawnej polszczyzny.
- Dbaj o to, jak mówisz – nie za szybko, wyraźnie, z odpowiednią intonacją.
- Mów płynnie – nie stosuj wypełniaczy językowych typu „yyy” „ooo”.
- Unikaj wtrąceń i ozdobników słownych typu „prawda”, „proszę ja Ciebie”.
- Zachowaj spójność komunikacji werbalnej i niewerbalnej – niech to, co mówisz (słowa), będzie zgodne z tym, jak się zachowujesz (gesty, mowa ciała, mimika).

Relacje

- Mów kulturalnie.

- Dopasuj język i sposób komunikacji do odbiorcy (np. wieku rozmówcy) i jego potrzeb. To dopasowanie może mieć różne formy, np. zastosowanie regionalizmów, języka branżowego, zwrotów obcojęzycznych.
- Uważnie i aktywnie słuchaj, nie przerywaj.
- Upewnij się, czy osoba, z którą rozmawiasz, rozumie Cię, i czy Ty rozumiesz ją – stosuj parafrazę.
- Nie poprawiaj błędów językowych osoby, z którą rozmawiasz.
- Utrzymuj kontakt wzrokowy.
- Dbaj o zachowanie odpowiedniego dystansu fizycznego, szanuj przestrzeń osobistą osoby, z którą rozmawiasz.
- Zadbaj o dobrą atmosferę, stwórz odpowiednie warunki do rozmowy.
- Pamiętaj, że cisza to naturalny element rozmowy, nie trzeba jej od razu wypełniać.
- Zachowaj otwartość na osobę, z którą rozmawiasz, i jej perspektywę.
- Pamiętaj o zasadach dobrego zachowania: przywitaj się, przedstaw, dbaj o eleganckie zakończenie rozmowy, podziękuj za poświęcony Ci czas i za rozmowę, zachowaj formy grzecznościowe.
- Dotrzymuj słowa danego w rozmowie.
- Bierz odpowiedzialność za słowa.
- Kontroluj emocje.

Merytoryka

- Używaj prostych słów.
- Mów konkretnie i na temat.
- Nie mieszaj wątków w rozmowie.
- Jeśli mówisz o czymś skomplikowanym, korzystaj z metafor i analogii, używaj anegdot i przykładów.

Struktura wypowiedzi

- Buduj krótkie zdania – unikaj złożonych, skomplikowanych konstrukcji gramatycznych.

- W jednym zdaniu zawieraj jedną myśl.
- Stosuj pauzy (analogia do kropki w tekście pisanym).
- Używaj list trzelementowych.

7.2 Agresja w komunikacji – formy, konsekwencje i strategie działania

Agresja w komunikacji to jedno z najbardziej destrukcyjnych zachowań interpersonalnych. Jej efektem mogą być poważne konflikty, zerwane relacje i długotrwałe urazy psychiczne. W dobie intensywnej komunikacji cyfrowej i rosnącego tempa życia to zjawisko jest coraz bardziej powszechne – w relacjach osobistych i zawodowych.

Czym jest agresja komunikacyjna

Agresja komunikacyjna to wszelkie zachowania słowne lub pozasłowne, których celem jest wyrządzenie rozmówcy krzywdy, zdominowanie go lub wymuszenie określonego zachowania.

Ważne jest rozróżnienie między agresją a asertywną komunikacją. Asertywność to jasne określanie swoich potrzeb i granic, przy jednoczesnym poszanowaniu drugiej osoby. Celem agresji jest natomiast podporządkowanie sobie drugiej osoby, często kosztem jej dobrostanu psychicznego.

Formy agresji w komunikacji

Agresja komunikacyjna może przybierać różnorodne formy, od oczywistych po bardzo subtelne:

- agresja werbalna – krzyki, wyzwiska, groźby i obelgi, ciągła krytyka drugiej osoby, umniejszanie jej osiągnięć czy kwestionowanie jej kompetencji,
- agresja pozawerbalna, czyli komunikaty przekazywane przez mowę ciała, mimikę czy ton głosu – natarczywe wpatrywanie się, agresywne gesty, zamykanie się w sobie czy demonstracyjne ignorowanie drugiej osoby,
- agresja pasywna – sarkazm, aluzje, karzące milczenie, sabotowanie planów czy świadome opóźnianie wykonywania zadań. Tego typu agresję trudno wykryć, bo osoby, które ją stosują, często zaprzeczają swoim intencjom, co utrudnia konfrontację z problemem,

- manipulacja emocjonalna – wywoływanie w drugiej osobie poczucia winy, strachu czy wstydu i wykorzystywanie tych emocji do osiągnięcia własnych celów.

Konsekwencje agresywnej komunikacji

Skutki agresji w komunikacji są poważne i dotyczą wszystkich stron konfliktu, szczególnie ofiar tego typu praktyk.

W środowisku NGO agresywna komunikacja prowadzi do spadku produktywności, zwiększonej absencji chorobowej i dużej rotacji kadry. Toksyczna kultura komunikacji w organizacjach może również skutkować problemami prawnymi i pogorszeniem reputacji.

W efekcie agresywnej komunikacji nieuchronnie cierpią też relacje interpersonalne. Zaufanie, które jest fundamentem zdrowych relacji, zostaje nadwyrężone lub całkowicie zniszczone. Nawet jeśli relacja przetrwa okres agresywnej komunikacji, często pozostają głębokie blizny, które utrudniają przyszłą współpracę.

Rozpoznawanie sygnałów ostrzegawczych

Umiejętność wczesnego rozpoznania sygnałów agresywnej komunikacji może zapobiec zaostreniu konfliktu. Warto więc zwracać uwagę na zmiany w tonie głosu rozmówcy, jego postawie ciała czy sposobie formułowania wypowiedzi.

Pierwsze sygnały ostrzegawcze to podwyższony ton głosu, przyspieszony rytm mowy, używanie kategoriycznych stwierdzeń czy generalizacji. Agresywne osoby często używają słów takich jak „zawsze”, „nigdy”, „wszyscy” czy „nikt”.

Pozawerbalne sygnały to napięta postawa ciała, zaciśnięte pięści, unikanie kontaktu wzrokowego lub przeciwnie – natarczywe wpatrywanie się. Narastającą agresję sygnalizują również: brak poszanowania przestrzeni osobistej, agresywne gesty czy demonstracyjne ignorowanie.

W komunikacji cyfrowej sygnały ostrzegawcze to pisanie DUŻYMI LITERAMI, nadmierne używanie znaków interpunkcyjnych czy agresywny język w postach i komentarzach.

Jak sobie radzić z agresją w komunikacji

Konfrontacja z agresywną komunikacją wymaga przemyślanych strategii, które pozwolą ochronić siebie i jednocześnie uniknąć nasilenia konfliktu:

- Zachowaj spokój i kontrolę nad własnymi emocjami – pomoże Ci w tym głębokie oddychanie, liczenie w myślach czy krótka przerwa w rozmowie. Ważne, aby nie odpowiadać agresją na agresję, bo to tylko pogłębi konflikt.
- Aktywnie słuchaj. Czasem za agresją kryje się frustracja lub strach. W takim przypadku zrozumienie rzeczywistych potrzeb osoby, z którą rozmawiasz, może pomóc w znalezieniu konstruktywnego rozwiązania. Zadawaj pytania otwarte i parafrazuj wypowiedzi, by pokazać, że starasz się zrozumieć drugą osobę.
- Ustal granice. Jasno komunikuj, jakich zachowań nie akceptujesz, i konsekwentnie pilnuj tych granic. To pomoże w budowaniu szacunku i zrozumienia w relacji.
- Jeśli ktoś długotrwale stosuje agresję w komunikacji, rozważ ograniczenie z tą osobą kontaktu lub całkowite zakończenie relacji. Czasami najlepszą strategią obrony jest unikanie toksycznych osób i środowisk.

7.3 Komunikacja bezpośrednia z osobami z niepełnosprawnością

Aby ułatwić Ci kontakty z osobami z niepełnosprawnością, przygotowaliśmy „dostępnościowy savoir-vivre”. To zestaw podpowiedzi, jak się zachowywać podczas spotkań z takimi osobami, by obie strony czuły się komfortowo.

7.3.1 Osoba z niepełnosprawnością wzroku

- Zasygnalizuj słowami swoje przybycie i obecność – osoba niewidoma musi wiedzieć, z kim rozmawia. Odzywaj się jako pierwszy, mów, kiedy wchodzisz do pomieszczenia i uprzedzaj osobę niewidomą, kiedy z niego wychodzisz.
- Zawsze przedstawiaj się werbalnie, gdy podchodzisz lub rozpoczynasz rozmowę. Powiedz, kim jesteś, a jeśli ma to znaczenie w danej sytuacji, określ swoją rolę np. jako pracownik urzędu czy recepcjonista.
- Wykonaj audiodeskrypcję – opisz krótko, jak wyglądasz.
- Zwracaj się bezpośrednio do osoby niewidomej, a nie do jej asystenta, przewodnika czy osoby towarzyszącej. W gronie kilku osób precyzuj

słownie, do kogo kierujesz swoje pytanie, ponieważ osoba niewidoma nie zareaguje na Twój wzrok czy wskazanie palcem.

- Podczas rozmowy:
 - potwierdzaj słowami, że słuchasz,
 - zamiast sformułowań typu: „tam”, „tutaj”, dokładnie określaj położenie przedmiotów (możesz użyć do opisu metafory tarczy zegara, np. „na godzinie dziewiątej są stoły, a na dwunastej – scena”),
 - nazywaj kolejne czynności, które wykonujesz,
 - dyskretnie informuj osobę niewidomą o tym, co dzieje się dookoła,
 - jeśli musisz na chwilę odejść, powiedz o tym osobie, z którą rozmawiasz.
- Używaj zwrotów „osoba z niepełnosprawnością wzroku”, „osoba niewidoma”.
- Zachowuj się naturalnie i nie bój się słów. Używanie powszechnych zwrotów takich jak „do widzenia”, „do zobaczenia” czy „rzuć na to okiem” jest całkowicie poprawne. Osoby z niepełnosprawnością wzroku same ich używają i unikanie ich na siłę wprowadza jedynie niepotrzebną sztuczność.
- Gdy chcesz zakończyć rozmowę, daj wyraźny sygnał słowny lub fizyczny, np. poprzez uściśnięcie dłoni.
- Osoba, z którą rozmawiasz, następnym razem może nie rozpoznać Cię po głosie – przywitaj się wtedy, przypomnij i przedstaw ponownie.
- Nie narzucaj pomocy z góry, nie chwytaj i nie popychaj osoby niewidomej. Jeśli wydaje Ci się, że może potrzebować wsparcia (np. na przejściu dla pieszych czy w nowym budynku), najpierw zapytaj, czy i jak możesz pomóc.
- Zaproponuj swoje ramię. Jeśli osoba niewidoma poprosi o poprowadzenie, nigdy nie łap jej za dłoń ani nie ciągnij. Zaproponuj jej

swoje ramię – pozwól, by chwyciła Cię tuż nad łokciem i np. poprzędz pół kroku przed nią. Dzięki temu będzie wyczuwać ruchy Twojego ciała i naturalnie reagować na zmiany kierunku czy tempa.

- Gdy prowadzisz osobę niewidomą:
 - pamiętaj, że to ona trzyma Ciebie przez cały czas za łokieć lub ramię,
 - bądź zawsze pół kroku przed nią, zwłaszcza w wąskich przejściach czy podczas przechodzenia przez drzwi,
 - mów z wyprzedzeniem o przeszkodach (progi, krawężniki, wystające przedmioty),
 - przed schodami powiedz, czy prowadzą w górę czy w dół – nie musisz ich liczyć,
 - informuj tylko o takiej poręczy, która również Tobie pomogłaby we wchodzeniu/schodzeniu po schodach.
- Wskazując miejsce siedzące, połóż dłoń osoby niewidomej na oparciu, siedzisku lub poręczy krzesła.
- Nie zostawiaj osoby w „próżni”. Jeśli z jakiegoś powodu musisz zostawić osobę niewidomą samą, dokładnie opisz jej drogę do wyjścia. Zadbaj o to, by pozostawić ją przy konkretnym punkcie odniesienia (np. blisko ściany lub stołu), a nigdy na środku pustego pomieszczenia, co powoduje duży kłopot i utratę orientacji.
- Pamiętaj, że osoba z niepełnosprawnością wzroku może wchodzić po schodach, jeździć windą i schodami ruchomymi – zapytaj ją, co woli.
- Jeśli osoba niewidoma musi się podpisać, przygotuj szablon, który ma wycięte „okienko” z miejscem na podpis. Następnie delikatnie naprowadź dłoń tej osoby na właściwe miejsce.
- Przekazywany przedmiot podawaj wprost do ręki osoby niewidomej.
- Gdy przekazujesz pieniądze, podawaj pojedyncze banknoty i monety, określając przy tym ich wartość.

- Nie dotykaj białej laski. Laska jest przedłużeniem zmysłów i stanowi nietykalną część przestrzeni osobistej. Nie przestawiaj jej z miejsca na miejsce bez uprzedzenia właściciela.
- Nie rozpraszaj psa przewodnika. Pies w specjalnej uprzęży jest w pracy, od której zależy bezpieczeństwo jego właściciela. Nie wolno go wołać, głaskać, cmokać na niego ani go karmić. Jeśli idziesz jako osoba towarzysząca, ustaw się po stronie przeciwnej niż ta, po której idzie zwierzę.
- Nie zmieniaj układu przestrzeni bez uprzedzenia. Osoby niewidome poruszają się w znanym sobie otoczeniu głównie na pamięć. Jeśli dzielicie wspólną przestrzeń, nie przestawiaj mebli, nie zostawiaj otwartych szuflad ani nie stawiaj pudeł w ciągach komunikacyjnych bez wcześniejszego poinformowania o tym fakcie.

7.3.2 Osoba z niepełnosprawnością słuchu

- Zrezygnuj z używania określenia „głuchoniemy”. W odniesieniu do osób identyfikujących się z kulturą osób niesłyszących zapisuj słowo „Głuchy” wielką literą [patrz – Słownik].
- Pamiętaj, że dla osób Głuchych język polski jest często językiem obcym, a pierwszym językiem jest PJM [patrz – Słownik]. Z tego powodu osoby Głuche mogą pisać zdania niepoprawnie gramatycznie. Warto więc słuchać, dopytywać, używać zrozumiałych słów.
- Dotyk jest akceptowalny jako forma zwrócenia na siebie uwagi. Ważne, aby stosować go z wyczuciem i poszanowaniem przestrzeni osobistej. Przykładowo: możesz delikatnie dotknąć osobę w ramię lub przedramię.
- W niektórych sytuacjach możesz kilkakrotnie zamigać światłem w pomieszczeniu, aby zwrócić na siebie uwagę osoby głuchej/Głuchej.
- Unikaj przechodzenia pomiędzy dwojgiem migających do siebie ludzi, bo to przerywa im rozmowę.
- Gdy rozmawiasz z osobą głuchą/Głuchą lub słabosłyszącą:
 - zwracaj się bezpośrednio do niej i patrz na nią, a nie na osobę tłumaczącą,

- dbaj o to, by ta osoba cały czas widziała Twoje usta,
- stań w ustronnym, oświetlonym miejscu, ale nie pod światło,
- zadawaj pytania kontrolne, by się upewnić, czy to, co mówisz, jest jasne,
- mów bez podnoszenia głosu, w naturalnym tempie i w naturalny sposób, bez zniekształcania układu ust,
- korzystaj z kartki lub aplikacji w telefonie – zapytaj swojego rozmówcę o to, co woli.
- do rozmowy wybieraj miejsca ciche i dobrze wytłumione, wyłącz urządzenia generujące hałas (np. radio) i w miarę możliwości zamknij okno,
- podczas rozmowy nie zasłaniaj ust ręką, nie żuj gumy, nie jedz i nie pal papierosów
- Miej na uwadze, że również bujny zarost zasłaniający usta może utrudniać osobie z niepełnosprawnością słuchu zrozumienie Twojej mowy lub czytanie z ruchu warg.

7.3.3 Osoba z niepełnosprawnością ruchową

- Zrezygnuj z określeń „kaleka”, „inwalida”.
- Przy powitaniu naturalnie uściśnij dłoń. Jeśli witasz się z osobą korzystającą z protezy ręki, nie unikaj uścisku. Możesz podać jej rękę, uściśnąć dłoń sprawną lub po prostu delikatnie dotknąć jej barku.
- Śmiało używaj potocznych zwrotów takich jak „chodźmy”, „idziemy” czy „proszę podejść” – omijanie ich wprowadza niepotrzebną sztuczność, a osoby z niepełnosprawnością same ich używają.
- Unikaj mówienia „Podziwiam, że dajesz radę pracować” czy „Niesamowite, że mieszkasz sama” – niepełnosprawność to tylko jedna z cech człowieka, który zazwyczaj prowadzi po prostu normalne życie.
- Utrzymuj kontakt wzrokowy na wysokości oczu osoby, z którą rozmawiasz – możesz usiąść na krześle, przykucnąć lub lekko się pochylić.

- Jeśli nie możesz usiąść, zrób krok lub dwa do tyłu – z większej odległości osobie siedzącej znacznie łatwiej będzie utrzymać z Tobą komfortowy kontakt wzrokowy bez zadzierania głowy.
- Wózek, kule czy chodzik to strefa osobista – unikaj dotykania czy przestawiania tych rzeczy.
- Nie traktuj wózka jak wieszaka: Nie wieszaj na nim swoich rzeczy, np. płaszcza czy torby, ani nie opieraj się o niego.
- Jeśli chcesz udzielić pomocy, zawsze najpierw pytaj, czy Twoja pomoc jest w ogóle potrzebna. Jeśli spotkasz się z odmową, nie nalegaj.
- Jeśli osoba na wózku zgodzi się na Twoją pomoc, zapytaj ją, za które elementy wózka możesz bezpiecznie chwycić, ponieważ niektóre z nich mogą być odczepiane.
- Jeśli przygotowujesz wspólną przestrzeń (np. organizujesz spotkanie w firmie), postaraj się aby potrzebne przedmioty znajdowały się w zasięgu rąk osoby siedzącej i pilnuj, by ciągi komunikacyjne oraz podjazdy były wolne od przeszkód (np. pudeł, potykaczy czy śmietników). Uważaj też na mokre podłogi, które mogą być bardzo niebezpieczne.
- Unikaj spotkań przy wysokich stołach lub krzesłach barowych – osoba na wózku będzie miała przed oczami głównie Twoje kolana. Jeśli pracujesz za wysoką ladą (np. w recepcji), wyjdź zza niej, aby obsłużyć osobę na wózku i porozmawiać z nią na równi.
- Jeśli masz gościa poruszającego się o kulach lub lasce, zaproponuj mu krzesło z podłokietnikami i wyższym siedziskiem – znacznie łatwiej jest z niego samodzielnie wstać.

7.3.4 Osoba z niepełnosprawnością intelektualną

- Zrezygnuj z używania określenia „upośledzenie umysłowe” czy „opóźniony w rozwoju”.
- Śmiało kontaktuj się z taką osobą, okaż jej zainteresowanie.
- Zwracaj się bezpośrednio do tej osoby, a nie do osoby, która jej asystuje.

- Używaj zwrotów grzecznościowych odpowiednich do wieku osoby, z którą rozmawiasz. Do osoby dorosłej zwracaj się z wykorzystaniem standardowych zwrotów grzecznościowych (np. „Pan/Pani”), unikając pobłażliwego tonu czy używania języka dziecięcego (infantylizowania rozmówcy).
- Mów wolniej i cierpliwie, używaj prostych słów, formułuj proste pytania.
- Pamiętaj, że ta osoba może nie zrozumieć metafor i pojęć abstrakcyjnych, oraz mieć trudność z umiejętnym wyciąganiem wniosków.
- Upewnij się, że druga osoba Cię rozumie, wyjaśniaj trudniejsze kwestie. Jeśli musisz przekazać złożoną informację, rozbij ją na mniejsze, logiczne części.
- Jeśli trzeba, dopytuj – stosuj pytania proste i zamknięte, które ułatwią uzyskanie odpowiedzi.
- Najważniejsze informacje i ustalenia warto zapisać na kartce. Jeśli to możliwe, korzystaj z uproszczonych form graficznych – piktogramów, prostych zdjęć, schematów czy wypunktowanych list.
- Może się zdarzyć, że osoba z niepełnosprawnością intelektualną przekroczy Twoją strefę osobistą – podejdzie bardzo blisko, a nawet przytuli. Pamiętaj, że to wyraz sympatii, ale jeśli czujesz się niekomfortowo, grzecznie postaw granicę.
- Pamiętaj, że koncentracja uwagi osób z niepełnosprawnością intelektualną często nie trwa zbyt długo. Mów nieco wolniej i daj rozmówcy czas na przetworzenie informacji oraz podjęcie decyzji.
- Upewnij się, że Twój rozmówca poprawnie odebrał przekaz. Czasami osoby z niepełnosprawnością intelektualną mogą przytakiwać aby zostać miło odebrane przez innych lub mówić to, co – jak im się wydaje – chcesz usłyszeć.

8 Zasady dostępności w poszczególnych środkach komunikacyjnych

W tym rozdziale podpowiadamy, jak zwiększyć dostępność materiałów audio i wideo oraz zdjęć i grafik cyfrowych.

8.1 Audiodeskrypcja – mówiony opis

[patrz – Słownik]

- Jeśli tworzysz nagranie, uwzględnij audiodeskrypcję już na etapie pisania scenariusza.
- Jeśli tworzysz audiodeskrypcję na żywo, zapoznaj się wcześniej z programem wydarzenia.
- Zanim zaczniesz przygotowywać audiodeskrypcję do gotowego nagrania, obejrzyj je wcześniej.
- Zwróć uwagę na to, kto będzie odbiorcą, i dostosuj audiodeskrypcję do grupy docelowej (np. dzieci czy osób starszych).
- Zrób selekcję informacji widocznych na nagraniu – starannie wybierz kluczowe treści przekazu. Zwykle są to:
 - czynności wykonywane przez bohaterów,
 - wygląd postaci, ich przybliżony wiek, strój, mimika, gesty,
 - miejsce i czas akcji (pora roku, pora dnia),
 - przedmioty składające się na scenografię, tworzące koloryt lokalny, klimat miejsca, nastrój chwili.
- W tekście audiodeskrypcji umieść również:
 - napisy i opisy znaków graficznych widocznych na ekranie (np. logotypy twórców i producentów),
 - nazwiska twórczyń i twórców pojawiające się na początku i/lub końcu filmu,

- objaśnienie dźwięków, które trudno rozpoznać.
- Audiodeskrypcja:
 - powinna się zmieścić między wypowiedziami bohaterów – nie może zagłuszać żadnych ważnych dźwięków w nagraniu,
 - powinna nadążać za akcją nagrania, relacjonować ją na bieżąco, w czasie teraźniejszym,
 - nie powinna zapełniać każdej przerwy w oryginalnej narracji nagrania.
- Aby ułatwić identyfikację bohaterów, przed ich pierwszą wypowiedzią w nagraniu podaj ich imiona.
- Jeśli postaci nie są znane z imienia/nazwiska, przygotuj zwięzły opis zawierający atrybut postaci (np. „dziewczynka z kokardami”).
- Gdy tworzysz opisy, zachowaj obiektywizm (unikaj subiektywnych komentarzy, interpretacji, cenzury).
- Jeśli w materiale występują np. sceny drastyczne czy erotyczne, opisz je zgodnie z prawdą, niezbyt szczegółowo i bez wulgarного słownictwa.
- Określaj nazwy kolorów, opisz stosunki przestrzenne, unikaj określeń rzadkich/branżowych.
- Przekazuj tylko te informacje, które nie były zawarte w dialogach.
- Twórz audiodeskrypcję w maksymalnie prosty sposób. Unikaj złożonych konstrukcji składniowych, staraj się wykorzystywać zdania pojedyncze i równoważniki zdań.
- Zadbaj o dobrą jakość nagrania (dykcja, intonacja, tempo, brak nadmiernej modulacji).
- Przed udostępnieniem audiodeskrypcji koniecznie poproś o jej redakcję i skonsultuj tekst z osobą niewidomą.

8.2 Transkrypcja – napisy do materiałów wideo

[patrz – Słownik]

- Pamiętaj, że transkrypcja to wierne spisanie wypowiedzi. Jeśli to Twoja wypowiedź ma być nagrywana, staraj się mówić prostym językiem.
- Gdy wykonujesz transkrypcję nagrania, twórz wersy, które zawierają do 40 znaków.
- Najlepiej jeśli jeden napis zawiera całe zdanie.
- Napis powinien mieć maksymalnie 2 wersy (wyjątek: dopuszczalne są 3 wersy, jeśli mieści się w nich całe zdanie).
- W dwuwersowym napisie górny wers powinien być krótszy, by nie zasłaniał elementów obrazu.
- Zdanie wielokrotnie złożone zamień na kilka pojedynczych.
- Każdą z mówiących osób oznacz, np. inicjałami przed wypowiedzią.
- Uwzględniaj również niewerbalne wypowiedzi bohaterów (okrzyki, pomruki, śmiech, brawa).
- O dźwiękach informuj w formie znaków (np. nuty, gdy słyszeć muzykę) lub zapisu słownego (np. „skoczna melodia”).
- Usuń słowne „podpórki”, które nic nie wnoszą do treści (np.: „no”, „wiesz”, „ten”, „taki”, „jakiś”).
- Stosuj prostą czcionkę, unikaj kursywy.

8.3 Deskrypcja – opis przedmiotów

[patrz – Słownik]

- Przed przygotowaniem opisu przedmiotu czy obrazu zapoznaj się z nim merytorycznie (jak powstał, jaką techniką artystyczną został wykonany). Sięgnij też po ciekawostki.
- Opisuj to, co widać – staraj się, by opis odpowiadał na pytania: kto? co? jak? gdzie? kiedy?
- Opisuj zgodnie z zasadą: od ogółu do szczegółu.
- W opisie możesz posłużyć się określeniami „na pierwszym planie...”, „na drugim planie...”.

- Opisuj tak, aby pobudzić wyobraźnię: dobieraj słowa bogate znaczeniowo, stosuj porównania, sugestywne epitety, metafory.
- Nazywaj kolory, określaj przestrzeń.
- Unikaj określeń rzadkich i/lub branżowych.
- Zachowaj obiektywizm.
- Opis jednego przedmiotu powinien trwać do 4 minut.

8.4 Tekst alternatywny – opis do grafik i zdjęć cyfrowych

[patrz – Słownik]

- Opisuj w myśl zasady: od ogółu do szczegółu.
- Stosuj narrację.
- Dbaj o to, by opis był precyzyjny, spójny i względnie krótki.
- Określaj emocje.
- Pamiętaj o opisywaniu kolorów.
- Unikaj:
 - powielania informacji, które już widnieją w innych miejscach na danej stronie internetowej,
 - zwrotów typu „na zdjęciu widać...”, „grafika przedstawia...”,
 - nadmiaru przymiotników i przysłówków,
 - strony biernej,
 - znaków rzymskich – stosuj arabski zapis liczb.

9 Narzędzia

9.1 Standard organizacji wydarzeń dostępnych pod względem komunikacyjnym

Ten standard określa, jakie warunki powinna spełnić Twoja organizacja, by zrealizować dostępne komunikacyjnie wydarzenie, np. szkolenie czy konferencję. Opisujemy tu – krok po kroku – łańcuch dostępności [patrz – Słownik]. Jest to ciąg

następujących po sobie działań, które umożliwiają wszystkim potencjalnym odbiorcom równy dostęp do wydarzenia.

Pamiętaj, że łańcuch dostępności jest tak mocny, jak jego najsłabsze ogniwo. Wszystkie te ogniwa muszą więc być ze sobą odpowiednio połączone. Powinny uzupełniać się tak, aby osoby ze szczególnymi potrzebami nie napotykały na żadnym etapie barier, które ograniczają DIK. Dostępne wydarzenie zaczyna się bowiem na długo przed wejściem gości na salę.

Właśnie dlatego NGO powinny traktować prosty język jako podstawowy standard w komunikacji bezpośredniej i pośredniej z uczestnikami organizowanego wydarzenia. Takie podejście umożliwia dotarcie do szerokiej grupy odbiorców, niezależnie od ich wieku, poziomu wykształcenia czy stopnia niepełnosprawności.

Unikaj sytuacji, w których osoby ze szczególnymi potrzebami rezygnują z udziału w wydarzeniu ze względu na brak DIK. Nie zakładaj też, że na wydarzenie otwarte zgłoszą się jedynie pełnosprawne osoby – to przejaw dyskryminacji.

Krok 1. Pozyskanie informacji o wydarzeniu i podjęcie decyzji o udziale

- Zaplanuj rozwiązania w zakresie DIK, dzięki którym jak największa liczba osób ze szczególnymi potrzebami będzie mogła uczestniczyć w wydarzeniu.
- Przygotuj informacje nt. wydarzenia w co najmniej w dwóch wersjach – papierowej i cyfrowej. Zadbaj, by wszystkie były napisane prostym językiem i zgodnie z zasadami DIK. Informacje na stronę internetową i do mediów społecznościowych opracuj w wersji zgodnej ze standardem WCAG [patrz – Słownik].
- W przypadku wydarzenia:
 - zamkniętego, które wymaga wcześniejszej rejestracji – dodaj w formularzu zgłoszeniowym pytanie, czy osoba uczestnicząca ma szczególne potrzeby związane z DIK (np. zapewnienie tłumacza PJM lub pętli indukcyjnej),
 - otwartego, które nie wymaga wcześniejszego zgłoszenia – poinformuj potencjalne osoby uczestniczące o tym, czy zapewniasz rozwiązania z zakresu DIK, i jakie.
- Pamiętaj, że osoby ze szczególnymi potrzebami podejmują decyzję o udziale w wydarzeniu na podstawie informacji, które przekazujesz. Napisz więc wprost, jeśli nie jesteś w stanie zapewnić, by wydarzenie było zgodne z DIK.

- Poinformuj osoby uczestniczące, że możesz im udostępnić alternatywne formaty materiałów informacyjnych, np. druk powiększony czy tekst w alfabecie Braille'a.
- Do skanów materiałów nt. wydarzenia dołączaj dokumenty w wersji edytowalnej (np. w formacie .docx, .doc, .rtf, .odt).
- W ogłoszeniu poinformuj o barierach, które występują w miejscu wydarzenia, oraz o ewentualnych dodatkowych wymaganiach organizacyjnych.
- Zapewnij osobom uczestniczącym różnorodne możliwości skontaktowania się z Twoją organizacją w sprawie wydarzenia. Zgodnie z zasadami uniwersalnego projektowania, powinny to być co najmniej dwa kanały komunikacji (np. rozmowa telefoniczna i SMS).
- W informacjach o wydarzeniu stosuj przekaz, który nie jest dyskryminujący i nie utrwała stereotypów ze względu na niepełnosprawność lub inne przesłanki (np. płeć, rasę, wyznanie, wiek).

Krok 2. Dojazd do miejsca wydarzenia

- Poinformuj osoby uczestniczące o najbardziej dogodnym sposobie dotarcia na miejsce wydarzenia.
- Możesz przygotować mapkę, wskazówki dojazdu samochodem, informację o dostępnych opcjach dojazdu transportem publicznym czy miejscach parkingowych.

Krok 3. Udział w wydarzeniu

- Przy wejściu/punkcie rejestracyjnym zamieść informację o rozkładzie pomieszczeń w obiekcie – dostępną w sposób:
 - wizualny (np. strzałki, mapki, piktogramy, plakaty) i głosowy (np. osoby z obsługi udzielające informacji),
 - jeżeli to możliwe – również dotykowy (np. wypukły plan tyflograficzny, napisy w alfabecie Braille'a).
- Oznaczenia na miejscu wydarzenia powinny zawierać m.in. czytelne grafiki, piktogramy, napisy czcionką bezszeryfową na kontrastowym tle.

- W miarę potrzeby zapewnij rozwiązania z zakresu DIK, np. tłumacz Polskiego Języka Migowego, audiodeskrypcja oraz pętla indukcyjna, która poprawia komfort osób użytkujących aparaty słuchowe.
- Zapoznaj osoby uczestniczące w wydarzeniu z planem ewakuacji na wypadek zagrożenia.
- Zadbaj o dostępność materiałów dla osób uczestniczących w wydarzeniu (np. wersja elektroniczna materiałów drukowanych, tłumaczenia na PJM nagrane na nośniku cyfrowym, tekst ETR, druk powiększoną czcionką bezszeryfową lub alfabetem Braille’a).
- Nagraj wydarzenie na nośnik cyfrowy – taki materiał pozwoli osobom uczestniczącym na powtórne przeanalizowanie przekazywanych treści.
- Pamiętaj o zasadach savoir-vivre wobec osób z niepełnosprawnościami [patrz – 7.3 Komunikacja bezpośrednia z osobami z niepełnosprawnością]
- Zapewnij osobom uczestniczącym możliwość anonimowego wyrażenia swojej opinii na temat dostępności informacyjno-komunikacyjnej wydarzenia (np. w ankiecie ewaluacyjnej).

Krok 4. Powrót z wydarzenia

- Poinformuj osoby uczestniczące o dostępnych opcjach powrotu z wydarzenia transportem publicznym lub prywatnym.

9.2 Narzędzia cyfrowe wspierające DIK ²⁰

Nazwa i link do narzędzia	Funkcja – do czego służy	Koszt	Język	Rekomendacje dla NGO
NVDA	Czytnik ekranu dla systemu Windows – odczytuje treści ekranu. Po instalacji możesz go uruchomić za pomocą ikony na pulpicie lub skrótem Ctrl+Alt+N	Bezpłatne	PL/ENG	Niskobudżetowe rozwiązanie dla organizacji, które chcą zapewnić dostępność dla osób niewidomych
JAWS	Czytnik ekranu dla systemu Windows	Płatne (dostępna wersja testowa)	PL/ENG	Dla organizacji mających środki na zaawansowane licencje
Narrator	Czytnik ekranu wbudowany w Windows. Uruchomisz go skrótem Ctrl+Windows+Enter	Bezpłatne (domyślnie w systemie)	PL/ENG	Dostępny na komputerach z systemem Windows
VoiceOver	Czytnik ekranu wbudowany w macOS/iOS. Na komputerze uruchomisz go skrótem Cmd+F5, a na urządzeniu mobilnym – trzykrotnie naciskając klawisz blokady ekranu lub klawisz home w starszych modelach (jeśli nie jest domyślnie ustawione, trzeba włączyć tę funkcję w ustawieniach)	Bezpłatne (domyślnie w systemie)	PL/ENG	Bez kosztów dodatkowych – rekomendowane na urządzenia Apple

²⁰ Data dostępu do stron z narzędziami: 27.05.2026.

<u>TalkBack</u>	Czytnik ekranu dla systemu Android	Bezpłatne (domyślnie w systemie)	PL/ENG	Warto znać – szeroko dostępne na urządzeniach mobilnych
<u>Lupa (Windows)</u>	Powiększa ekran	Bezpłatne (domyślnie w systemie)	PL/ENG	Proste rozwiązanie wbudowane do systemu Windows
<u>Zoom (iOS)</u>	Powiększa ekran	Bezpłatna (domyślnie w systemie)	PL/ENG	Dla użytkowników Apple
<u>SuperNova</u>	Powiększa ekran – dla systemu Windows	Płatne (dostępna wersja testowa)	ENG	Zaawansowane funkcje powiększania – dla NGO mających środki na licencje
<u>ZoomText</u>	Powiększa ekran – dla systemu Windows	Płatne (dostępna wersja testowa)	ENG	Profesjonalne narzędzie dla osób słabowidzących
<u>Seeing AI</u>	Opisuje pobliskie osoby, tekst, obiekty	Bezpłatne	ENG (częściowo o PL)	Świetne do szkoleń i edukacji o AI w dostępności
<u>Be My Eyes</u>	Łączy niewidomych użytkowników potrzebujących pomocy z wolontariuszami i firmami na całym świecie – za pośrednictwem wideo na żywo i AI	Bezpłatne	PL/ENG	Polecane do promocji współpracy i aktywizmu
<u>Lazarillo</u>	GPS z nawigacją głosową	Bezpłatne	ENG/PL	Umożliwia osobom niewidomym i słabowidzącym samodzielność w przestrzeni miejskiej

<u>Envision AI</u>	Aplikacja dla osób niewidomych i słabowidzących dostępna w systemie iOS i Android: • rozpoznaje i odczytuje tekst • rozpoznaje twarze, obiekty, otoczenie i kolory • opisuje otoczenie • odczytuje kody kreskowe na produktach	Płatne (ograniczona wersja darmowa)	ENG/PL	Warto znać, by rekomendować je indywidualnym użytkownikom
<u>Lookout</u>	Identyfikuje otoczenie, produkty, teksty	Bezpłatne	ENG	Proste narzędzie na Androida
<u>Jasnopis</u>	Ocenia trudność tekstu i automatycznie go upraszcza	Płatne (dostępna wersja testowa)	PL	Dla NGO, które chcą tworzyć dostępne teksty
<u>Google Gemini</u>	Generatywne AI – przetwarza tekst i obraz	Bezpłatne/ płatne	PL/ENG	Przydatne do przygotowywania dostępnych treści
<u>Logios</u>	Upraszcza teksty	Bezpłatne	PL	Dla NGO pracujących z prostym językiem
<u>Trint</u>	Wykonuje automatyczną transkrypcję audio i wideo	Płatne (dostępna wersja testowa)	ENG	Przydatne do tworzenia dostępnych transkrypcji
<u>Tłumacz PJM</u>	Tłumaczy Polski Język Migowy	Bezpłatne dla osoby korzystającej, płatne dla podmiotu zamawiającego o usługę	PL/PJM	Kluczowe w komunikacji z osobami głuchymi/Głuchymi

<u>Transkrypcja na żywo</u>	Pozwala osobie niesłyszącej odczytać na ekranie zapis mowy i wpisać swoją odpowiedź	Bezpłatne	PL	Proste narzędzie na Androida
<u>Brevo</u>	Wspiera w automatyzacji działań marketingowych	Bezpłatne/ płatne	PL/ENG	Przydatne do komunikacji dostępnej i przystępnej
<u>ICEberg CMS 5</u>	Zarządza komunikacją i kampaniami	Płatne	PL	Dla większych NGO do planowania działań komunikacyjnych
<u>WAVE</u>	Internetowy weryfikator dostępności cyfrowej stron internetowych	Bezpłatne/ płatne	PL	Przydatne do sprawdzenia, czy dana strona internetowa spełnia wymogi dostępności cyfrowej
<u>Hemingway App</u>	Edytor tekstów, który pomaga tworzyć treści w prostym języku po angielsku	Bezpłatne/ płatne	ENG	Przydatny np. przy tworzeniu wniosków aplikacyjnych do programu Erasmus+, do komunikacji z zagranicznymi partnerami

9.3 Wzory dokumentów w prostym języku przydatnych w NGO

9.3.1 Pismo z zaproszeniem do współpracy

Kontekst:

Fundacja planuje realizację nowego projektu i szuka partnerów do tej inicjatywy. Prezes fundacji pisze list do dyrektora lokalnego domu kultury.

Treść pisma:

Fundacja Żłoty Czas
ul. Dobrego Języka 1
00-000 Konin

Konin, 4 kwietnia 2025 r.

Dyrektor Adam
Pomocny
Dom Kultury „Radość”
ul. Aktywna 7
00-000 Konin

Tytuł jasno
wskazuje, jaki jest
temat pisma

Zaproszenie do współpracy przy projekcie „Sąsiedzka Pomoc”

Tylko lewa strona pisma jest
wyrównana do krawędzi - to ułatwia
czytanie osobom z dysleksją

Cel pisma znajduje się
w pierwszym akapicie

Szanowny Panie,

jako Fundacja Żłoty Czas od 10 lat wspieramy seniorów w Koninie. W czerwcu rozpoczynamy projekt „Sąsiedzka Pomoc” i serdecznie zachęcamy, by kierowana przez Pana instytucja włączyła się w jego realizację.

Nagłówki porządkują treść i informują czytelnika, co znajdzie w poszczególnych fragmentach pisma. Najlepiej formułować nagłówki w formie pytającej, ale bez znaku zapytania na końcu

Akapity i zdania są krótkie, napisane naturalnym językiem

Na czym polega projekt „Sąsiedzka Pomoc”

Chcemy przeciwdziałać samotności wśród seniorów oraz budować sieci wsparcia oparte na sąsiedzkich relacjach. Planujemy szkolenia dla wolontariuszy i wydarzenia integracyjne. Zorganizujemy też cykliczne spotkania z mieszkańcami Konina, którzy potrzebują wsparcia.

Jakie formy współpracy proponujemy

Jeśli zechcą Państwo dołączyć do naszej inicjatywy, mogą Państwo przykładowo:

- zapewnić wsparcie merytoryczne (np. poprowadzić warsztaty),
- pomóc nam w organizacji wydarzeń lub udostępnić swoją przestrzeń,
- włączyć projekt do swojego programu działań kulturalnych.

Opis działań ma formę przejrzystej listy

Styl tekstu jest relacyjny - nadawca pisze jako „my”, nie brakuje też zwrotów bezpośrednio do odbiorcy

W zamian oferujemy Państwa instytucji pełne partnerstwo, widoczność w materiałach promocyjnych i możliwość wspólnego planowania kolejnych działań.

Jak może Pan uzyskać więcej informacji

Zachęcamy do odwiedzenia strony internetowej projektu: www.sasiedzkapomoc.org.pl.

Na Pana pytania chętnie też odpowie koordynatorka projektu Anna Prosta:

anna.prosta@zlotyczas.org.pl, tel. 123 456 789.

Wierzimy, że Państwa zaangażowanie poprawi jakość życia osób starszych w Koninie.

Razem możemy stworzyć społeczność, w której nikt nie czuje się samotny.

Z wyrazami szacunku

Tomasz Klarowny
prezes zarządu
Fundacji Żółty Czas

Podstawa prawna znajduje się na samym końcu, by nie utrudniać przekazu.

Podstawa prawna:

Projekt „Sąsiedzka Pomoc” realizujemy zgodnie z art. 12 ust. 3 Ustawy z 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz.U. 2023 poz. 571, z późn. zm.).

9.3.2 Pismo do urzędu

Kontekst:

Fundacja złożyła do urzędu wnioski o grant. Urząd odesłał uwagi do wniosku. Teraz prezes fundacji pisze do urzędu pismo, w którym odnosi się do otrzymanych uwag.

Treść pisma:

Fundacja Złoty Czas
ul. Dobrego Języka 1
00-000 Konin

Konin, 4 kwietnia 2025 r.

Wszystkie dane identyfikujące sprawę znajdują się w metryce dokumentu, dzięki czemu nie trzeba ich już powtarzać w treści pisma

Dotyczy: projektu „Opiekun seniorów”

Nr projektu: CEPS.03.22-KG.02-01733/25

Znak sprawy: ZED.6880.4.21.2025

Temat: odpowiedź na pismo z 4.03.2025 r.

Temat informuje, w jakim celu powstało pismo

Pani Monika Urzędowa
Kierownik Zespołu Prowadzenia
Konkursów i Naboru Projektów
Urząd Marszałkowski
w Poznaniu

Szanowna Pani,

w imieniu Fundacji Złoty Czas odnoszę się do poszczególnych uwag, które od Państwa otrzymaliśmy. Wszystkie zmiany we wniosku wprowadziliśmy zgodnie z procedurą WSKP (Wewnętrzny System Kontroli Projektowej), która obowiązuje w naszej organizacji.

Trudny merytorycznie fragment (nieznany skrót) zawiera treść wspierającą (rozwińcie skrót)

Ad. 1.5 Kwalifikowalność projektu

Układ pisma jest czytelny dzięki wydzieleniu poszczególnych sekcji

W polu C.4.7 skorygowaliśmy nazwę Beneficjenta, tak aby była zgodna z wpisem do rejestru KRS. Dodaliśmy też inny adres do korespondencji.

Ad. 1.12 Specyficzne warunki wstępne

W polu F.8 uzupełniliśmy oświadczenie o liczbie pracowników zatrudnionych na umowę o dzieło. Procedura WSKP nie pozwala nam podać wynagrodzenia tych osób – są to dane poufne.

Ad. 1.19 Budżet projektu

Zdecydowaliśmy się podzielić na 2 pracowników naszej fundacji stanowisko w projekcie (umowa o pracę na $\frac{3}{4}$ etatu na 24 m-ce). Będziemy je rozliczać w następujących proporcjach:

- Pracownik 1. – 0,25 etatu, kwota rozliczana w projekcie wynosi 1 800 zł brutto/m-c,
- Pracownik 2. – 0,5 etatu, kwota rozliczana w projekcie wynosi 2 500 zł brutto/m-c.

Podjęliśmy taką decyzję, by optymalnie rozłożyć obowiązki i czas pracy pomiędzy naszych pracowników. Dzięki temu kontakt z uczestnikami projektu będzie przebiegał płynnie i bez zakłóceń.

Każde zdanie zawiera jedną myśl i ma nie więcej niż 20 słów

Jeśli będą Państwo od nas potrzebować dalszych wyjaśnień lub uzupełnień do wniosku, pozostajemy do Państwa dyspozycji.

Z poważaniem

Tomasz Klarowny
prezes zarządu
Fundacji Złoty Czas

9.3.3 E-mail

Kontekst:

Prezeska stowarzyszenia organizuje spotkanie nt. nowego projektu i pisze spersonalizowane zaproszenia do członków organizacji.

Temat e-maila:

Zaproszenie na spotkanie dotyczące projektu „Łomża na sportowo”

Treść e-maila:

Od razu w pierwszym zdaniu nadawca informuje odbiorcę, po co do niego pisze

Temat wiadomości jest konkretny – brzmi jak tytuł zapowiadający, co czytelnik znajdzie w środku

Cześć,

serdecznie Cię zapraszam na spotkanie dotyczące nowego projektu naszego stowarzyszenia – „Łomża na sportowo”.

Najważniejsze informacje są wyróżnione pogrubieniem

Dzień: środa 19 marca br.

Godzina: 18.00

Miejsce: nasza siedziba – ul. Wspólna 10 w Łomży

Wiadomość dzieli się na akapity poprzedzone nagłówkami

Jaki jest program spotkania

Podczas spotkania nie tylko omówimy cele i zakres nowego projektu, ale też wspólnie stworzymy harmonogram działań. Już teraz możesz się zapoznać z fiską projektową. W załączniku znajdziesz ten dokument w 2 wersjach – edytowalnej i pdf.

Na spotkaniu porozmawiamy również o nowych pomysłach członków stowarzyszenia oraz

o możliwych źródłach finansowania. Na tej podstawie opracujemy listę propozycji, które przedyskutują uczestnicy naszego najbliższego zebrania sprawozdawczego.

Jak możesz zgłosić swój udział w spotkaniu

1. Wejdź na [stronę zapisów](#)
2. Wypełnij krótki formularz (zajmie Ci to 2 minuty)
3. Kliknij „Wyślij” – i gotowe!

Hiperłącze ma formę tzw. linku mówiącego

Procedura działania ma formę 3 kroków

Będzie mi bardzo miło, jeśli do nas dołączysz. Do zobaczenia!

Pozdrawiam

Marta Zwiężła
prezeska Stowarzyszenia Razem w Działaniu
marta.zwiezla@razemwdzialaniu.org.pl
tel. 123 456 789
www.razemwdzialaniu.org.pl

Na końcu znajduje się firmowa stopka, by odbiorca nie musiał śledzić, jaki numer telefonu może mieć nadawca i kim właściwie jest

Nazwy załączników:

Łomża na sportowo_fiszka projektowa.pdf
Łomża na sportowo_fiszka projektowa.doc

Nazwy plików jasno opisują ich zawartość

9.3.4 Regulamin

Kontekst:

Fundacja udostępnia swoim pracownikom komputery i laptopy do użytku służbowego. Każda osoba, która dostaje sprzęt, musi podpisać regulamin jego użytkowania.

Treść regulaminu:

Regulamin

korzystania ze służbowego sprzętu
(komputera/laptopa z oprogramowaniem)

Tekst regulaminu dba o relacje - zawiera wiele zwrotów osobowych „Ty” i „my”

Ten Regulamin określa, w jaki sposób możesz wykorzystywać do celów służbowych sprzęt, który Ci przekazujemy jako Fundacja.

Jakie są zasady korzystania ze służbowego sprzętu

Nagłówki mają formę pytającą i jasno wskazują, jakie informacje czytelnik znajdzie w poszczególnych sekcjach

1. Gdy korzystasz ze sprzętu Fundacji, masz obowiązek:
 - a) wykorzystywać sprzęt zgodnie z jego przeznaczeniem,
 - b) przechowywać i zabezpieczyć sprzęt w taki sposób, by nie został uszkodzony lub skradziony,
 - c) właściwie zabezpieczyć istotne dane, które przechowujesz na dysku, a szczególnie dane osobowe i informacje objęte tajemnicą służbową.
2. Gdy korzystasz ze sprzętu Fundacji, nie możesz:
 - a) przekazywać lub udostępniać powierzonego sprzętu innym osobom,
 - b) wysyłać pocztą elektroniczną niezaszyfrowanych danych osobowych,
 - c) wykorzystywać naszej sieci do działań, które są niezgodne z przepisami prawa – w szczególności wysyłać spamu, czyli niechcianej poczty,
 - d) instalować jakiegokolwiek oprogramowania bez naszej pisemnej zgody.

Najważniejsze fragmenty regulaminu są wyróżnione pogrubieniem

Trudniejsze terminy są wyjaśnione

3. Jeśli nie będziesz korzystać z powierzonego sprzętu zgodnie z zasadami, poniesiesz pełną odpowiedzialność za powstałe szkody. Bazujemy tu na zasadach określonych w art.114-122 Kodeksu pracy.

Podstawa prawna znajduje się na końcu punktu regulaminu

Do czego mamy prawo jako właściciel sprzętu

1. Możemy bez Twojej zgody prowadzić działania, które poprawiają jakość pracy ze sprzętem, np.:
 - a) uniemożliwić Ci pobieranie określonych danych z Internetu,

- b) odciążyć sieć informatyczną przez ograniczenie możliwości przepływu danych z lub do Twojego sprzętu,
- c) prowadzić kontrolę antywirusową.

Co musisz zrobić, gdy ktoś ukradnie Ci sprzęt

1. Jeśli ktoś ukradnie Ci sprzęt, natychmiast zawiadom:
 - a) najbliższy komisariat policji,
 - b) pracownika Fundacji, który odpowiada za sprzęt (Arkadiusz Zajac, tel. służbowy 123 456 789).

9.4 Narzędzia lingwistyczne

W tym rozdziale prezentujemy narzędzia²¹, które mogą Ci pomóc w pisaniu tekstów. Chcesz zobaczyć, jak z nich korzystać? Zeskanuj kod QR!



kod QR prowadzi do strony

<https://dostepnengo.kolping.pl/filmy-instruktażowe>

[Wyszukiwarka internetowa Google](#)

Pomaga w sprawdzaniu popularności słów. Jeżeli masz do wyboru dwa słowa i nie wiesz, które z nich jest częściej używane, możesz to sprawdzić, wpisując je do wyszukiwarki. Wybierz to słowo, które ma więcej wyników wyszukiwania.

[Aplikacja do odmiany nazwisk, nazw miejscowych i liczebników](#)

Podpowiada m.in., jak utworzyć formę żeńską lub mnogą od męskiego nazwiska.

[Telefoniczna Poradnia Językowa na UWr](#)

Poradnia na Uniwersytecie Wrocławskim odpowiada na pytania dotyczące poprawności językowej. Z poradnią możesz się skontaktować pod numerem telefonu 71 375 24 30 oraz adresem e-mail: poradnia.jezykowa.ifp@uwr.edu.pl.

²¹ Data dostępu do stron z narzędziami: 27.05.2026.

[Poradnia językowa PWN](#)

Ogólnodostępna, bezpłatna usługa – eksperci odpowiadają na pytania dotyczące języka polskiego. Możesz zgłosić swoje wątpliwości związane z poprawnością i użyciem języka, a pomoże Ci zespół językoznawców.

[Wielki słownik języka polskiego PAN](#) (w skrócie WSJP lub WSJP PAN)

Elektroniczny słownik języka polskiego, opracowywany pod kierunkiem prof. Piotra Źmigrodzkiego. Leksykon powstaje od 2007 roku w Instytucie Języka Polskiego Polskiej Akademii Nauk i jest publikowany jedynie w Internecie.

[Dobry Słownik](#)

Wirtualna platforma edukacyjna, która pełni funkcję słownika i poradni językowej w jednym. Zastępuje wiele różnych słowników i poradników, pomaga w rozstrzyganiu wątpliwości językowych. Umożliwia zadawanie pytań i zgłaszanie problemów, które twórcy słownika wykorzystują do jego rozbudowy.

[Jasnopis](#)

Aplikacja, która ocenia trudność tekstu i automatycznie go upraszcza. Eksperci Jasnopisu uczą w pełni wykorzystywać aplikację, szkolą z komunikacji opartej na prostej polszczyźnie oraz opracowują teksty zrozumiałe dla odbiorców.

[Słownik Gramatyczny Języka Polskiego](#)

Internetowa wersja najbardziej rozbudowanego słownika fleksyjnego współczesnej polszczyzny. Zawiera charakterystykę gramatyczną ponad 450 tys. słów – informacje o ich odmianie, czyli formach fleksyjnych, a także o ich funkcjach w zdaniu, definicji i pochodzeniu. Słownik pomaga w zrozumieniu i poprawnym użyciu języka polskiego, szczególnie w zakresie gramatyki.

9.5 Baza wiedzy²²

- [„Prosto i kropka”](#) – kampania edukacyjna o prostym języku realizowana przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej we współpracy z Krajową Szkołą Administracji Publicznej i Pracownią Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego
- [Strona Pracowni Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego](#)

²² Data dostępu do stron: 27.05.2026.

- [Strona Fundacji Języka Polskiego](#)
- [Strona Koła Naukowego Prostego Języka](#) na Uniwersytecie Warszawskim
- [Zakładka o prostym języku na stronie ING Banku Śląskiego](#)
- [Zakładka o prostym języku na stronie PKO Banku Polskiego](#)
- [„Encyklopedia prostej polszczyzny”](#) wydana z inicjatywy PZU
- [Strona nt. innowacyjnej publikacji „Patryk i Kropka”](#) – tekstu literackiego opracowanego w standardzie ETR, skierowanego do młodzieży szkolnej z niepełnosprawnością intelektualną
- [Strona Muzeum i Centrum Ruchu Harcerskiego](#) – wzorcowa pod względem dostępności na dzień 27.05.2026
- [Strona Muzeum Fotografii w Krakowie](#) – wzorcowa pod względem dostępności na dzień 27.05.2026

10 Jak wdrożyć standardy w NGO

10.1 Wstęp

Wdrażanie standardu „Język przystępny i dostępny” nie musi oznaczać rewolucyjnej zmiany w całej organizacji – przeciwnie, rekomendujemy metodę małych kroków. To ewolucyjny, elastyczny proces, który można rozpocząć w wybranym obszarze (np. komunikacja e-mailowa, strona internetowa lub dokumenty kierowane do beneficjentów). Dopiero potem warto go rozwijać i skalować, w miarę zdobywania doświadczeń oraz zwiększania zasobów.

Taki stopniowy model wdrażania pozwala lepiej dopasować tempo zmian do realnych możliwości organizacji, bez nadmiernego obciążania zespołu. Co istotne – przedstawiony poniżej model jest uniwersalny. Może być stosowany zarówno przez duże, profesjonalne NGO z rozbudowaną strukturą, jak i przez małe organizacje działające lokalnie. Sprawdzi się, gdy planujesz wdrożyć standard zarówno w całej organizacji, jak i w wybranym kanale komunikacyjnym lub w konkretnym zespole.

Wdrażanie standardu jest nie tylko działaniem na rzecz DIK. To także proces rozwojowy, który wspiera profesjonalizację organizacji i buduje zaufanie jej

odbiorców. Wzmacnia również jej wizerunek – jako podmiotu otwartego, odpowiedzialnego i nowoczesnego.

Zobacz, jak wygląda proces wdrożenia standardów – od diagnozy, przez testowanie rozwiązań, aż po ich wdrożenie i formalne przyjęcie standardu.

10.2 Diagnoza

Zacznij od zapoznania się z materiałami zawartymi w tym podręczniku. Dzięki nim dowiesz się, czym jest prosty i dostępny język oraz jakie obszary komunikacji warto wziąć pod lupę.

Pierwszym krokiem do wdrożenia standardów jest diagnoza, czyli rozpoznanie obecnego stanu komunikacji w Twojej organizacji. To moment, w którym warto odpowiedzieć sobie na pytanie: na ile nasza komunikacja jest już przystępna i dostępna, a gdzie widzimy potrzebę zmian?

Diagnozę możesz przeprowadzić przy pomocy prostych, ogólnodostępnych narzędzi:

- analiza SWOT (mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia),
- warsztaty z zespołem (np. mapowanie obecnych praktyk komunikacyjnych),
- konsultacje z interesariuszami,
- ankiety (wewnętrzne – dla zespołu, zewnętrzne – dla odbiorców działań),
- analiza materiałów (np. przegląd strony internetowej, dokumentów, e-maili).

Ważne, aby diagnoza objęła różne kanały komunikacji oraz uwzględniała perspektywę osób z różnymi potrzebami. Może to być prosty audyt – najważniejsze, by było wiadomo, od czego zaczynasz i na czym warto się skupić w dalszym działaniu.

10.3 Wybór i opracowanie rozwiązań

Na podstawie wyników diagnozy wybierz konkretne obszary komunikacji, w których chcesz wprowadzić zmiany. Najlepiej zacząć od tych, które są kluczowe dla odbiorców i odbiorczyń działań Twojej organizacji (np. strona internetowa, formularze, wiadomości e-mail, materiały promocyjne).

Plan działań

Określ, które obszary komunikacji wymagają usprawnień i zaplanuj zakres działań. Pamiętaj, że nie musisz wdrażać wszystkiego naraz – wystarczy zacząć od jednego obszaru.

Wskaźniki sukcesu (ilościowe i jakościowe)

Ustal, po czym poznasz, że wdrożenie się powiodło. Wskaźniki warto dopasować do specyfiki organizacji. Przykłady wskaźników:

- wzrost liczby odwiedzin na stronie internetowej,
- większe zaangażowanie odbiorców w mediach społecznościowych,
- zwiększenie liczby beneficjentów i beneficjentek,
- więcej wpływów z 1,5% podatku,
- skrócenie czasu odpowiedzi na e-maile,
- pozytywne opinie użytkowników i użytkowniczek dokumentów.

Harmonogram działań i podział ról

Stwórz harmonogram, w którym określisz kolejne kroki i terminy oraz wpiszesz osoby odpowiedzialne za realizację. Ułatwi Ci to monitorowanie postępów i zwiększy szanse na skuteczne wdrożenie standardów.

Budżet i dostępne zasoby

Określ, jakie masz zasoby i co będzie potrzebne do wdrożenia zmian. Uwzględnij:

- czas pracy zespołu,
- oprogramowanie (np. narzędzia do projektowania treści),
- potrzebę szkoleń lub konsultacji,
- ewentualne koszty zewnętrznych usług (np. redakcja językowa, audyt dostępności).

Opracowanie rozwiązań

Masz już określone potrzeby i wiesz, jakimi zasobami dysponujesz. Możesz więc zacząć pracę nad konkretnymi rozwiązaniami, np. nowym wzorem dokumentu, uproszczoną treścią strony internetowej, dostępniejszym układem graficznym. Na tym etapie ważne jest podejście cykliczne – twórz, testuj, poprawiaj.

10.4 Testowanie jakościowe i ilościowe

Etap testowania to ważny krok w procesie wdrażania standardu w NGO. Dzięki niemu zdobędziesz informacje zwrotne od osób, które będą faktycznie korzystać z materiałów lub usług Twojej organizacji. Sprawdzisz też, czy zaprojektowane

rozwiązanie nie wymaga poprawy. W ten sposób zweryfikujesz, czy zaprojektowane rozwiązania w zakresie DIK są:

- użyteczne,
- zrozumiałe,
- dostosowane do potrzeb odbiorców i odbiorców Twojej organizacji.

Gdy planujesz testowanie, uwzględnij dostępne zasoby, czas i specyfikę grupy docelowej. Są to nie tylko osoby ze szczególnymi potrzebami, ale też szerzej – odbiorczynie i odbiorcy działań Twojej organizacji. Pamiętaj, że etap testowania nie służy do tego, by znaleźć winnych czy udowodnić, że coś nie działa. To konstruktywny proces, którego celem jest doskonalenie zaplanowanych rozwiązań.

Wybór sposobu testowania i narzędzi

Na początku zdecyduj, w jaki sposób chcesz testować rozwiązania. Masz kilka możliwości:

- Badania grupowe (fokusowe) – moderowane spotkania z małą grupą odbiorców i odbiorczyń (np. 5-8 osób), podczas których omawiasz z nimi materiały lub rozwiązania. Ta metoda pozwala uzyskać wiele różnych opinii i pogłębić dyskusję nad danym rozwiązaniem.
- Konsultacje indywidualne – rozmowy jeden na jeden, które mogą być mniej stresujące dla uczestniczących w nich osób. Pozwalają uzyskać bardziej szczegółowe oraz osobiste refleksje.
- Proste ankiety – wygodne rozwiązanie przy większej liczbie odbiorców i odbiorczyń, które pozwala zebrać informacje ilościowe i jakościowe. Ankiety mogą mieć formę drukowaną lub online (np. Google Forms).

Wybór metody zależy od charakteru Twojej organizacji, liczby osób, którym chcesz zaprezentować materiały, oraz zasobów czasowych i kadrowych. Możesz łączyć metody – np. najpierw przeprowadzić fokusy, a później szerszą ankietę.

Opracowanie narzędzi badawczych

Po wyborze metod przygotuj odpowiednie narzędzia:

- Scenariusz badania fokusowego – zawiera plan przebiegu spotkania, pytania otwarte oraz ćwiczenia, które pozwolą uczestnikom ocenić materiały lub rozwiązania.
- Kwestionariusz wywiadów indywidualnych – lista pytań, które pomogą w rozmowie z badaną osobą. Kwestionariusz może zawierać pytania o ogólne wrażenia, poziom zrozumienia materiału, atrakcyjność formy, trudności itp.
- Ankieta – powinna być krótka, prosta i czytelna. Może zawierać pytania zamknięte (np. skala ocen) i otwarte (opinie, sugestie).

Przy konstruowaniu narzędzi pamiętaj o DIK. Zadbaj o prostą formę graficzną i prosty język, odpowiedni kontrast, czytelną czcionkę, możliwość wypełnienia ankiety online lub w wersji drukowanej.

Rekrutacja testerów

Gdy wybierasz grupę osób do testów, zadbaj o jej różnorodność. Zaproś do badań:

- osoby ze szczególnymi potrzebami (np. z niepełnosprawnością wzroku, słuchu, intelektualną),
- osoby starsze,
- osoby reprezentujące główne grupy odbiorców działań Twojej organizacji.

Rekrutację możesz przeprowadzić w mediach społecznościowych czy mailingach, na stronie internetowej, ale też w kontaktach bezpośrednich lub na spotkaniach stacjonarnych. Ważne, aby dobrać kanały komunikacji i sposoby rekrutacji do danej grupy społecznej. W informacjach o rekrutacji wyjaśnij, czego dotyczy badanie i ile czasu zajmie.

Realizacja badań i testów

Podczas testów zadbaj o atmosferę szacunku i bezpieczeństwa:

- stwórz przyjazne, inkluzywne warunki,
- używaj prostego języka w instrukcjach,
- zapewnij dostępność przestrzeni (jeśli spotkania są stacjonarne),
- w przypadku spotkań online – zapewnij rozwiązania DIK (np. napisy, tłumaczenie na PJM/SJM).

- zapewnij możliwości wypowiedzenia się wszystkim osobom uczestniczącym w badaniu.

Podczas spotkań notuj kluczowe uwagi lub nagrywaj wypowiedzi testerów i testerek (za ich zgodą). Gdy przeprowadzasz ankietę, zapewnij wsparcie asystenckie osobom ze szczególnymi potrzebami.

Monitorowanie zachowań odbiorców

Testowanie to nie tylko pytania – warto też obserwować reakcje osób uczestniczących w testach podczas pracy z materiałami. Możesz na przykład sprawdzać:

- czy potrafią znaleźć informacje na stronie www,
- czy rozumieją treść dokumentów napisanych w prostym języku,
- jakie mają komentarze i pytania.

Warto także zebrać informacje zwrotne od osób pracujących w Twojej organizacji – np. czy nowe rozwiązania są dla nich wygodne, zrozumiałe itp.

Podsumowanie i dokumentacja wyników

Po zakończeniu badań zbierz w jednym miejscu (np. w arkuszu Excel) uwagi osób uczestniczących w etapie testów. Na tej podstawie zrób kategoryzację – co działa dobrze, a co wymaga poprawy. Oceń też, które sugestie są zasadne i możliwe do wdrożenia. Taka dokładna dokumentacja ułatwi Ci kolejny etap, czyli korektę rozwiązania i finalne wdrożenie.

Etap testowania to kluczowy moment dialogu z odbiorcami i odbiorczyniami. To dzięki niemu upewnisz się, że propozycje standardów i materiałów w Twojej organizacji są faktycznie przystępne i dostępne. Dobrze zaplanowane i przeprowadzone testowanie pozwala nie tylko poprawić jakość rozwiązań, ale także buduje zaufanie otoczenia do Twojej organizacji.

10.5 Usprawnienie rozwiązania i finalne wdrożenie

Usprawnienie rozwiązania i finalne wdrożenie to kluczowy etap procesu wdrażania standardu „Język przystępny i dostępny” w NGO. Na podstawie wniosków z testowania wprowadzisz konkretne poprawki w danym rozwiązaniu

i przygotujesz je do codziennego stosowania w organizacji. To etap praktyczny, który polega na analizie uwag, planowaniu usprawnień i ich wdrożeniu.

Przegląd i weryfikacja uwag z testowania

Po etapie testowania masz już zebrane i udokumentowane informacje zwrotne od testerów i testerek. Teraz czas na ich analizę. Warto to zrobić zespołowo – na przykład podczas spotkania roboczego. Pamiętaj, że nie każda sugestia musi być uwzględniona. Przyjmij zasadę, że nie wszystkie uwagi trzeba wdrożyć, ale wszystkie warto rozważyć.

Przy ocenie możesz wykorzystać takie pytania do zespołu roboczego:

- Czy uwaga jest zasadna i faktycznie poprawi dostępność lub zrozumienie danego rozwiązania?
- Czy uwzględnienie uwagi jest możliwe z perspektywy zasobów organizacji?
- Czy uwaga nie jest sprzeczna z innymi standardami lub aktualnymi wymogami prawnymi?

Wasza dyskusja pozwoli wybrać te uwagi, które rzeczywiście są możliwe do realizacji. Możesz je oznaczyć w arkuszu, np. dodając status „do wdrożenia”.

Wybór rozwiązań w zakresie usprawnień

Gdy lista uwag do wdrożenia jest już gotowa, zastanówcie się w zespole nad konkretnymi korektami. To czas kreatywnej pracy, w ramach którego warto:

- wspólnie wygenerować pomysły na to, jak wdrożyć usprawnienia,
- sprawdzić aktualne przepisy i standardy – by zachować zgodność z wymogami prawa,
- zastanowić się, jak dostosować rozwiązania do możliwości technicznych, kadrowych i finansowych Waszej organizacji.

Podział zadań i harmonogram działań

Po wybraniu rozwiązań zaplanujcie, kto jest odpowiedzialny za ich wdrożenie. Dobrym pomysłem jest stworzenie krótkiego harmonogramu z rubrykami:

- lista zadań,
- osoby odpowiedzialne,
- terminy realizacji.

Klarowny podział ról i terminów zwiększa szansę, że wdrożenie będzie konsekwentne i skuteczne.

Wdrożenie usprawnień w wybranych obszarach

Następny krok to faktyczne wprowadzenie usprawnień. W zależności od skali projektu, możecie:

- opracować dokumenty i szablony w prostym języku,
- wprowadzić zmiany na stronie internetowej (np. dodanie tekstów alternatywnych, uproszczenie nawigacji),
- zmienić kolorystykę i/lub poprawić kontrast w materiałach graficznych,
- dodać transkrypcję lub audiodeskrypcję do materiałów multimedialnych,
- wprowadzić procedury dotyczące tworzenia dostępnych materiałów wideo i audio,
- zapewnić pracownikom szkolenie z nowych standardów.

Ważne jest, abyście nie wdrażali wszystkiego na raz, jeśli to nierealne. Najlepiej zastosować zasadę małych kroków – wprowadzić zmiany najpierw w jednym obszarze (np. na stronie www), a potem w innych.

Raportowanie i dokumentacja

Na zakończenie etapu usprawniania rozwiązań przygotuj krótkie podsumowanie lub raport z wdrożenia. Może on mieć formę:

- dokumentu tekstowego,
- arkusza Excel,
- folderu na wspólnym dysku (np. Google Drive), zawierającego gotowe wzory, grafiki, teksty, instrukcje.

Raport lub protokół z finalnego wdrożenia powinien być dostępny dla całego zespołu organizacji. Dzięki temu wszyscy wiedzą, jakie standardy obowiązują, jak wyglądają ostateczne materiały, kto jest odpowiedzialny za ich aktualizację. Dokumentacja to także baza wiedzy przydatna przy kolejnych wdrożeniach lub aktualizacjach standardu.

Etap „Usprawnienie rozwiązania i finalne wdrożenie” to moment, w którym zespół Twojej organizacji przekłada teorię i wyniki testów na realne, działające rozwiązania. Kwestie kluczowe na tym etapie to podejście zespołowe i otwartość na konstruktywną krytykę. Ważna będzie również umiejętność selekcji priorytetów oraz konsekwentna realizacja zaplanowanych działań. Dzięki temu Twoja organizacja może nie tylko spełnić wymogi DIK, ale też budować wizerunek otwartej i inkluzywnej, skuteczniej realizując swoją misję społeczną.

10.6 Przyjęcie rozwiązania modelowego w NGO

Proces przyjęcia przez Twoją organizację modelowego rozwiązania w zakresie DIK można podzielić na 4 etapy:

Podjęcie decyzji o formalnym przyjęciu standardu w organizacji

Najpierw zadбай o to, by Twoja organizacja oficjalnie uznała standard za obowiązujący – dzięki temu będzie można konsekwentnie wdrażać jego zasady. Zarząd organizacji powinien więc podjąć stosowną uchwałę w sprawie przyjęcia standardu DIK i stosowania go w swoich działaniach komunikacyjnych. W szczególności chodzi o zapewnienie spójności językowej we wszystkich wewnętrznych i zewnętrznych kanałach komunikacji.

Dobrze, by Zarząd wyznaczył koordynatora ds. prostego języka i DIK lub powołał zespół zadaniowy odpowiedzialny za standard DIK w organizacji.

Uwzględnienie standardu w całej działalności organizacji

Następnie wprowadź zmiany w polityce komunikacyjnej Twojej organizacji, by uwzględnić standard na różnych poziomach jej działalności – strategicznym, operacyjnym i bieżącym. Uwzględnij więc zasady prostego i dostępnego języka w kluczowych dokumentach organizacji, takich jak wieloletnia strategia rozwoju, standard komunikacji czy regulaminy. Dostosuj też do zasad DIK wszystkie dokumenty i treści, które Twoja organizacja wykorzystuje w kontaktach z interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi:

- wzory umów i uchwał,
- formularze,
- zaproszenia,
- instrukcje,

- wnioski dotyczące projektów społecznych.

Jeśli Twoja organizacja przeprowadza przetargi i zamawia usługi u zewnętrznych podwykonawców, dodaj do treści oferty przetargowej wymogi związane z DIK.

Poinformowanie społeczności o wdrożeniu przez organizację standardu

Teraz już możesz ogłosić na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych, że Twoja organizacja przyjęła standardy DIK. Dodatkowo możesz przygotować kampanię społeczną na ten temat (np. spoty reklamowe, cykl artykułów prasowych, e-mailing, udzielanie wywiadów). Pamiętaj, by promować przy tym piktogram „Prosty język” – graficzny symbol informujący, że dany przekaz komunikacyjny został opracowany zgodnie ze standardem. Dołączaj piktogram do wszystkich komunikatów i materiałów informacyjnych, które Twoja organizacja stworzy zgodnie z zasadami prostego i dostępnego języka.

Zamieść też informację o stosowaniu prostego i dostępnego języka w „Deklaracji dostępności” Twojej organizacji. Jest to dokument, który informuje o poziomie dostępności strony internetowej lub aplikacji mobilnej dla osób ze szczególnymi potrzebami.

Monitorowanie i rozwijanie standardu

Standard powinien się rozwijać wraz z rozwojem komunikacyjnym Twojej organizacji. W związku z tym co najmniej raz na kwartał/rok przeprowadź ewaluację wdrażania standardu. Aktualizacja może być potrzebna np. wtedy, gdy zmieniają się przepisy, użytkownicy zgłaszają bariery komunikacyjne lub dostępne są nowe narzędzia (choćby oparte na sztucznej inteligencji).

10.7 Lista kontrolna

We wdrożeniu DIK w organizacji może Ci pomóc lista kontrolna. Jak z niej korzystać:

- Przejdź przez każdy etap i odpowiedz TAK lub NIE na poszczególne pytania.
- W polu „Uwagi” zapisz, co jeszcze trzeba zrobić lub co warto zapamiętać.
- Używaj listy jako praktycznego narzędzia na spotkaniach zespołu lub do monitorowania postępu wdrożenia.

1. DIAGNOZA				
PYTANIE KONTROLNE	TAK	NIE	UWAGI	KOLEJNY KROK (np.: Co trzeba zrobić dalej? Do kiedy? Kto jest za to odpowiedzialny?)
1.1. Czy przeprowadziliśmy wstępną analizę obecnego poziomu dostępności informacyjno-komunikacyjnej w naszej organizacji?				
1.2. Czy zidentyfikowaliśmy główne problemy i bariery DIK w organizacji?				
1.3. Czy zaprosiliśmy do diagnozy osoby ze szczególnymi potrzebami?				
1.4. Czy udokumentowaliśmy wyniki diagnozy i ustaliliśmy priorytety działań?				
2. WYBÓR I OPRACOWANIE ROZWIĄZAŃ				
PYTANIE KONTROLNE	TAK	NIE	UWAGI	KOLEJNY KROK
2.1. Czy ustaliliśmy zakres wdrożenia (w całej organizacji lub tylko w wybranym obszarze)?				
2.2. Czy wybraliśmy obszar/obszary, w których wdrożymy rozwiązania?				
2.3. Czy określiliśmy wskaźniki ilościowe i/lub jakościowe dla wdrażanych rozwiązań?				
2.4. Czy ustaliliśmy harmonogram wdrażania rozwiązań?				
2.5. Czy określiliśmy osoby odpowiedzialne za poszczególne działania związane z wdrażaniem rozwiązań?				
2.6. Czy oszacowaliśmy budżet lub dostępne zasoby niezbędne do wdrożenia rozwiązań?				
2.7. Czy zaplanowaliśmy sposób monitorowania procesu wdrażania rozwiązań?				

3. TESTOWANIE NOWYCH ROZWIĄZAŃ				
PYTANIA KONTROLNE	TAK	NIE	UWAGI	KOLEJNY KROK
3.1. Czy zaplanowaliśmy sposób testowania nowych rozwiązań (badania grupowe, indywidualne)?				
3.2. Czy opracowaliśmy odpowiednie narzędzia badawcze (scenariusze, kwestionariusze, ankiety)?				
3.3. Czy wiemy, jak przeprowadzić rekrutację osób uczestniczących w testach?				
3.4. Czy testowanie uwzględniało osoby ze szczególnymi potrzebami?				
3.5. Czy zapewniliśmy dostępność spotkań na etapie testowania rozwiązań (np. tłumaczenie na PJM, napisy)?				
3.6. Czy zebraliśmy wszystkie informacje zwrotne od uczestników?				
3.7. Czy udokumentowaliśmy wyniki testowania nowych rozwiązań?				
4. USPRAWNIENIE ROZWIĄZANIA I FINALNE WDROŻENIE				
PYTANIA KONTROLNE	TAK	NIE	UWAGI	KOLEJNY KROK
4.1. Czy przeprowadziliśmy analizę informacji zwrotnych pozyskanych na etapie testowania?				
4.2. Czy zdecydowaliśmy, które uwagi zgłoszone przez testerów i testerki wybieramy do wdrożenia?				
4.3. Czy ustaliliśmy, jakie konkretnie usprawnienia wprowadzimy?				
4.4. Czy sprawdziliśmy zgodność usprawnień z przepisami prawa i innymi standardami?				
4.5. Czy stworzyliśmy harmonogram wdrożenia usprawnień?				
4.6. Czy faktycznie wdrożyliśmy usprawnienia w wybranych obszarach?				

4.7. Czy przygotowaliśmy dokumentację lub raport z wdrożenia?				
5. PRZYJĘCIE ROZWIĄZANIA MODELOWEGO W NGO				
PYTANIA KONTROLNE	TAK	NIE	UWAGI	KOLEJNY KROK
5.1. Czy Zarząd organizacji formalnie przyjął rozwiązanie jako modelowe (np. uchwałą Zarządu)?				
5.2. Czy wpisaliśmy rozwiązanie do strategii organizacji lub zaktualizowaliśmy strategię?				
5.3. Czy ujęliśmy rozwiązanie w innych dokumentach wewnętrznych (np. regulaminach)?				
5.4. Czy wyznaczyliśmy osobę odpowiedzialną za monitorowanie jakości stosowanego rozwiązania?				
5.5. Czy wykorzystujemy i promujemy piktogram „Prosty język”?				
5.6. Czy poinformowaliśmy o rozwiązaniu na zewnątrz (film, strona www, media społecznościowe)?				
5.7. Czy dzielimy się z innymi organizacjami naszym doświadczeniem z wdrożenia rozwiązania w organizacji (np. artykuły, prezentacje)?				

Chcesz skorzystać z innych list kontrolnych, które pomogą Ci sprawdzić stopień wdrożenia poszczególnych elementów DIK w Twojej organizacji? Zeskanuj kod QR!



kod QR prowadzi do strony z plikami Excel:

<https://drive.google.com/drive/folders/1yErtHS6wMgRiOQQ5SWTaKA2nKGUKpObT>

11 Dostępność informacyjno-komunikacyjna w przyszłości – co nas czeka

Od 28 czerwca 2025 r. obowiązuje Polski Akt o Dostępności. Dzięki niemu dostępność informacyjno-komunikacyjna stała się nie tylko sprawą publiczną, ale też rynkową. Nowe przepisy zobowiązują bowiem wybraną grupę firm, by projektowały usługi i produkty z myślą o wszystkich użytkownikach i ich różnorodnych potrzebach.

To oznacza, że niebawem powstaną nowe zawody wymagające konkretnych kompetencji w zakresie DIK. Przykładowo, wzrośnie rola osób, które tworzą i redagują dostępne treści w prostym języku. Osoby zatrudnione w różnych instytucjach będą się szkolić z zasad prostego języka, tak jak dzisiaj uczą się przepisów RODO czy BHP.

Naszą nową rzeczywistością staje się też sztuczna inteligencja (AI) w służbie dostępności. AI już teraz ma coraz większy wpływ na to, jak tworzymy teksty, a nowe technologie wspierają prosty i dostępny język. W jaki sposób? Na przykład analizują teksty i wskazują trudne słowa, proponując prostsze wersje. Albo tworzą w prostym i dostępnym języku wiele wariantów tego samego tekstu – z myślą o seniorach, osobach z trudnościami w uczeniu się czy słabiej znających język polski.

Musimy pamiętać, że DIK wymaga nie tylko wydajności, ale też zrozumienia i empatii. W obszarze transkrypcji AI potrafi tłumaczyć, czytać i analizować – szybciej niż kiedykolwiek będzie mógł to zrobić człowiek. Jednak choć AI przygotowuje automatyczne napisy, wciąż ma trudności w rozpoznawaniu kontekstu, niewyraźnej mowy czy specjalistycznego branżowego słownictwa. Nieczytelna może się też okazać transkrypcja mowy osoby jękającej się czy wypowiedź osoby z silnym obcym akcentem.

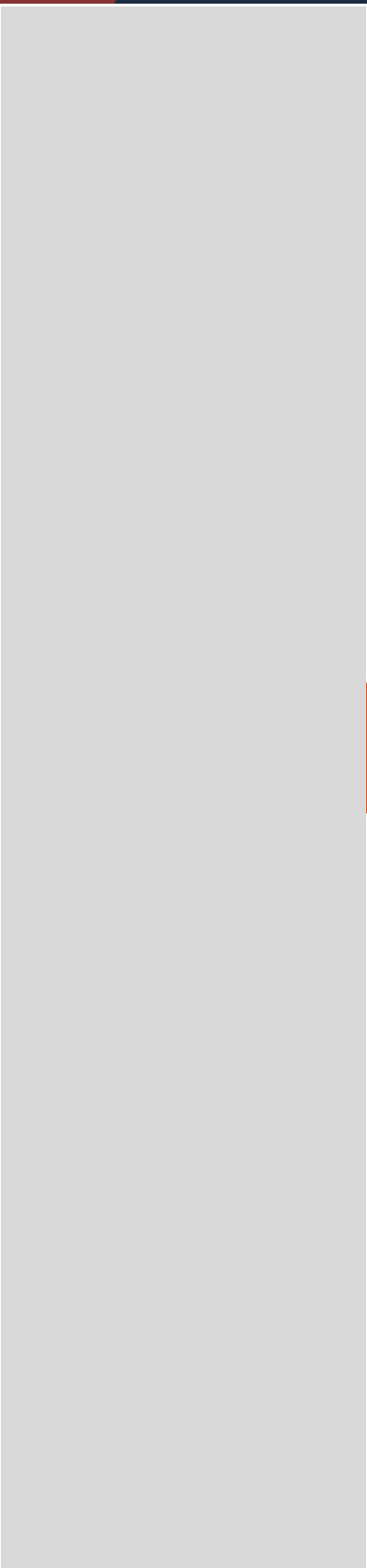
Również automatyczne tłumaczenie tekstu pisanego na język migowy nie zawsze uwzględnia wszystkie niuanse i kulturowe znaczenie przekazu. W tym obszarze technologia AI nie potrafi jeszcze w pełni zastąpić człowieka, który z życzliwością zareaguje, dopyta i pomoże osobom ze szczególnymi potrzebami. Sztuczna inteligencja jest szybka, ale nie zawsze wrażliwa i czuła. AI to wciąż tylko narzędzie – najważniejsi są ludzie, bo maszyna nigdy nie zastąpi rozmowy z żywym człowiekiem.

Nowe możliwości w komunikacji otwierają się natomiast dla osób z zaburzeniami mowy. Obecnie bez problemu możemy zamieniać mówione słowa na tekst – co może być pomocne dla osób z dysleksją. Powszechnie stosujemy systemy rozpoznawania i sterowania głosem. Głosy generowane przez AI zrewolucjonizowały też DIK dla użytkowników z dysfunkcją wzroku – przekształcając tekst w mowę, która brzmi naturalnie.

AI sprawia wrażenie, że zna się na wszystkim – i zawsze ma gotową odpowiedź. Na razie nie potrafi jeszcze za nas rozwiązać wszystkich problemów związanych z DIK. Uczy się bowiem na podstawie dostępnych danych – a te mogą być zawodne, bo nie zawsze odzwierciedlają różnorodność potrzeb i stylów życia poszczególnych grup społecznych. Algorytmy mogą powielać stereotypy, błędnie rozpoznawać potrzeby użytkowników albo działać nieskutecznie w niestandardowych sytuacjach. W przypadku AI należy więc stosować zasadę „ufaj, ale sprawdzaj”. Bariery tworzą ludzie – i to ludzie powinni je usuwać. Bo ostatecznie to człowiek odpowiada za jakość przekazu.

12 Zakończenie – podstawy prawne

- Konwencja o prawach osób niepełnosprawnych, sporządzona w Nowym Jorku 13 grudnia 2006 r. (Dz.U. 2012 poz. 1169)
- Ustawa z 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz.U. z 2019 r. poz. 848)
- Ustawa z dnia 9 marca 2023 r. o zmianie ustawy o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych oraz ustawy - Ordynacja podatkowa (Dz.U. z 2023 r. poz. 511)
- Ustawa z 19 lipca 2019 r. o zapewnieniu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz.U. z 2019 r. poz. 1696)
- Ustawa z 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze (Dz.U. 2024 poz. 731). Ustawa weszła w życie 28 czerwca 2025 r. jako tzw. „Polski Akt o Dostępności”



 **KOLPING**.PL