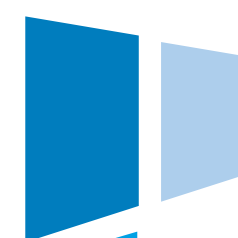


Prosto o konkursach Funduszy Europejskich

Poradnik efektywnego pisania





Egzemplarz bezpłatny

Autorzy Ewelina Moroń, Tomasz Piekot, Grzegorz Zarzeczny, Marek Maziarz
Skład i łamanie Michał Wolski
Opracowanie graficzne Małgorzata Skibińska
Ilustracje Paulina Gajda
Wydawca Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju
Departament Informacji i Promocji
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
www.mir.gov.pl
www.funduszeuropejskie.gov.pl

ISBN: 978-83-7610-533-8

Autorzy są członkami interdyscyplinarnej grupy badawczej Logios Research i Pracowni Prostej
Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Rozwoju
Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2007-2013

Spis treści

Od autorów	4
Krótko o efektywnym pisaniu	5
Od nadmiaru głowa boli	6
Językowa mimikra	8
Bezpośredni kontakt	10
Rytm marszu Cezara	12
Oczami menedżerów	14
Wskaźnik mglistości języka	16
Podsumowanie	18
Sześć zasad efektywnego pisania	20
Tekst dziel na akapity ze śródtytułami	22
Używaj krótkich i dobrze znanych wyrażeń	24
Twórz krótkie zdania – do dwudziestu wyrazów	26
W każdym zdaniu pilnuj głównej myśli	28
Używaj naturalnej gramatyki	30
Często nazywaj siebie i wzywaj czytelnika	32
Poradnia językowa	34
Poradnia typograficzna	48

Od autorów

Będzie to poradnik o tym, jak efektywnie pisać teksty konkursowe. Mamy tu na myśli zwłaszcza ogłoszenia i instrukcje, które towarzyszą kolejnym naborom wniosków o pieniądze z Funduszy Europejskich. Poradnik adresujemy zatem do urzędników, którzy są autorami lub redaktorami takich dokumentów. To już drugi poradnik cyklu o komunikacji funduszowej. W *Jak pisać o Funduszach Europejskich* przedstawiliśmy szerzej ideę i zasady prostego języka w tekstach kierowanych do „przeciętnego Polaka”.

Tym razem idziemy krok dalej – w stronę przyszłych twórców projektów konkursowych. To z myślą o nich przygotowaliśmy tę książkę. Do nich trafiają przecież dokumenty przygotowywane w różnych instytucjach, które organizują konkursy. W pewnym sensie od jakości tych tekstów zależy popularność i sukces każdego konkursu.

Najważniejszą częścią poradnika jest sześć zasad efektywnego pisania. Efektywnego – czyli takiego, które zapewnia odbiorcy jednocześnie łatwość czytania i precyzję w przyswajaniu specjalistycznych treści. Ponieważ jedna z naszych zasad mówi o bezpośrednim kontakcie autora tekstu z odbiorcą, w poradniku będziemy się zwracać do Państwa, Drodzy Czytelnicy, bezpośrednio – „per Ty”. Jesteśmy przekonani, że ten instruktażowy styl komunikacji przyniesie lepsze efekty, a przez to zyska Państwa zrozumienie.

Życzymy miłej lektury i lekkiego pióra!

Krótko o efektywnym pisaniu



Od nadmiaru głowa boli

Zacznijmy od podstawowego pytania. Dlaczego powinniśmy zmienić sposób pisania o konkursach FE? Czy osoby, które mogłyby przygotowywać konkursowe projekty, nie poradzą sobie z dotychczasowym stylem ogłoszeń lub instrukcji?

Rzecz jest poważna – wynika ze zmian cywilizacyjnych.

Wyobraź sobie, jak mogłoby wyglądać środowisko informacyjne beneficjenta dziesięć wieków temu. Tekstów pisanych było niewiele, mediów masowych – w ogóle. Życie biegło wolniej, a na co dzień ludzi nie otaczało tak wiele informacji. Elity społeczeństw miały wtedy wiele czasu na czytanie i rozmyślanie.

Dziś otacza nas bardzo dużo informacji, które konsumujemy odruchowo i w dużych ilościach. Zjawisko to określa się mianem „przeładowania informacjami”. Wiele wskazuje na to, że typowy przedsiębiorca, który mógłby przygotować wniosek konkursowy, żyje pod presją ogromu danych. Szukanie wśród wielu załączników ważnych informacji o konkursie może przypominać podchodzenie z pustą szklanką do tryskającego wodą hydrantu!

Oczywiście, z nadmiarem informacji możemy sobie poradzić. Za chwilę poznasz kilka pomysłów, które ułatwią odbiorcy czytanie i przetwarzanie informacji.

Niektórzy z nas są na stałe połączeni z nowymi mediami przez 12 godzin dziennie.

W ciągu jednego dnia przyswajamy tyle informacji, ile mieści się w dwóch książkach.

Jeśli pracujemy w biurze, to prawdopodobnie:

1. dostajemy 36 e-maili w ciągu dnia. Jednej trzeciej z nich nawet nie otwieramy;
2. Jedną trzecią dnia w pracy tracimy na czytanie informacji mało ważnych.

U niektórych z nas relaks i rozluźnienie po wakacjach mogą zniknąć już po trzech dniach od powrotu do pracy.

W latach 70. XX wieku istniało siedem razy mniej znaków towarowych niż dzisiaj.

Umowy niektórych polskich banków wydłużyły się od 2000 roku z 1000 do 3000 słów.

Półtorej godziny dziennie poświęcamy na wytworzenie wiedzy, która w naszej organizacji już gdzieś istnieje.

Średnio potrzebujemy jedenastu wersji dokumentu, by tekst przybrał kształt ostateczny.

Nawet 25% tekstów umieszczamy w miejscach, do których już nigdy nie dotrzemy.

Prawdopodobnie w ciągu najbliższych czterech lat wyprodukujemy więcej danych niż w całej historii cywilizacji.



Językowa mimikra

Efekt mimikry (naśladowania) mówi o tym, by pisać językiem tekstów, które Twój odbiorca czyta najchętniej. To one przecież kształtują jego nawyki czytelnicze. Efekt ten jest powszechny w przyrodzie. Niektóre zwierzęta po prostu naśladowują środowisko, w którym aktualnie przebywają. Tak samo powinny wyglądać Twoje teksty. Każdy z nich powinien wydawać się odbiorcy znajomy. Powinien przypominać teksty przez niego codziennie czytane.

Co to dokładnie oznacza?

Pisząc tekst, stosuj te same środki, strategie i chwytły, które odbiorca zna ze swoich ulubionych tekstów. Jeśli beneficjenci codziennie zaczytują się w ustawie o swobodzie działalności gospodarczej, teksty konkursowe pisz w podobny sposób. Jeśli jednak wolą czytać prasę codzienną – tam szukaj wzorców do naśladowania.

Najpopularniejsze, najchętniej czytane teksty znajdziesz w prasie, na blogach i portalach informacyjnych, w poradnikach czy bestsellerach. Jeśli na chwilę zanurzysz się w tym strumieniu, od razu poczujesz jego rytm, siłę czy poziom emocji. Oglądając teksty najchętniej czytane, dowiesz się, jak długie są tam zdania, które wyrazy pojawiają się najczęściej, jak długie są to teksty, jak obszerne mają akapity itp. To jest właśnie językowa mimikra, czyli naśladowanie stylu, który odbiorca zna najlepiej.



Zdania w prasie codziennej mają zwykle mniej niż 15 wyrazów. Sporadycznie występują w nich imiesłowy, strona bierna i formy bezosobowe. To jest styl, który możesz naśladować.

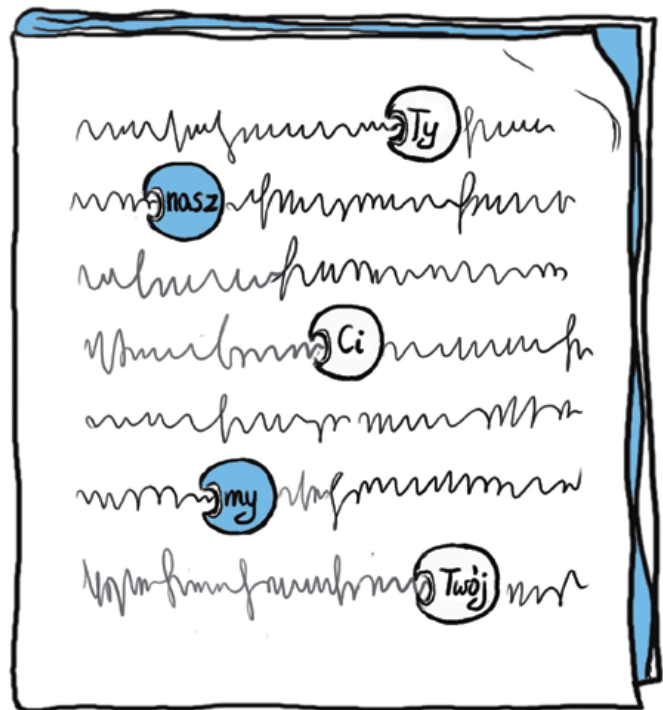
Bezpośredni kontakt

Zjawisko mimikry podpowiada nam, jak powinna wyglądać językowa forma efektywnego tekstu. Nie możemy jednak zapominać o innym ważnym aspekcie komunikacji – o relacjach z odbiorcą.

Dobry tekst będzie naśladował ulubione teksty czytelnika, ale też nie pozostawi go biernym widzem opisywanych zdarzeń.

Jak zwiększyć uwagę czytelnika i wywołać u niego efekt aktywnego czytania?

To proste. Wystarczy często kontaktować się z czytelnikiem w tekście. W praktyce polega to na tym, że do tekstu wprowadzamy jak najwięcej nazw nadawcy i zwrotów do odbiorcy. Służą do tego zaimki (*ja, mój, nasz, Ty, Twój, Pan, Pani, Pana, Państwo*) oraz czasowniki (*przesyłamy, odpowiadamy, moglibyście, przygotowaliby Państwo*). Po prostu staraj się takich zwrotów używać jak najczęściej. Dopilnuj, by przeplatały się one regularnie w całym tekście – jak koraliki zdobiące materiał.





Formularz wniosku należy wypełnić w sposób staranny i przejrzysty, aby ułatwić jego ocenę. W celu zapewnienia jasności i czytelności wniosku należy posługiwać się językiem precyzyjnym i dostarczyć wystarczającą ilość szczegółowych informacji, a w szczególności należy podać, w jaki sposób cele projektu będą osiągnięte, wykazać korzyści związane z jego realizacją oraz uzasadnić zgodność projektu z celami programu.



Formularz **wypełnij** starannie. Dzięki temu szybciej **ocenimy Twój** wniosek. **Pisz** przystępnie i **podaj** wszystkie ważne informacje. **Uzasadnij**, że **Twój** projekt jest zgodny z celami programu. Koniecznie **opisz**, jak **osiągniesz** cele projektu i jakie korzyści on przyniesie.



Władza Wdrażająca Programy Europejskie ogłasza nabór wniosków (...) i zaprasza do składania ofert.



Ogłaszamy nabór wniosków (...) i **zapraszamy Państwa** do składania ofert.

Pomocne wskazówki

Pamiętaj, że w komunikacji istnieje kilka stopni bezpośredniości.

- W komunikacji tradycyjnej, papierowej obowiązują zasady dużego dystansu. Do odbiorcy można zwracać się wyłącznie w trybie „Pan/Pani/Państwo”. Wyjątkiem są teksty z grupy „wezwania do działania”, czyli formularze, instrukcje, opisy procedur itp. Zadaniem tych wypowiedzi jest doprowadzenie do tego, by czytelnik szybko wykonał konkretne działania. W tym przypadku skuteczniejsze jest używanie trybu rozkazującego i form „per ty”.
- Zupełnie inne normy dystansu panują w komunikacji internetowej i marketingowej (masowej). W internecie, w reklamie i na ulotkach Polacy od kilku lat czytają zwroty „per Ty”. Ten styl mówienia jest już powszechny i nie wywołuje zbyt wielu protestów.
- Nie zapominaj też o częstym eksponowaniu w tekście samego siebie. Unikaj konstrukcji trzecioosobowych, jak najczęściej pisz „per my” (w znaczeniu „instytucja pisząca tekst”).

Rytm marszu Cezara

Naśladowanie językowego kształtu popularnych tekstów i bezpośredni kontakt z czytelnikiem – to dwa warunki, które zapewnią Twoim tekstom efektywną formę i aktywny odbiór. Kolejny warunek dotyczy układu treści tekstu. Jeśli o nią chodzi, nie możesz tu eksperymentować. Najlepiej wykorzystaj dobre wzory efektywnej organizacji treści. Oto krótka historia efektywnego pisania.



Pach, pach, pach – czyli w stylu Cezara

Gorącym zwolennikiem efektywnej komunikacji był Juliusz Cezar. Jego najstynniejsza wypowiedź – „Veni, vidi, vici” – składa się z trzech zdań, trzech wyrazów, sześciu rytmicznych sylab i pięciu samogłosek „i”. Co jednak ważniejsze – Cezar lapidarnie streszcza skomplikowaną, dynamiczną, ale też jednoznaczną historię. Historię o brutalnym przemarszu wojska (czujesz rytm kroków?) i zniszczeniu przeciwnika (Cezar usunął go nawet ze swojej wypowiedzi).

Gdyby Cezar tworzył dokumenty konkursowe, zdania byłyby krótkie i pełne czasowników. Treść byłaby podawana odbiorcy rytmicznie i w chronologicznej kolejności. Dokumenty byłyby pozbawione niepotrzebnych informacji, oczywistych faktów i zbędnych słów.

Styl komunikacji Cezara był mówieniem „na zewnątrz”, o działaniu, ale też mówieniem nakłaniającym do akcji.

veni, vidi, vici

być albo nie być...

Hamletyzowanie

Następne wieki zdominował jednak styl przeciwny – mówienie statyczne, „do wewnątrz”, nastawione na przemyślanie i przeżywanie. Najlepiej symbolizuje go Hamletowskie „Być albo nie być – oto jest pytanie”. Jego cechy charakterystyczne to niepewność, wieloznaczność, rozwlekłość, ale też mówienie o tym, co się myśli lub zamierza powiedzieć.

Zauważ, że drugi człon wypowiedzi Hamleta to trzywyrazowy odpowiednik znaku zapytania. Zjawisko „mówienia o mówieniu” jest powszechne w tekstach urzędowych. Niestety, jego obecność może zwiększać ich objętość nawet o kilkanaście procent.

Urzędowe hamletyzowanie jest groźne zwłaszcza na początku akapitów, czyli w miejscach, w których spodziewamy się najistotniejszych informacji. Chodzi o łańcuszek określeń, które rozbudowują początki kolejnych sekcji tekstu urzędowego i spychają główne ich myśli na dalszy plan.



Szanowni Państwo!

W odpowiedzi na (...) informuję, że (...)

W związku z powyższym nadmienię, iż (...)

Jednocześnie wyjaśniam, że w związku z tym, iż (...)

Wobec powyższego postanowiono, że (...)

Z poważaniem

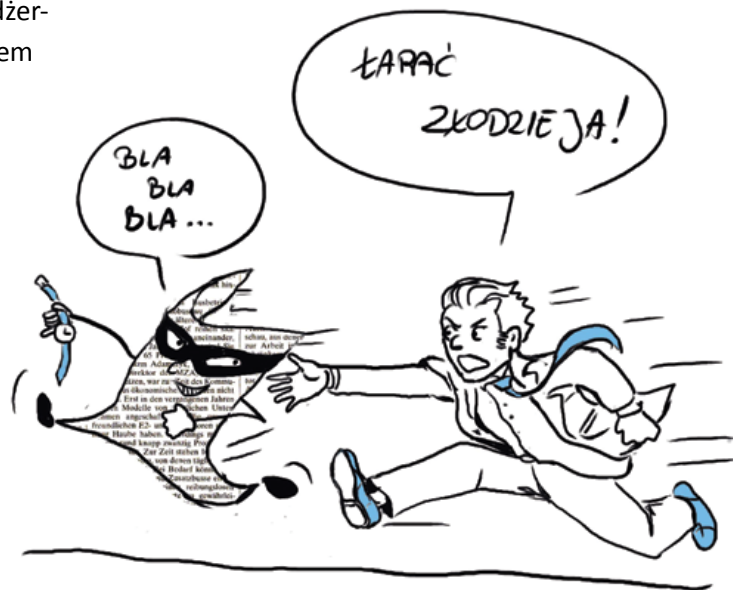


Jak się to ma do dokumentów konkursowych? Jeżeli nie chcemy w nich hamletyzować, powinniśmy unikać wszelkich słów, zdań, fragmentów, które spychają ważną treść na dalszy plan, rozbijają główne myśli, utrudniając ich szybkie wychwycenie. Dotyczy to przede wszystkim „mówienia o mówieniu”, ale też podstaw prawnych czy długich nazw dokumentów, programów i działań.



Oczami menedżerów

Fala zbyt wielu informacji po raz pierwszy pojawia się w dużych firmach (jesteśmy już w latach 50. XX wieku). Organizacje wytwarzają już tak dużo danych i informacji, że menedżerowie, dyrektorki czy prezesi nie potrafili ich wszystkich przetworzyć. Wtedy właśnie rodzi się technika „power writing” (pisanie z impetem), która pozwala decydom zapoznawać się z treścią wielu dokumentów, ale podczas ich szybkiego przeglądania. Jakis czas później popularne staje się streszczenie menedżerskie, które jest skutecznym narzędziem zarządzania przepływem informacji w organizacji.



Jak to wygląda?

W efektywnym pisaniu do decydentów najważniejsze są trzy techniki:

1. Rozpoczynanie tekstu od akapitu streszczającego wszystkie sprawy poruszane w tekście (na początku pokaż cały tekst z lotu ptaka)
2. Podział tematów i wątków na sekcje (akapity), które oddziela podwójny enter (dodaj więcej światła)
3. Dodanie do każdej takiej wyodrębnionej sekcji śródtytułu, który ją streszcza

Owe trzy rozwiązania sprawiają, że osoby, które nie mają czasu na czytanie, mogą szybko zapoznać się z całą treścią tekstu. Im też pozostawiona jest decyzja, którą sekcję czytać w całości.



Szanowna Pani Dyrektor,
jeśli chodzi o spotkanie, to nie przygotowałem jeszcze prezentacji.
Mam już większość danych, ale potrzebowałbym jeszcze kilku dni. Czy prezentację mogę przesłać w poniedziałek?
Ponadto mam też poważne wątpliwości, czy na tym etapie możemy ujawniać niepełne dane o sprzedaży regionalnej. Poczekałbym jeszcze miesiąc na raporty sieciowe i całe zestawienie zaprezentował zarządowi dopiero w kwietniu.
Bardzo proszę o decyzję w tej sprawie.
Z wyrazami szacunku
Jan Konieczny



Szanowna Pani Dyrektor,
poniżej – dwie ważne kwestie.

Prezentacja – na poniedziałek?
Mam już większość danych, ale potrzebowałbym jeszcze kilku dni.

Sprzedaż regionalna – na kwiecień?
Czy na tym etapie możemy ujawniać niepełne dane o sprzedaży regionalnej?
Poczekałbym jeszcze miesiąc na raporty sieciowe i całe zestawienie zaprezentował zarządowi w dopiero w kwietniu.

Bardzo proszę o decyzję w obu sprawach.
Z wyrazami szacunku
Jan Konieczny

*decydenci w firmach
otrzymują
zbyt wiele informacji*



Wskaźnik mglistości języka

Jeszcze w latach 50. XX wieku amerykański wydawca

Robert Gunning tworzy wzór, który ocenia poziom mglistości języka. Gunning przypuszcza, że na przystępność języka wpływają dwa parametry, które najmocniej obciążają pamięć czytelnika w trakcie lektury: długość zdań i długość wyrazów. Co ciekawe, wskaźnik ten udaje się Gunningowi powiązać z wykształceniem czytelnika. Tak powstaje indeks mglistości języka (FOG), który pokazuje, jak bardzo badany tekst przypomina teksty czytane przez uczniów w poszczególnych klasach.

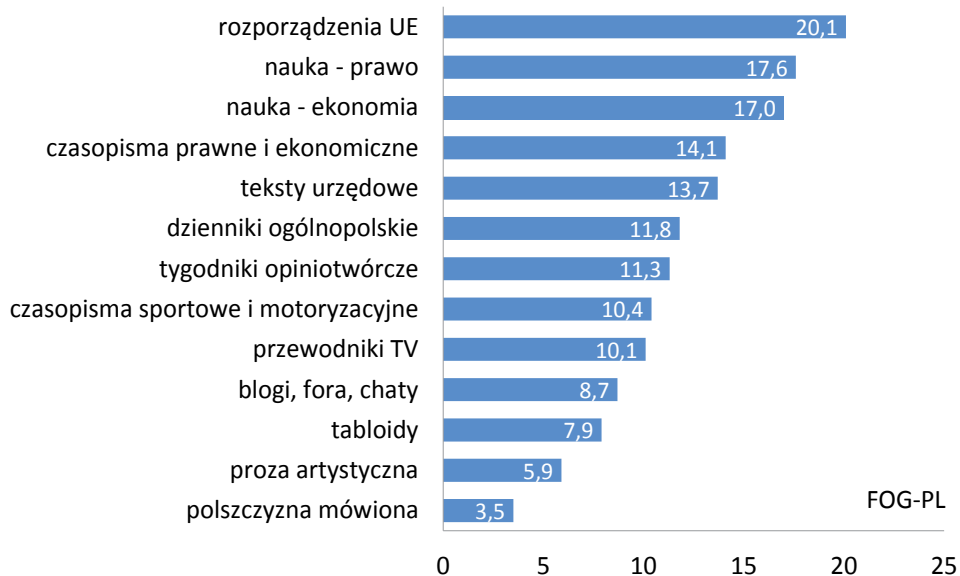
Co pokazuje FOG?

- FOG 1-6 – Twój tekst przypomina teksty ze szkoły podstawowej
- FOG 7-9 – Twój tekst przypomina teksty z gimnazjum
- FOG 10-12 – Twój tekst przypomina teksty ze szkoły średniej
- FOG 13-15 – Twój tekst przypomina teksty ze studiów licencjackich
- FOG 16-17 – Twój tekst przypomina teksty ze studiów magisterskich
- FOG 18-21 – Twój tekst przypomina teksty ze studiów doktoranckich
- FOG 22 – Twój tekst przypomina teksty naukowe

Co czytają Polacy?

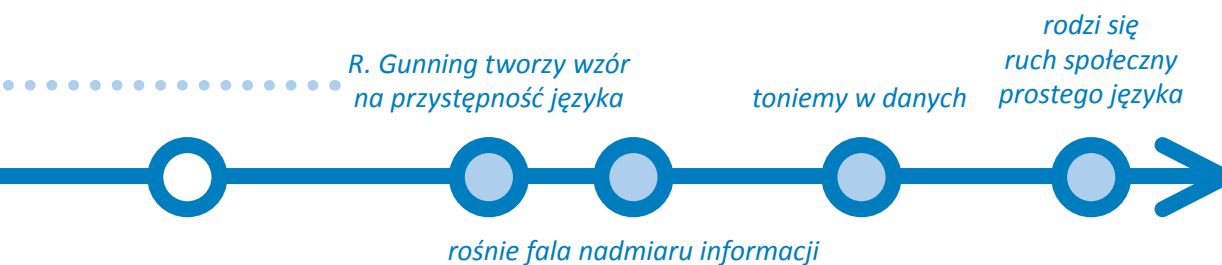
Poniżej widzisz medianę miary FOG-PL w:

- tekstach naukowych, urzędowych i prawnych,
- tekstach prasowych,
- polszczyźnie najprostszej.



Pomocna wskazówka

Zdarza się, że dokumentacja konkursowa jest pisana językiem bardzo skomplikowanym, przypominającym teksty czytane przez osoby, które zdobywają doktorat (FOG 19 lat edukacji). Zawsze staraj się kontrolować długość swoich zdań. Im krótsze, tym mniejsza będzie mglistość Twoich tekstów. Staraj się też unikać rozbudowanej terminologii. Ona także wpływa na przystępność języka.



Podsumowanie



Historia efektywnego pisania pokazuje, że różnice w sposobach przekazywania informacji istniały od zawsze. Dawniej pisaliśmy głównie pod rozwagę, rzadko podrywając ludzi do działania.

Prawdziwe problemy przyniósł nam jednak postęp cywilizacyjny. Najpierw nadmiar informacji zaatakował elity społeczne, osoby zarządzające firmami i instytucjami publicznymi. Dziś problem zalewu informacji dotyka już każdego człowieka. To jest właśnie główna przyczyna powstania ruchu prostego języka, którego jesteśmy gorącymi zwolennikami. Ludzie chcą tworzyć projekty i zdobywać na nie pieniądze z Funduszy Europejskich, ale nie mają czasu przedzierać się przez strumień dokumentów, załączników, linków i przypisów. Możemy im pomóc i uszanować ich cenny czas. To jest właśnie zadanie prostego języka.





decydenci w firmach
otrzymują
zbyt wiele informacji

R. Gunning tworzy wzór
na przystępność języka

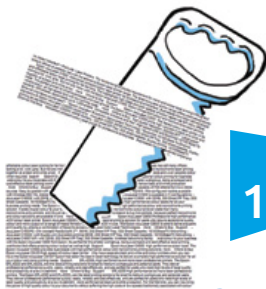
toniemy w danych

rodzi się
ruch społeczny
prostego języka

rośnie fala nadmiaru informacji

Sześć zasad efektywnego pisania

Po tym krótkim wprowadzeniu możemy już przejść do konkretnych zasad, które pomogą Ci pisać efektywnie. Efektywnie, czyli tak, by odbiorca Twoich tekstów czytał je szybko, nie tracąc jednak przy tym ważnych informacji. Zasad tych będzie sześć:



1. Podziel tekst na akapity ze śródtytułami

słowo



2. Używaj krótkich i znanych wyrażeń



**3. Twórz krótkie zdania
– do dwudziestu wyrazów**

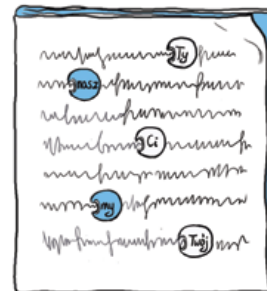


**4. W każdym
zdaniu pilnuj
głównej myśli**



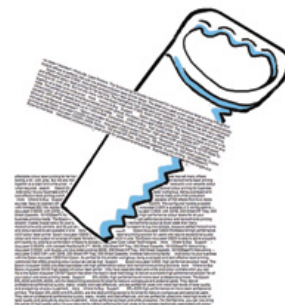
5. Używaj naturalnej gramatyki

**6. Często nazywaj siebie
i wzywaj czytelnika**



Tekst dziel na akapity ze śródtytułami

- Tekst dziel na akapity ze śródtytułami
- Używaj krótkich i dobrze znanych wyrażień
- Twórz krótkie zdania – do dwudziestu wyrazów
- W każdym zdaniu pilnuj głównej myśli
- Używaj naturalnej gramatyki
- Często nazywaj siebie i wzywaj czytelnika



Pierwsza zasada dotyczy kompozycji. Planowanie tekstu rozpocznij od podzielenia go na części. Każdej z nich nadaj roboczy śródtytuł. Dopiero wtedy możesz zacząć pisać. Pamiętaj – śródtytuły mają sprawić, że odbiorca szybko zorientuje się w treści całego dokumentu. Postaraj się, aby śródtytuły streszczały najważniejszą myśl akapitu.

Istotna jest też kolejność akapitów. Właściwie zawsze należałoby zaczynać od akapitu najważniejszego dla odbiorcy. Możesz też stosować chronologiczny układ treści – przyswajamy go szybko, ponieważ jest naturalny.

Pomocne wskazówki

1. Jeśli w tekście pojawia się podstawa prawna (nazwa regulacji lub tytuł jakichś przepisów), spróbuj ją w zdaniu oznaczyć przypisem. Nazwę lub tytuł przenieś na koniec dokumentu. Tej sekcji nadaj śródtytuł „Podstawy prawne” lub „Informacje prawne”.

2. Najlepsze nagłówki akapitów czy wycień mają formę pytań. Zauważ, że można je zakończyć znakiem zapytania lub znak ten pominąć. Istnieje jednak spora różnica między nagłówkiem „Jak złożyć wniosek?” a „Jak złożyć wniosek”. Pierwszy jest aktywny, przywołuje perspektywę odbiorcy. Drugi mniej zwraca uwagę, zawiera perspektywę nadawcy i w większym stopniu komunikuje pewność. Jeśli więc opisujemy wiedzę merytoryczną i bezdyskusyjną (formalną), powinniśmy unikać znaków zapytania.
3. Warto dopilnować, by wszystkie wersy wycień zaczynały się w identyczny sposób (zob. przykład „Nieczytelne wycień”).
4. Po śródtytułach nie stawiaj znaków interpunkcyjnych. Nagłówków zapowiadających wycień nie wolno kończyć dwukropkiem.

**MIEJSCE SKŁADANIA WNIOSKÓW**

- Dla projektów o szacowanej wartości powyżej 25 mln euro*:
do Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie; Kancelaria Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, ul. Konstruktorska 3A, 02-673 Warszawa.
- Dla projektów o szacowanej wartości poniżej 25 mln euro*
Właściwy dla danego województwa Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej.

**GDZIE SKŁADAĆ WNIOSKI**

Dla projektów o szacowanej wartości powyżej 25 mln euro*:

- › **Narodowy** Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie; kancelaria – ul. Konstruktorska 3A, 02-673 Warszawa.

Dla projektów o szacowanej wartości poniżej 25 mln euro*:

- › **Wojewódzki** Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej.



Zgodnie z art. 5 pkt 1 Ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju oraz zapisami Szczegółowego Opisu Priorytetów PO KL 2007-2013 o dofinansowanie projektu ubiegać mogą się wszystkie podmioty, z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych).



Zgodnie z prawem (1) – o dofinansowanie projektu mogą się starać wszystkie podmioty oprócz osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych).

Podstawy prawne

- (1) • Art. 5 pkt 1 Ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju
- Zapisy Szczegółowego Opisu Priorytetów PO KL 2007-2013



Celem strategicznym Programu jest wspieranie zrównoważonego rozwoju obszaru przygranicznego poprzez podniesienie ekonomicznej, społecznej i terytorialnej spójności regionów po obu stronach granicy. W aktualnym naborze poszukiwane są projekty spełniające szczegółowe wymagania, które są opisane w ogłoszeniu o naborze (umieszczonym w części „Nabór wniosków”).

**Co jest celem strategicznym?**

Program ma wspierać zrównoważony rozwój obszaru przygranicznego przez zwiększenie ekonomicznej, społecznej i terytorialnej spójności regionów po obu stronach granicy.

Jakich projektów poszukujemy?

Szczegółowe wymagania opisujemy w ogłoszeniu (zob. sekcję „Nabór wniosków”).

Używaj krótkich i dobrze znanych wyrażień

- Tekst dziel na akapity ze śródtytułami
- Używaj krótkich i dobrze znanych wyrażień
- Twórz krótkie zdania – do dwudziestu wyrazów
- W każdym zdaniu pilnuj głównej myśli
- Używaj naturalnej gramatyki
- Często nazywaj siebie i wzywaj czytelnika



Kolejna zasada skupia się na używanych słowach i frazach. Im krótsze, tym łatwiejsze w lekturze. Pamiętaj, że wiele słów ma swoje prostsze odpowiedniki. Zamiast *zatelefonować* lub *ubiegać się o coś* możemy po prostu *zadzwonić* lub *starać się o coś*. Zauważ, że zwykle to właśnie krótszych słów używamy w codziennej komunikacji. Natomiast dłuższe są zazwyczaj specjalistyczne terminy – tych w naszych tekstach powinno być jak najmniej.

Innym zjawiskiem, które utrudnia czytanie tekstu, są niepotrzebnie rozbudowane frazy. *Mieć możliwość* to przecież po prostu *móc*, a *nie mieć wiedzy na temat czegoś* to *nie wiedzieć o czymś*. Istnieją nawet słowa i konstrukcje, o których od razu wiemy, że niepotrzebnie rozbudują zdanie, np. *dokonać* czy *za pomocą*. I znów – na co dzień przecież *kupujemy ga-*

zetę i *jedziemy* autobusem, a nie *dokonujemy zakupu* gazety czy *jedziemy za pomocą* autobusu.

Trzeci problem to wielosłowie. Bardzo często wypełniamy nasze myśli słowami, które są zbędne i niepotrzebnie wydłużają zdania. Czy *23 kwietnia 2013 r.* może oznaczać coś innego niż *dzień*? Czy jeśli poprosimy o złożenie dokumentów na adres *siedziby urzędu*, trafią one gdzie indziej, niż gdy poprosimy o zrobienie tego *w urzędzie*, którego adres podajemy? Takich słownych wypełniaczy znaleźć można w tekstach urzędowych bardzo wiele.

Pamiętaj też, że wszystkie te zjawiska wpływają na wskaźnik mglistości (FOG) Twojego tekstu. Każde słowo, które ma cztery sylaby lub więcej, może podnieść FOG o kolejne stopnie.

Pomocne wskazówki

1. Staraj się stosować prostsze, codzienne odpowiedniki długich słów.
2. Unikaj specjalistycznych terminów, jeśli tylko jest to możliwe.
3. Unikaj niepotrzebnie rozbudowanych fraz.
4. Unikaj słów, które nie niosą dodatkowej informacji.

język formalny



ubiegać się → starać się
 niniejszy → ten
 wzmiankowany → wspomniany
 generowanie idei projektu → tworzenie koncepcji projektu



rozbudowane frazy



dokonać oceny formalnej wniosku → formalnie ocenić wniosek
 ulec zmianie → zmienić się
 dokonać uzupełnienia → uzupełnić
 za pośrednictwem poczty → pocztą
 ktoś ma możliwość → ktoś może
 jako zasadę ogólną → głównie, przede wszystkim, zwykle



wielostowie



z uwagi na fakt, iż → ponieważ
 w dniu 23 września 2012 r. → 23 września 2012 r.
 w siedzibie urzędu → w urzędzie
 harmonogram realizacji całego projektu → harmonogram projektu



Twórz krótkie zdania – do dwudziestu wyrazów

- Tekst dziel na akapity ze śródtytułami
- Używaj krótkich i dobrze znanych wyrazów
- Twórz krótkie zdania – do dwudziestu wyrazów
- W każdym zdaniu pilnuj głównej myśli
- Używaj naturalnej gramatyki
- Często nazywaj siebie i wzywaj czytelnika



Ta zasada jest bardzo ważna, ponieważ długość zdania jest drugim ze składników indeksu mglistości (FOG). Zbyt długie zdania to podstawowa cecha wszystkich trudnych tekstów. Analiza wzorcowych tekstów prasowych pokazuje, że rzadko pojawiają się tam zdania dłuższe niż dwudziestowyrazowe. Taką przyjmijmy też granicę dla średniej długości zdania tekstów konkursowych.

Co wydłuża zdania?

Zdania wydłużają się z powodu kondensacji (zagęszczenia) wielu myśli. Zwykle na jedno zdanie przypada jedna myśl. Po każdej takiej frazie powinniśmy stawiać kropkę, jednak wolimy „podczepić” kolejną myśl do tej poprzedniej – i tak kilka razy.

Oznacza to, że efektywne w odbiorze zdania właściwie nie powinny mieć przecinków. Przecinki bowiem zwykle w polszczyźnie rozdzielają myśli. W ich miejsce stawiamy zatem kropki.

Pomocne wskazówki

1. Jeśli chcesz skrócić zdanie, poszukaj w nim miejsca łączenia się myśli. Zwykle wyznacza je przecinek i jakiś wyraz wprowadzający (np. *który, a* itp.) – zob. przykłady.
2. Unikaj zwłaszcza zdań podrzędnych wielokrotnie złożonych (tzw. schodków). Staraj się ograniczać do dwóch-trzech prostych zdań powiązanych składniowo.
3. Zdania wydłużają też rozbudowane frazy, np. w przykładzie pierwszym wyrazowi „wymogi” towarzyszy jeszcze siedem innych słów.
4. Początkowe zdania akapitów często poprzedzają konwencjonalne zwroty, np. *uprzejmie informuję, że (...), jednocześnie wyjaśniam, iż (...)* Z perspektywy szybkiej komunikacji formy te są zbędne i niepotrzebnie opóźniają lekturę.



Szczegółowe wymagania dotyczące obsługi interaktywnej formy wniosku aplikacyjnego będą zawarte w dokumencie „Wytyczne, jak używać elektronicznej wersji wniosku”, który wkrótce zostanie zamieszczony na stronie internetowej Programu: www.lietuva-polska.eu.



Szczegółowe wymagania co do obsługi wniosku w internecie opisujemy w „Wytycznych, jak używać elektronicznej wersji wniosku” (wkrótce na: www.lietuva-polska.eu).

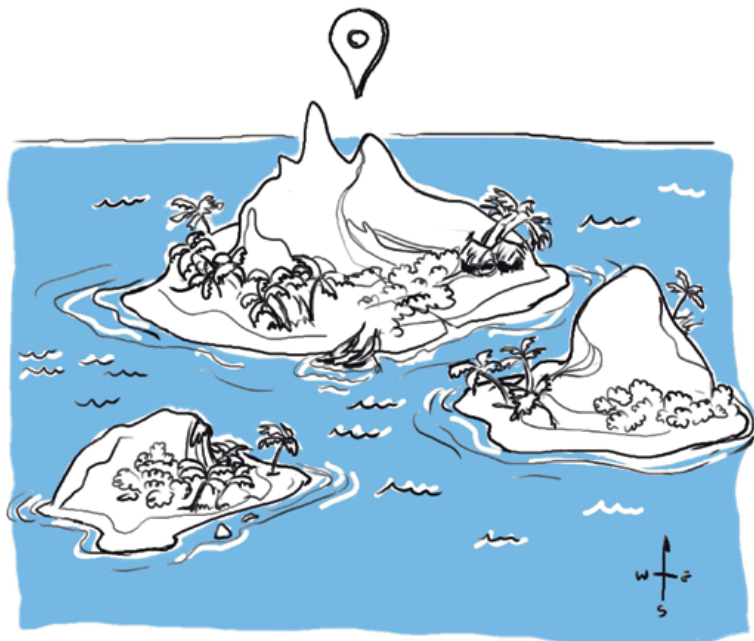


Należy mieć na uwadze, iż w trakcie realizacji projektu, na etapie weryfikacji wniosków o płatność oraz w wyniku przeprowadzonej kontroli na miejscu, jeśli IOK uzna, że dany wydatek jest nieracjonalny/ zbędny/ nie przyczynia się do osiągnięcia celów projektu, ma prawo do uznania go za niekwalifikowalny, mimo iż został on zaakceptowany na etapie oceny merytorycznej.



W czasie trwania projektu IOK może uznać każdy wydatek za niekwalifikowalny, mimo że zaakceptowano go na etapie oceny merytorycznej. Do sytuacji takiej może dojść w chwili weryfikacji wniosków o płatność lub w wyniku kontroli prowadzonej na miejscu. Dotyczy to wydatków, które okażą się nieracjonalne, zbędne lub które zdaniem IOK nie przyczynią się do osiągnięcia celów projektu.

WISPY CZASOWNIKOWE



W każdym zdaniu pilnuj głównej myśli

- Tekst dziel na akapity ze śródtytułami
- Używaj krótkich i dobrze znanych wyrażień
- Twórz krótkie zdania – do dwudziestu wyrazów
- W każdym zdaniu pilnuj głównej myśli
- Używaj naturalnej gramatyki
- Często nazywaj siebie i wzywaj czytelnika



Jak pamiętasz, każde zdanie powinno się ograniczyć do jednej głównej myśli. Jej centrum to czasownik (orzeczenie). Towarzyszą mu zwykle dwa lub trzy dodatkowe słowa, które nazywamy wyspami czasownikowymi. Oczywiście, w tekście możemy je rozbudowywać, jednak warto te ozdobne budowle ograniczyć. Na przykład minimalna myśl z czasownikiem *przynosić* to: *ktos – przynosi – komuś – coś*. Historię taką można zatem wyrazić już w czterech słowach (*Projekt przyniesie beneficjentom korzyści*). W naszym pierwszym przykładzie (zob. obok) główna myśl to: *Wnioskodawca ma prawo wnieść skargę do sądu administracyjnego*.

Jak widzisz, myśl tę rozdzielają aż dwa rozbudowane wtrącenia:

- *po otrzymaniu informacji o wynikach procedury odwoławczej;*
- *w terminie 14 dni kalendarzowych.*

Koniecznym jest przenieść na koniec zdania (w ostateczności – na początek).

Pomocne wskazówki

1. Ograniczaj zdanie do jednej głównej myśli. Finansowanie projektów jest na tyle skomplikowane, że w każdym zdaniu i tak znajdzie się jeszcze wiele informacji pobocznych. Jeśli chcesz dodać kolejną myśl, najlepiej poświęć jej osobne zdanie.
2. Nie rozbijaj głównej myśli wtrąceniami. W wielu zdaniach między podmiotem a orzeczeniem jest nawet kilka linijek tekstu. Z każdym kolejnym słowem wzrasta ryzyko, że czytelnik zapomni o „Kto”; nim dotrze do informacji o „co robi”.
3. Nie spychaj głównej myśli zbędnymi wstęпами. Takie wstępy nie rozbijają wprawdzie podmiotu i orzeczenia, ale utrudniają ich znalezienie. Zwykle spychaczami w oficjalnej komunikacji są utarte frazy, które możemy pominąć.
4. Nie zmieniaj szyku zdania – zaczynaj zawsze od podmiotu. To część naturalnej gramatyki języka polskiego, której poświęciliśmy kolejną zasadę.

wtrącenia



Wnioskodawca, **po otrzymaniu informacji o wynikach procedury odwoławczej**, ma prawo **w terminie 14 dni kalendarzowych** wnieść skargę do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego (WSA).



Kiedy wnioskodawca pozna wyniki odwołania, może wnieść skargę do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego (WSA). Ma na to 14 dni kalendarzowych.

spychacz informacji



Należy mieć na uwadze fakt, że czas poświęcony na przygotowanie projektu, przed złożeniem wniosku o dofinansowanie nie jest uważany za okres realizacji projektu.



Do okresu realizacji projektu nie wliczamy czasu jego przygotowania przed złożeniem wniosku.

bełkot



Złożenie wniosku w formie papierowej wraz z Oświadczeniem potwierdzającym, iż dane zawarte we wniosku w wersji elektronicznej są zgodne z prawdą oraz że składający wniosek jest uprawniony do reprezentowania Wnioskodawcy (podpisany wydruk oświadczenia wypełnionego w systemie informatycznym IP) **jest formalnym potwierdzeniem złożenia dokumentacji**, które musi nastąpić w ciągu 3 dni roboczych (decyduje data wpływu do IP) od dnia złożenia wniosku w systemie informatycznym IP.



Miejsce na Twoją wersję :-)

Używaj naturalnej gramatyki

- Tekst dziel na akapity ze śródtytułami
- Używaj krótkich i dobrze znanych wyrażień
- Twórz krótkie zdania – do dwudziestu wyrazów
- W każdym zdaniu pilnuj głównej myśli
- Używaj naturalnej gramatyki
- Często nazywaj siebie i wzywaj czytelnika



Unikaj imiesłowów, strony biernej, ukrytych czynności, bezosobowości.

W codziennej komunikacji używamy naturalnej gramatyki. To sposób mówienia, który przyswajamy najszybciej i który wykorzystujemy do opisu otaczającego nas świata. W takim języku rzeczowniki oznaczają osoby i przedmioty, przymiotniki – ich cechy, czasowniki – czynności itd. W dodatku układamy te elementy w zdania w najbardziej typowej kolejności. Najważniejszy jest ten, kto coś robi. Potem wskazujemy, co robi. Dopiero dalej podajemy wszystkie inne informacje. Najślynniejszy przykład takiego naturalnego zdania to *Ala ma kota*. Kolejne pokolenia nieprzypadkowo zaczęły od niego naukę języka polskiego.

Oczywiście z czasem uczymy się wyrażać w bardziej skomplikowany sposób. Niekiedy jest to przydatne, ale

jeśli zależy Ci na tym, by Twoje teksty były przystępne, wróć do zasad naturalnej gramatyki. To właśnie takich konstrukcji spodziewamy się w kolejnych zdaniach.

Pomocne wskazówki

1. Pamiętaj, że do wyrażania czynności służą czasowniki. Unikaj takich form, które zamieniają je na:
 - przymiotniki (*-ący, -ny, -ty*)
 - przysłówki (*-ąc*)
 - rzeczowniki (*-anie, -enie, -cie*)
2. Buduj zdania, w których najważniejszy jest ten, kto wykonuje daną czynność. Unikaj:
 - strony biernej (wykonawca staje się mniej ważny)
 - konstrukcji bezosobowych (wykonawca zupełnie znika)

imiestowy



Mając uzgodniony i wynegocjowany wspólny cel, partnerzy systematycznie przekazują sobie wiedzę.



Kiedy partnerzy **uzgodnią** i **wynegocjują** wspólny cel, systematycznie przekazują sobie wiedzę.

Należy zaznaczyć, iż projektodawca decydujący się na rozliczanie kosztów pośrednich ryczałtem musi wskazać we wniosku o dofinansowanie procent **wynikający** z całkowitej wartości projektu.

Należy zaznaczyć, iż projektodawca decydujący się na rozliczanie kosztów pośrednich ryczałtem musi wskazać we wniosku o dofinansowanie procent, **który wynika** z całkowitej wartości projektu.

ukryte czynności



W celu **umożliwienia rozliczenia kosztów** poniesionych w danym roku ze środków pochodzących z zaliczki i zwrotu środków niewykorzystanych przez Instytucję Zarządzającą LRPO do budżetu państwa, Beneficjent zobowiązany jest do rozliczenia zaliczki w następujący sposób.



Aby **rozliczyć koszty** poniesione w danym roku ze środków pochodzących z zaliczki i zwrotu środków niewykorzystanych przez Instytucję Zarządzającą LRPO do budżetu państwa, Beneficjent zobowiązany jest do rozliczenia zaliczki w następujący sposób.

strona bierna



Szczegółowe zasady w tym zakresie **zostaną określone** przez Instytucję Pośredniczącą PO RPW.



Instytucja Pośrednicząca PO RPW określi szczegółowe zasady w tym zakresie.

bezosobowość



Propozycje **zamieszczono** w przykładach od 3 do 5.



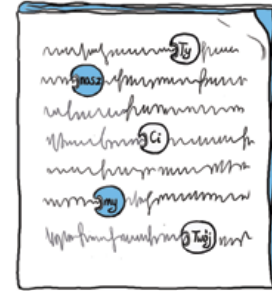
Propozycje **zamieściliśmy** w przykładach od 3 do 5.

Na czerwono **zaznaczono** linie graniczne wyznaczające obszar, poza które górna i dolna granica logotypów UE oraz logotypu instytucji nie powinna wykraczać.

Na czerwono **zaznaczyliśmy** linie graniczne wyznaczające obszar, poza które górna i dolna granica logotypów UE oraz logotypu instytucji nie powinna wykraczać.

Często nazywaj siebie i wzywaj czytelnika

- Tekst dziel na akapity ze śródtytułami
- Używaj krótkich i dobrze znanych wyrażień
- Twórz krótkie zdania – do dwudziestu wyrazów
- W każdym zdaniu pilnuj głównej myśli
- Używaj naturalnej gramatyki
- Często nazywaj siebie i wzywaj czytelnika



Jeśli zastosujesz tę zasadę, tekst będzie przypominał przeplatankę. Na zmianę powinny się w nim pojawiać nazwy nadawcy (Ciebie) i zwroty do odbiorcy. Mogą to być zaimki (*mie, mój, nasz, Twój, Ciebie, Państwa*) lub formy czasownikowe (*przedstawiamy, powinni Państwo złożyć*). Zwroty takie powinny pojawiać się w tekście systematycznie – najlepiej w każdym wersie.

Pomocne wskazówki

1. Normy grzecznościowe wymagają, byśmy się zwracali do osób nieznanych „per Pan” lub „per Pani”. Jeśli piszemy tekst do masowego odbiorcy – „per Państwo”. Od jakiegoś czasu utrwaliły się jednak w Polsce wyjątki. „Per Ty” możesz pisać w trzech sytuacjach:

- na stronach internetowych,
- w tekstach marketingowych (np. w reklamie),
- w instrukcjach, na formularzach, w poradnikach (jak ten, który właśnie czytasz).

2. Jeśli piszesz tekst w imieniu instytucji, staraj się używać zwrotu „per my” zamiast jej oficjalnej nazwy. Tę pominiętą nazwę odbiorca odczyta z kontekstu (np. nagłówek nadawcy, logo itp.)
3. Badania pokazują, że jeśli ktoś w tekście unika nazywania siebie, to zwykle

- chce kogoś nastraszyć lub zmusić do działania (np. windykacja),
- buduje symboliczną przewagę i dominację (np. sąd),
- próbuje zbudować wrażenie obiektywności i niepodważalności tego, o czym pisze (np. naukowcy),
- chce kogoś do czegoś zniechęcić, a nawet oszukać.

Niestety, z powodu takich fragmentów czytelnicy przestają aktywnie czytać, a autorzy tracą wiarygodność.



Więcej informacji mogą Państwo znaleźć na stronie www.poig.gov.pl lub www.mrr.gov.pl. Zapraszamy do korzystania z Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich na lata 2007-2013, Warszawa, ul. Krucza 38/42, tel. +48 (22) 626 06 32 i 626 06 33, e-mail: punktinformacyjny@mrr.gov.pl. W przypadku pytań prosimy o ich zgłaszanie na adres e-mail: poig@mrr.gov.pl.



Informacje mogą Państwo znaleźć na *naszych* stronach: www.poig.gov.pl lub www.mrr.gov.pl. Zapraszamy Państwa do korzystania z Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich na lata 2007-2013:
 Warszawa, ul. Krucza 38/42,
 tel. +48 (22) 626 06 32 i 626 06 33,
 e-mail: punktinformacyjny@mrr.gov.pl.
 Jeśli mieliby Państwo pytania, prosimy, aby je Państwo do nas przesyłali: poig@mrr.gov.pl.



Poradnia językowa

Interpunkcja – przecinek

Przecinek to znak, który najczęściej oddziela czasowniki. Oto kilka zasad i wskazówek:

1. Stawiaj przecinek przed:

a (wyjątek: między CZYMŚ a CZYMŚ, np. między ciszą a ciszą),

ale, lecz, więc, aby, żeby, że, ponieważ

oraz ich synonimami

2. Zawsze stawiaj przecinek przed:

to znaczy (tzn.), czyli, to jest (tj.), tak zwane (tzw.)

3. Przed tymi wyrazami zazwyczaj stawiaj przecinek:

który, kto, co, jaki, gdzie, kiedy, choć, jeśli, dlatego

4. Jeśli wtrącenia muszą pozostać w tekście, oddzielaj je przecinkami lub myślnikami:

*Przepisy szczegółowe, **które wejdą w życie w październiku**, nie są dopracowane.*

*W przypadku braku dokumentacji projektowej – **o której mowa ww. rozporządzeniu***

– należy przedstawić kosztorys oraz program funkcjonalno-użytkowy.

5. Postaw przecinek po imiesłowach na -ąc lub przed nimi:

Projektodawca może korzystać z kilku modeli równocześnie, dostosowując je do wymagań projektowych.

6. Oddzielaj przecinkami zwroty do adresata:

Szanowni Państwo, zapraszamy do składania wniosków.

7. Nie stawiaj przecinka przed:

i, oraz, tudzież („tudzież” znaczy „oraz”), *lub, albo, bądź, ani, ni*
ani ich synonimami

Uwaga! Jeśli te spójniki się powtarzają, przed drugim i kolejnymi trzeba postawić przecinek:

Należy złożyć i wniosek, i kosztorys.

8. Uwaga na „czy”, „jak” i „niż”:

- jeśli „czy” wskazuje wybór – nie stawiaj przecinka:

Polityka regionalna zmieni się w 2014 czy 2020 roku?

- jeśli po „czy” możesz zadać pytanie (wystąpi zdanie podrzędnie złożone) – postaw przecinek:

Sprawdź [CO?], czy możesz być beneficjentem projektu.

- nie stawiaj przecinka w krótkich konstrukcjach typu „taki jak”:

MŚP otrzyma pomoc w dziedzinach takich jak rozwój i badania.

- postaw przecinek przed rozbudowanymi porównaniami:

Pieniądze dostanie zarówno główny wykonawca, jak i podwykonawcy tego zadania.


- postaw przecinek przed zdaniem podrzędnym:

Nie pamiętam, jak nazywa się teraz to ministerstwo.

- postaw przecinek tylko, jeśli po „niż” jest drugi czasownik:

Możesz z niego skorzystać, jeśli obroty Twojej firmy są mniejsze niż 15 mln zł.

Możesz z niego skorzystać, jeśli zarobiłeś mniej, niż przewiduje limit – do 15 mln złotych.

- 
9. Nie stawiaj przecinka po rzeczownikach odczasownikowych (jak „zgodność” czy „utrzymanie”):
Zgodność zakresu i terminu ich faktycznego utrzymania z zakresem i terminem deklarowanym we wniosku może podlegać kontroli.

 10. Nie stawiaj przecinka po wyrażeniu „w przypadku + rzeczownik” (np. „w przypadku braku informacji”):
W przypadku braku informacji we wniosku o dofinansowanie oraz nieuwzględnienia wydatków na działania informacyjno-promocyjne w harmonogramie wydatków poniesione na ten cel koszty nie zostaną uznane za kwalifikowane, w związku z czym beneficjent nie może liczyć na dofinansowanie tej części projektu.

 11. Nie stawiaj przecinka przed „etc.” (et cetera), „itd.” (i tak dalej) oraz „itp.” (i tym podobne):
Program kierujemy do rolników, hodowców, plantatorów etc.

Pisownia łączna/ rozłączna z NIE

NIE piszemy łącznie:

- z rzeczownikami (np. *nieszczęście, nienawiść*)
- z rzeczownikami, które powstały od czasowników (np. *niezłożenie, nieodpowiedzenie*)
- z przymiotnikami (np. *niewielki, nieduży*); wyjątek: przymiotniki w stopniu wyższym i najwyższym (np. *nie gorszy, nie najlepszy*)
- z imiesłowami przymiotnikowymi – czynnymi i biernymi (np. *niewystarczająca, niewypełniony*)
- z przysłówkami utworzonymi od przymiotników (np. *nieczytelnie, niełatwo*)

NIE piszemy rozłącznie:

- z czasownikami (*nie chcę, nie będę czytać*); wyjątki: czasowniki utworzone od rzeczowników (np. *niepokoić* – od *niepokój*, *nienawidzić* – od *nienawiść*, *niedomagać* – od *niedomaganie*, *niedostyszeć* – tylko w znaczeniu „słabo słyszeć długi czas”)
- z imiesłowami przysłówkowymi – uprzednimi i współczesnymi – i formami nieosobowymi zakończonymi na *-no, -to* (np. *nie mając wprawy, nie przygotowawszy obiadu, nie złożono wniosków*)
- z liczebnikami (np. *nie trzy, nie pierwszy*)
- z zaimkami (np. *nie my to zrobiliśmy, nie ten autobus*); wyjątki: *nieco, niecoś, niejaki, niektórzy, nieswój, niewiele, niewielu*
- z przysłówkami, które nie pochodzą od przymiotników (np. *nie bardzo, nie całkiem, nie dosyć, nie dziś, nie tylko, nie raz* [z akcentem na „raz” = „kilka razy”]); wyjątki: *niebawem, niezbyt, nieraz* (z akcentem na „nie” = „często”)
- z przymiotnikami i przysłówkami w stopniu wyższym i najwyższym (np. *nie lepiej, nie lepszy, nie gorzej, nie najgorzej*)

Duże i małe litery

Oto kilka zasad i wskazówek:

1. Nie pisz dużą literą rzeczowników, które nie są nazwami własnymi:



Lista Sprawdzająca, Dokumentacja, Podrozdział, Wnioskodawca, Partner, Instytucja Organizująca Konkurs (IOK), Harmonogram rzeczowo-finansowy, Generator Wniosków Aplikacyjnych, Beneficjent



lista sprawdzająca, dokumentacja, podrozdział, wnioskodawca, partner, instytucja organizująca konkurs (IOK), harmonogram rzeczowo-finansowy, generator wniosków aplikacyjnych, beneficjent

2. W przypadku nazw konkretnych organów czy instytucji zasada jest prosta – wszystkie wyrazy, oprócz wewnętrznych przyimków, spójników i określeń typu *do spraw, na rzecz, imienia* itp. pisz dużą literą:

Lubelska Agencja Wspierania Przedsiębiorczości, Departament Europejskiego Funduszu Społecznego, Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju

3. Oficjalne tytuły aktów prawnych i innych dokumentów warto wydzielić graficznie – np. kursywą. Tylko pierwszy wyraz tytułu zapisz dużą literą:

art. 207 Ustawy o finansach publicznych

4. Szczegółowe ustalenia o użyciu wielkich i małych liter w tekstach dotyczących FE znajdziesz w dokumencie Rady Języka Polskiego *Wielkie i małe litery w tekstach Unii Europejskiej*:

<http://bit.ly/DokumentRadyJP>



Skróty

Skrót to litera lub kilka liter, które tworzymy z często używanych wyrazów. Oto kilka zasad i wskazówek:

1. Nie stawiaj kropki po jednostkach miary, wagi, czasu, np.:
zł (złoty), *s* (sekunda), *min* (minuta), *h* (godzina), *kg* (kilogram), *m* (metr)
2. Po skrócie postaw kropkę, jeśli jego ostatnia litera nie jest jednocześnie ostatnią literą wyrazu lub wyrazów, z których składa się skrót. Przykłady znajdziesz w tabeli na następnej stronie
3. Jeśli skrót:
 - składa się z dwóch lub trzech wyrazów **oraz**
 - drugi lub trzeci wyraz zaczyna się samogłoską, **to**postaw kropkę po każdej literze nowego wyrazu, np.:
m.in. (między innymi), *o.o.* (ograniczona odpowiedzialność), *p.n.e.* (przed naszą erą);
ale już: *cdn.* (ciąg dalszy nastąpi)
4. Jeśli skrót, który jest zakończony kropką, kończy zdanie, postaw tylko jedną kropkę, np.:
Proszę, aby przygotował Pan potrzebne dokumenty, sprawdził dane itd.
5. Skrót wyrazu *punkt* można zapisać na trzy sposoby.

Przypadek	Zapis zgodny z zasadą	Zapis zgodny ze zwyczajem językowym	Uwagi
W mianowniku	<i>pkt</i>	<i>pkt.</i>	polecamy: <i>pkt</i>
W przypadkach zależnych (czyli w przypadkach bez mianownika i wołacza)	<i>pkt.</i> (<i>punktu, o punkcie itd.</i>)	<i>pkt</i>	polecamy: <i>pkt.</i>
Alternatywa	<i>p.</i>	<i>p.</i>	nie budzi kontrowersji

Skrót	Rozwinięcie	Uwagi
<i>np.</i>	<i>na przykład</i>	po <i>np.</i> może stać dwukropek (<i>np.:</i>)
<i>dr. Kowalskiego</i>	<i>doktor<u>a</u> Kowalskiego</i>	w mianowniku – bez kropki: <i>dr Kowalski</i> (<i>doktor</i>)
<i>prof.</i>	<i>profesor</i>	
<i>s.c.</i>	<i>spółka cywilna</i>	ale: <i>SA</i> (<i>spółka akcyjna</i>)
<i>sp. z o.o.</i>	<i>spółka z ograniczoną odpowiedzialnością</i>	
<i>b.r.</i>	<i>brak roku</i>	na kartach tytułowych książek
<i>br.</i>	<i>bieżącego roku</i>	
<i>ub.r.</i>	<i>ubiegłego roku</i>	
<i>min.</i>	<i>minimum</i>	
<i>m.in.</i>	<i>między innymi</i>	
<i>jw.</i>	<i>jak wyżej</i>	* <i>j/w</i> – to błąd
<i>ww.</i>	<i>wyżej wymieniony</i>	* <i>w/w</i> – to błąd
<i>godz.</i>	<i>godzina</i>	jest to wyjątek (<i>s</i> – sekunda – i <i>min</i> – minuta – nie mają kropek)
<i>tys.</i>	<i>tysiąc</i>	np. <i>100 tys. zł</i>
<i>mln</i>	<i>milion</i>	np. <i>125 mln euro</i>
<i>mld</i>	<i>miliard</i>	np. <i>2 mld ton</i>

Skrótowce

Skrótowiec to osobny wyraz, który tworzymy z pierwszych liter lub sylab pełnej nazwy, np. **MŚP** (małe i średnie przedsiębiorstwa), **UE** (Unia Europejska).

Oto kilka zasad i wskazówek:

1. Po skrótowcach ani wewnątrz nich nie stawiaj kropki, np.: **WUP, P ARP, MAiC**
2. Skrótowce zapisuj zazwyczaj dużymi literami, a spójniki i przyimki – małymi, np.: **MliR** (Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju)
3. Nie odmieniaj skrótowców, które są zakończone:
 - w wymowie na *-e, -i, -o, -u*, np.: **CPE, CPI, KJO, UE, RP**
 - na akcentowane *-a*, np.: **SGH, BGK**
4. Inne skrótowce odmieniaj – dodaj odpowiednią końcówkę:

Jaką końcówkę dopisać	Zasada	Przykład
<i>-u (w dopełniaczu)</i>	<i>z łącznikiem – jeśli skrótowiec jest zapisany dużymi literami</i>	<i>Strony internetowe BIP-u i P ARP-u.</i>
<i>-ze lub -zie (w miejscowniku)</i>	<i>z łącznikiem – jeśli skrótowiec kończy się na -r lub -d</i>	<i>Porozmawiajmy o MliR-ze i NCBiR-ze.</i>
<i>-ie, zmiana na małe litery oprócz pierwszej (w miejscowniku)</i>	<i>skrótowce zakończone na -t, np. NOT, P AGART</i>	<i>Wiemy, co się dzieje w Nocie i Pagarcie.</i>

5. Skrótowce mają rodzaj gramatyczny. Możesz go ustalić na dwa sposoby:

- znajdź najważniejszy wyraz – cały skrótowiec przejmie jego rodzaj, a tekst będzie postrzegany jako elegantszy, np. **MSW** napisało (**MINISTERSTWO Spraw Wewnętrznych**), **RPP** pokazała (**RADA Polityki Pieniężnej**)
- zastosuj zasadę z tabeli poniżej

Skrótowiec	Zasada	Wymowa
MEN był	skrótowce zakończone w wymowie na spółgłoskę mają rodzaj męski	[men]
CPE było	skrótowce zakończone w wymowie na akcentowane: -e -i -o -u mają rodzaj nijaki	[ce-pe-e]
BGK było lub była	skrótowce zakończone w wymowie na akcentowane -a mają rodzaj żeński lub nijaki (w tym wypadku jednak polecamy pierwszy sposób)	[be-gie-ka]
FIFA była	skrótowce zakończone w wymowie na nieakcentowane -a mają rodzaj żeński	[fifa]

6. Czasami można spotkać dwa warianty tych samych skrótowców, np. **MSP** i **MŚP**, **MIR** i **MiIR**. Zalecamy jednak wybór skrótowca, który jest bliższy rozwiniętej nazwie (tu: **MŚP** i **MiIR**)

Zapis dat

Sposób	Interpunkcja	Czy dodawać „rok”	Gdzie używać
8.02.2015	kropki z obu stron między sekcją miesięczną	<ul style="list-style-type: none">• r. (ze spacją) LUB• roku (ze spacją) – szczególnie na końcu zdania	<ul style="list-style-type: none">• w tabelach, harmonogramach• w tekście – jeśli w dokumencie występuje kilka dat
8 II 2015	bez kropek	<ul style="list-style-type: none">• r. (ze spacją), ale nie na końcu zdania LUB• roku (ze spacją)	nie zalecamy
8 lutego 2015	bez kropek	<ul style="list-style-type: none">• roku (ze spacją)	jako data listów, ogłoszeń, oświadczeń itp.

Pamiętaj, by nie stosować skrótu **r.** na końcu zdania.

✓ 8.02.2015 r. zakończy się nowy konkurs.

✓ 8.02.2015 roku zakończy się nowy konkurs.

✓ Nowy konkurs zakończy się 8.02.2015 roku.

✗ Nowy konkurs zakończy się 8.02.2015 r.

Inny zapis

- zero w sekcji dziennej (08.02.2015) możesz dopisać tylko, jeśli istnieje ryzyko sfalszowania daty
- nie możesz opuścić zera w sekcji miesięcznej

Uwagi do zapisu dat

- daty nie może poprzedzać wyraz „**dzień**” – to maśło maślane:

 w dniu 8.02.2015 r.

 8.02.1025 r.

- wyjątkiem jest cytowanie **pełnych** tytułów ustaw – jeśli pojawia się tam wyraz „dzień”, powinien zostać, przykład: *Ustawa z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej*
- słownie zapisany miesiąc musi być w dopełniaczu:

 8 luty 2015

 8 lutego 2015

- nie można dopisywać „końcówek” do odmienianych liczb:

 Konkurs zakończy się 2-go lutego 2015 roku.

 Konkurs zakończy się 2 lutego 2015 roku.

Liczby wielocyfrowe

Przykład	Liczba bez cyfr po przecinku	Liczba z cyframi po przecinku	Liczba i jednostka
liczby od 0 do 9999 – bez spacji	1356	625,54	3896,50 zł
liczby od 10 000 wzwyż – z twardą spacją (Ctrl + Shift + spacja)	15 356	658 625,54	33 896,50 zł

Uwagi

W tabelach lub zestawieniach możesz stosować twardą spację już po trzech cyfrach, np.
3 856

- po przecinku nie ma spacji
- przecinka nie możesz zamienić na kropkę
- postaw twardą spację przed skrótem jednostki
- po skrócie jednostki nie stawiaj kropki
- możesz zostawić zero w jednostkowej sekcji groszy

Liczba z cyframi po przecinku i jednostka

Zapis procentowy

Części dziesiętne
– zapis procentowy

5876 zł

6894,5 km

98%

0,1%

1 235 876 zł

655 894,5 km

- postaw twardą spację przed skrótem jednostki
- po skrócie jednostki nie stawiaj kropki
- jeśli sekcja groszy jest pusta, nie stawiaj dwóch zer

- postaw twardą spację przed skrótem jednostki
- po skrócie jednostki nie stawiaj kropki
- nie stawiaj zera w sekcji po przecinku (wyjątek: sekcja groszy)

- przed symbolem „%” nie ma spacji

- zapis „0,10%” znaczy to samo, ale jest błędny



Poradnia typograficzna

Które kroje pism wybrać

- **Verdana** – tekst na urządzenia mobilne
- **Calibri** – elegancki krój
- **Tahoma** – ekonomiczny krój
- **Ubuntu** – nie w wersji BOLD

Interlinia

Stosuj interlinię o wartości 130-140% stopnia pisma lub 150%, czyli tzw. 1,5-wierszową

Wiszące wyrazy

Przeń do nowego wersu jednoliterowe wyrazy, np. *a, i, o, z* (w tekstach na stronach internetowych nie jest to obowiązkowe)

Stopień pisma

Stosuj czcionkę wielkości 11 lub 12 punktów

Długość wiersza

na papierze:

66-70 znaków ze spacjami

w internecie:

40-45 znaków ze spacjami (minimum)

66-75 znaków ze spacjami (optimum)

85-90 znaków ze spacjami (maksimum)

Wyrównanie tekstu

Wyrównaj tekst do lewego marginesu

Wyliczenia

W jednym dokumencie stosuj tylko jeden typ wyliczeń. Hierarchię zaznaczaj przez wcięcia akapitowe – najwyższe elementy umieść najbliżej lewego marginesu

Tabele i ramki

- Im mniej tabel w dokumencie, tym lepiej – bardzo trudno je formatować (zwłaszcza automatycznie na stronach internetowych)
- Zostaw dużo światła wokół nagłówków
- Jeśli to możliwe, zrezygnuj z pionowych linii tabeli
- Linie tabeli nie powinny być za grube – do 0,5 pkt.
- Możesz obracać teksty w tabeli o 90°
- Zostaw przestrzeń między tekstem a wewnętrzną stroną ramki
- Nie zaznaczaj kolorami komórek w tabeli

Śródtytuły

Zarządzaj nagłówkami:

- **TYTUŁ** wyróżnij na trzy sposoby (np. pogrubienie, wersaliki, kolor)
- **ŚRÓD TYTUŁ** – na dwa sposoby (np. pogrubienie, wersaliki)
- **Śródtytuł drugiego stopnia** – na jeden sposób (np. pogrubienie)

Ilustracje

- Pamiętaj, aby ilustracje oddzielać od tekstu pustą przestrzenią
- Ilustracje możesz wstawiać na dwa sposoby: między dwoma fragmentami tekstu lub oblane tekstem z lewej albo prawej strony. W pierwszym przypadku wyśrodkuj ilustrację wobec tekstu. W drugim – pamiętaj o odstępach między grafiką a tekstem – od 2,12 do 4,23 mm

Kolory

Używaj wyłącznie chłodnych i stonowanych barw dla wyróżnianego tekstu. Tło pozostaw białe. Pamiętaj o zasadach dostępności stron (WCAG 2.0).







Sześć zasad efektywnego pisania



1. Tekst dziel na akapity ze śródtytułami

słowo



2. Używaj krótkich i dobrze znanych wyrażeń



3. Twórz krótkie zdania – do dwudziestu wyrazów

4. W każdym zdaniu pilnuj głównej myśli



5. Używaj naturalnej gramatyki

6. Często nazywaj siebie i wzywaj czytelnika



Wydawca:
Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju
Departament Informacji i Promocji
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
www.mir.gov.pl
www.funduszeuropejskie.gov.pl
ISBN: 978-83-7610-533-8



Fundusze Europejskie



MINISTERSTWO
INFRASTRUKTURY
I ROZWOJU

Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne

