

KATARZYNA BARCZUK-GRĘDZIŃSKA

ORCID: 0000-0003-3091-3487

Katedra Ubezpieczeń
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Badanie stopnia przystępności tekstów wybranych ogólnych warunków ubezpieczenia na polskim rynku*

Abstrakt

Przystępność oraz badanie stopnia złożoności tekstów użytkowych znajdują się w kręgu zainteresowania wielu współczesnych badaczy. Obecnie w dobie miniaturyzacji, symplifikacji składowych życia codziennego, przenośności oraz dominacji krótkich form tekstowych w środkach masowego przekazu można zaobserwować spadek zainteresowania czytelnictwem tekstów większych objętościowo czy też najeżonych specjalistycznym, trudnym w odbiorze słownictwem. W taki właśnie sposób postrzegane są umowy w obrocie konsumenckim (w tym umowy ubezpieczenia). Dlatego też celem niniejszego artykułu jest zbadanie i ocena stopnia przystępności tekstów wybranych ogólnych warunków ubezpieczenia (dalej w skrócie: OWU), będących integralną częścią umowy ubezpieczenia. Aby określić, czy konstrukcja OWU pod kątem językowym jest łatwa w odbiorze, precyzyjna i klarowna z punktu widzenia konsumentów, przeprowadzono ilościowo-jakościową analizę z wykorzystaniem testów przystępności, w szczególności zaś testu FOG-PL — w pełni dostosowanego do specyfiki języka polskiego. Badaniu poddano korpusy OWU z czterech różnych grup ubezpieczenia, a także porównano ich poziom „mglistości” języka na tle innych tekstów użytkowych.

Słowa kluczowe: przystępność, testy przystępności tekstu, ogólne warunki ubezpieczenia, prosty język.

* Nieoceniony wkład w kształt niniejszego artykułu, opartego na pracy doktorskiej, wniosły wyniki uzyskane za pomocą aplikacji Logios udostępnionej przez dr. hab. Tomasza Piekota — pracownika wrocławskiej Pracowni Prostej Polszczyzny i dr. Marka Maziarza — wówczas z grupy naukowej Logios, którym w tym miejscu autorka chciałaby serdecznie podziękować.

Poczytność, a co za tym idzie — i zasięg oddziaływania wypowiedzi zależy m.in. od stopnia zrozumiałości jej języka.

prof. Walery Pisarek

Wstęp

W myśl zacytowanych słów profesora Walerego Pisarka, które znane od prawie półwiecza nie straciły nadal na aktualności, aby przekaz trafił do większego grona odbiorców, a co ważniejsze — aby został przez nich odczytany zgodnie z intencją nadawcy, potrzeba uczynić go możliwie zrozumiałym. Prosty, zrozumiały język potrzebny jest obywatelom w wielu dziedzinach ich życia. Przystępne powinny być nie tylko produkty i usługi finansowe, informacje dla pacjentów zażywających leki, komunikaty biznesowe, powszechnie obowiązujące akty prawne, język publikatorów czy przemówień publicznych, ale też każdy aspekt współczesnego życia i ludzkiej działalności. Miarą dzisiejszych czasów jest złożoność i znaczny stopień skomplikowania narzędzi komunikacji ze społeczeństwem. Potwierdzają to coraz dłuższe, najeżone specjalistycznym słownictwem teksty oraz wielość komunikatów do przyswojenia przez przeciętnego obywatela żyjącego w pośpiechu. Problem ten odnosi się do większości dokumentów, z którymi człowiek styka się w życiu codziennym — w szczególności tych, które musi przyswoić przy zawieraniu umów z podmiotami finansowymi. Ich postanowień nie należy lekceważyć, gdyż mogą zapewnić pomnożenie posiadanego kapitału, uzyskanie dodatkowych środków do rozdysponowania, osiągnięcie potencjalnego zysku z inwestycji lub pożądanego wyniku finansowego. Z drugiej zaś strony mogą być gwarantem pokrycia strat w wyniku zajścia niekorzystnego zdarzenia czy też zapewnić kontynuację działalności jednostki. Kołem ratunkowym w tej sytuacji jest użycie w umowach przystępnego, zrozumiałego języka, a także przestrzeganie zasad prostego języka podczas ich redagowania. Można wówczas zminimalizować ilość nieporozumień i błędów, do jakich dochodzi podczas ich zawierania, oraz umożliwić dokonanie świadomych, racjonalnych decyzji i wyborów konsumenckich, co byłoby pożądaną praktyką rynkową.

Istota przystępności języka w tekstach z zakresu ubezpieczeń

Problem niezrozumiałego języka używanego w różnego typu dokumentach funkcjonujących w przestrzeni publicznej dotyka także ubezpieczeń — produktu, z którym miał styczność niemal każdy obywatel Polski. Według danych Polskiej Izby Ubezpieczeń (PIU 2019: 14–16) na koniec 2019 roku: aktywnych było ponad 25 mln polis OC posiadaczy pojazdów mechanicznych, 7 mln osób miało polisę autocasco, ponad 3 mln mieszkańców zakupiło prywatne ubezpieczenie zdrowotne, liczba zaś polis należących do działu pozostałych ubezpieczeń osobowych i majątkowych wyniosła ponad 54 mln. W związku z powyższym należy domniemywać, że każdy, kto

dokonał zakupu ubezpieczenia, miał też styczność z warunkami umowy ubezpieczenia zawartymi w OWU. Prawo wymusza na ubezpieczycielu (którym jest zakład ubezpieczeń) obowiązek doręczenia tekstu OWU przed zawarciem umowy, aby nabywca miał możliwość zapoznania się z ich najistotniejszymi postanowieniami oraz wyboru najlepszej oferty. Niestety mimo to panuje przesąd, że dopiero po wystąpieniu zdarzenia ubezpieczeniowego, a najczęściej w przypadku niemożności otrzymania odszkodowania lub otrzymania niezadowolającej kwoty zadośćuczynienia, po raz pierwszy sięga się po lekturę OWU, aby sprawdzić, jaki poziom ochrony gwarantuje nam zakupione ubezpieczenie. Wówczas okazuje się, z jak zawiłym dokumentem przychodzi nam się zmierzyć. W wielu przypadkach może się zdarzyć, że zakupiony produkt jest zupełnie niedopasowany do naszych potrzeb.

Wyniki ankiety (Barczuk 2018: 184–187) nie pozostawiają złudzeń. Tylko 27% konsumentów zadaje sobie trud, by przeczytać umowę, którą podpisują, z czego jedna piąta deklaruje, że nie rozumie jej postanowień. Jednym z czynników zniechęcających konsumentów do zapoznania się z pełną treścią umów ubezpieczenia (poza brakiem czasu, ich długością czy małą czcionką) jest właśnie niezrozumiały język, jakim są napisane. Prawie 88% respondentów wskazało, że znane są im przykłady nieczytelnych umów ubezpieczenia lub wzorców umownych, które podpisywali. Jako remedium, a zarazem rekomendację dla krajowych zakładów ubezpieczeń ankietowani wskazali konsultacje ze specjalistami branżowymi bądź też lingwistami w kierunku sprowadzenia języka OWU do poziomu wiedzy i umiejętności przeciętnego Polaka. Niemniej jednak większa część respondentów opowiedziała się za zastosowaniem mierników przystępności, aby można było dokładnie przyswoić treść dokumentów przed przystąpieniem do ubezpieczenia. Z kolei analizując wyniki innej ankiety (Iwko 2014: 286), zaobserwowano, iż 68% ankietowanych wskazało, że jednoznacznie i w sposób zrozumiały skonstruowane OWU to najważniejszy element świadczący o wysokiej jakości usług ubezpieczeniowych. Reasumując, z jednej strony dostrzegalny jest problem związany z nienależycie przejrzystymi umowami ubezpieczenia zawierającymi trudne słownictwo i skomplikowany język, co jest sygnałem do podjęcia jak najszybszych kroków zmierzających do poprawy jakości ich tekstu. Z drugiej zaś, czytelne i przystępne wzorce umowne mogą stanowić wartość dodaną dla zakładów ubezpieczeń, gdyż są postrzegane jako kreatory jakości. Równocześnie mogą przyczynić się do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej przez ubezpieczycieli, będąc kryterium oceny najlepszej oferty ubezpieczeń z punktu widzenia klienta.

Niewątpliwie do poprawy jakości tekstów ubezpieczeniowych, niwelowania zawartego w nich języka prawniczego oraz asymetrii informacyjnej potrzeba wprowadzenia i proklamowania reguł prostego języka w komunikacji na linii klient–zakład ubezpieczeń. Standardy prostego języka (ang. *plain language*) z powodzeniem funkcjonują i obowiązują urzędników, regulatorów, ministerstwa, agencje federalne, organizacje, ustawodawców czy instytucje finansowe na całym świecie. Służą przede wszystkim temu, by komunikaty, pisma czy dokumenty kierowane do obywateli były bardziej czytelne i łatwe w odbiorze. Idea pisania stylem „prostym”, rozpo-

wszechniona z sukcesem najpierw wśród krajów anglosaskich (ruch Plain English), dotarła między innymi za sprawą wrocławskiej Pracowni Prostej Polszczyzny także do Polski. Podjęto w niej różne inicjatywy oparte na modelu prostej polszczyzny, mające na celu wyeliminowanie z powszechnego języka trudnych, specjalistycznych słów zaczerpniętych z języka prawniczego, a także innych jego cech utrudniających zrozumienie przyswajanego tekstu. W związku ze znacznym skomplikowaniem umów ubezpieczenia zawieranych w Polsce, co znajduje potwierdzenie zarówno w przytoczonych wcześniej badaniach ankietowych, jak również opierając się na subiektywnych odczuciach i mając na względzie echa niedawnych afer (choćby problemy posiadaczy tak zwanych polisolokat) oraz liczbę skarg konsumenckich z zakresu ubezpieczeń, wdrożenie odpowiednich rozwiązań i podjęcie natychmiastowych działań w tym zakresie powinno być zadaniem o najwyższym priorytecie. Najbardziej pożądane wydaje się wypracowanie odpowiednich rozwiązań prawnych służących uczynieniu umów ubezpieczenia, w tym OWU, przystępnymi dla każdego obywatela, aby pomimo braku specjalistycznej wiedzy ubezpieczeniowej był w stanie zrozumieć, na co się godzi, przystępując do danego ubezpieczenia. Działania zmierzające ku wprowadzeniu standardów prostego języka w dziedzinie ubezpieczeń w szczególności powinny mieć na względzie interesy takich grup społecznych, jak osoby starsze, słabowidzące, głuchonieme, ze słabszymi zdolnościami poznawczymi oraz imigrantów, dla których język polski nie jest językiem ojczystym.

Abstrahując od *stricte* specjalistycznego słownictwa i skomplikowanego języka, umowy ubezpieczenia są w istocie dokumentami prawnymi. Wskazuje na to ich specyficzna konstrukcja wyrażająca się przez stosowanie w treści artykułów, paragrafów czy odsyłaczy do innych aktów normatywnych. W przypadku ubezpieczeń obowiązkowych konsument nie ma do czynienia z OWU z tego względu, że warunki ubezpieczenia są odgórnie uregulowane rozporządzeniem Ministra Finansów, nadrzędnie zaś reguluje je ustawa o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych (Dz.U. z 2003 r. Nr 124, poz. 1152 ze zm.). Kształtowanie treści warunków ubezpieczeń dobrowolnych (których przedmiotem może być zdrowie, życie lub posiadany majątek ubezpieczonego) zależy li tylko od danego zakładu ubezpieczeń — z tym tylko wyjątkiem, że ubezpieczyciele mają obowiązek dostosować się do wymogów ustawy (zob. art. 16 ustawy o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej) w zakresie obligatoryjnych elementów OWU, które muszą się znaleźć w postanowieniach umowy, by te mogły zostać dopuszczone do obrotu. Nie zmienia to faktu, że w powszechnej opinii poziom przystępności OWU publikowanych przez podmioty wykonujące działalność ubezpieczeniową w Polsce jest nieakceptowalny. Dlatego też niezbędne jest dokonanie wyboru odpowiednich metod, a następnie przeprowadzenie wnikliwych badań służących pomiarowi ich stopnia trudności na tle innych tekstów użytkowych.

Metody pomiaru

Wszystkie dotychczasowe rozważania uwidaczniają problem znacznego stopnia skomplikowania ubezpieczeniowych wzorców umownych. Jednocześnie potwierdzają sens, a nawet i konieczność dokonania przeglądu narzędzi, które w istotny sposób mogą przyczynić się do uczynienia języka stosowanego w OWU na polskim rynku. W tym celu zostaną pokrótce omówione najistotniejsze metody temu służące.

W czasach, gdy nieznane były zautomatyzowane metody weryfikacji czytelności tekstu pisanego, opierano się na sposobie zliczania słów w tekście, co stanowiło orientacyjny wskaźnik łatwości wypowiedzi. Obecnie, w dobie komputeryzacji, przeważają uwspółcześnione narzędzia. W ogólności, sposoby oceny poziomu przystępności tekstów można sprowadzić do trzech podejść (Berry 1997: 31):

- α) zorientowane na odbiorcę (czytelnika),
- β) oparte na opinii ekspertów,
- χ) zorientowane na tekst.

Pierwsza grupa koncentruje się wokół metod opierających się na informacji zwrotnej od odbiorców. Do tego celu wykorzystuje się na przykład programy komputerowe śledzące sposób selekcji informacji, ruchy gałek ocznych lub naciskanych klawiszy, ale też protokoły werbalne umożliwiające respondentom głośne relacjonowanie myśli, które są nagrywane. Drugie podejście opiera się na opiniach zespołu niezależnych ekspertów — osób ze znaczną wiedzą w danej dziedzinie, co może stanowić narzędzie pomocnicze, ale nie główne, podczas oceny stopnia przystępności tekstu. Z kolei ostatnia grupa dotyczy metod ilościowych, wykorzystujących statystyczną analizę językową do określania poziomu przystępności dowolnego tekstu. Wśród nich prym wiodą testy przystępności (ang. *readability formulas*), synonimicznie nazywane miernikami albo też indeksami. Niewątpliwą ich zaletą jest pełna komputeryzacja, możliwość pracy nad wielkimi korpusami tekstów, a także prosty i wygodny sposób pomiaru dający odpowiedź, czy analizowany tekst spełnia warunki prostego języka. Dzięki swojej uniwersalności z powodzeniem mogą znaleźć zastosowanie w branży ubezpieczeniowej do analizy OWU pod kątem przystępności, dostarczając informacji o statystykach wyrazów. Na tej podstawie można wnioskować o poziomie umiejętności, które pozwalają odbiorcom na całkowite zrozumienie przez nich tekstu czytanego.

Na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci powstało wiele zaleceń, rekomendacji dla autorów tekstów użytkowych dotyczących ich czytelności, sposobów jej pomiaru, jak również technik efektywnego pisania. Nastąpił też rozwój zautomatyzowanych metod zorientowanych na tekst, które mają postać formuł matematycznych. Do najbardziej znanych należą dwie:

— formuła Rudolfa Flescha, nazwana jego nazwiskiem — Flesch Reading Ease Formula (FREF) — oparta na dwóch zmiennych: średniej liczbie słów w zdaniu i średniej liczbie sylab w słowie. Ocena tekstu odbywa się w zakresie 0–100 punk-

tów, a wyższy wynik świadczy o bardziej przystępnym tekście. Najbardziej pożądanym jest wynik 60–70 i wyższy (Flesch 1948: 221–223).

— indeks Roberta Gunninga, nazywany wskaźnikiem mglistości — FOG (z ang. mgła) — uwzględnia dwa czynniki: długość zdania mierzona liczbą wyrazów oraz stopień trudności słownictwa jako odsetek trudnych wyrazów (trzy sylabowych i więcej). Pożyczany wynik oscyluje w granicach 8 i oznacza liczbę lat edukacji szkolnej odbiorcy, umożliwiającą mu zrozumienie danego tekstu (Gunning 1952).

Powyższe testy odnoszą się do tekstów anglojęzycznych. Zadania przekształcenia i dostosowania jednego z nich do specyfiki języka polskiego podjął się prof. Walery Pisarek w 1969 roku. Na podstawie indeksu FOG stworzył formułę opartą na analizie składni i słownictwa, by dzięki niej badać stopień skomplikowania przekazów w języku polskim (szerzej na ten temat zob. Pisarek 1969). Mając na względzie odkrycie Gunninga oraz dokonania prof. Pisarka, wrocławscy naukowcy z grupy badawczej Logios stworzyli aplikację o tej samej nazwie, która korzysta z polskiej odmiany indeksu „mglistości” — FOG-PL. Jest ona udostępniona w internecie, intuicyjna i prosta w obsłudze, ponieważ automatycznie przetwarza analizowany tekst i dokonuje pomiaru jego stylu komunikacji oraz języka w nim użytego. Warunkiem uzyskania miarodajnych rezultatów jest wklejenie tak zwanego czystego tekstu — wcześniej odpowiednio sformatowanego (bez nagłówków, wypunktowań, numeracji, paragrafów). Dzięki uniwersalności FOG-PL znakomicie nadaje się do badania percepcji treści ogólnych warunków ubezpieczenia polskich produktów ubezpieczeniowych. Dla osiągnięcia lepszych rezultatów, świadczących o mało skomplikowanym tekście pod względem językowym i jego łatwości w odbiorze przez konsumentów, powstały następujące zasady prostej polszczyzny, które mogą okazać się przydatne dla ich redaktorów (Pisarek 1966: 52–53; Miodek *et al.* 2010: 17–19, 123–126):

— budowanie krótkich zdań, złożonych z wyrazów do trzech sylab i powszechnie znanych,

— unikanie żargonu, archaizmów, wyrazów abstrakcyjnych, obcych i branżowych,

— stosowanie nagłówków (śródtytułów) pełniących funkcję streszczenia/podsumowania, zawierających myśl przewodnią następujących po nich tekstów,

— unikanie form bezosobowych, strony biernej, szyku przestawnego czy rzeczowników odczasownikowych,

— pisanie tekstu z myślą o odbiorcy z zastosowaniem mniej sformalizowanego stylu,

— rozsądne rozplanowanie tekstu (nieumieszczanie zbyt wielu informacji na jednej stronie),

— stosowanie wyraźnej, dużej czcionki, list numerowanych i wypunktowań,

— przestrzeganie zasad interpunkcji i ortografii.

Zasady te zostały wypracowane na podstawie analizy tekstów życia codziennego i sposobu komunikowania się różnych instytucji z konsumentami. Wcielenie ich w życie w wypadku zakładów ubezpieczeń może przynieść ogromne korzyści dla obu stron. Osoba przystępująca do ubezpieczenia będzie lepiej poinformowana, zyska świadomość produktu poprzez znajomość podstawowych parametrów oferty, to jest: przedmiotu i zakresu ubezpieczenia, ograniczeń odpowiedzialności ubezpie-

czyciela czy sposobu likwidacji przez niego szkody. W efekcie zmaleje liczba bezzasadnie zgłaszanych szkód bądź też wniosków o wypłatę świadczenia z tytułu zajścia określonego zdarzenia ubezpieczeniowego, wzrośnie poziom zaufania do branży ubezpieczeniowej i jakość usług świadczonych przez ubezpieczycieli.

Metody zorientowane na tekst i wykorzystujące analizę językową do oceny przystępności tekstów z życia codziennego znalazły zastosowanie w wielu dziedzinach. Z powodzeniem mogą zostać wykorzystane w branży ubezpieczeniowej, z czego skorzystali ustawodawcy w wielu krajach. Jak do tej pory brakuje rozwiązań prawnych w Polsce wymuszających na ubezpieczycielach stosowanie testów przystępności czy też zasad prostego języka polskiego. Żeby uzmysłowić nagłą potrzebę uregulowania tej kwestii w polskim prawie, przeprowadzono badania pokazujące, jak wypadają teksty OWU pod względem przystępności i jak plasują się w porównaniu do języka innych tekstów użytkowych.

Przebieg badań, wyniki i wnioski

Skoro wiadomo, że zastosowanie metody badawczej w postaci indeksu FOG-PL pozwala określić stopień przystępności umów ubezpieczenia, przeprowadzone zostało badanie mające na celu pokazanie, czy konstrukcja OWU pod kątem językowym jest łatwa w odbiorze, precyzyjna i klarowna z punktu widzenia konsumentów. Mając na względzie mnogość produktów ubezpieczeniowych na polskim rynku, liczba tekstów warunków ubezpieczenia została ograniczona do tych, które są zbliżone objętościowo oraz wyselekcjonowana według kryterium popularności (rozumianej dwojako — jako dotyczącej głównych produktów oraz tych, na które najczęściej uskarżają się konsumenci). Dodatkowo prowadzone badanie oparto na tak zwanym czystym tekście, co oznacza uprzednie jego formatowanie (usunięto wypunktowania, spisy treści, logo, symbole paragrafów, numeracje, nagłówki, tabele, wykresy i rysunki). Aby pogłębić analizę, porównaniu poddane zostały — poza aktualnymi — także archiwalne wersje ubezpieczeń tego samego typu i tych samych ubezpieczycieli. W związku z tym, że OWU z dawnych lat przypominały fizyczną książeczkę niepoddaną nigdy digitalizacji, historyczne warunki otrzymano w formie skanów od Rzecznika Finansowego. Ostatecznie ocenę lingwistyczną przeprowadzono na ośmiu korpusach („starych” i „nowych”) OWU dla następujących produktów:

- ubezpieczenie na życie (UNŻ),
- ubezpieczenie na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (UNŻ z UFK),
- ubezpieczenie autocasco (AC),
- ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej w życiu prywatnym¹ (OC w życiu prywatnym).

¹ Warto wspomnieć, że w przestrzeni publicznej funkcjonują jego dwie nazwy. Spotkać można zarówno sformułowanie „ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej”, jak i „ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej”, choć tylko pierwsza wersja przyjęta jest za poprawną.

Co istotne, wszystkie osiem korpusów OWU (wersje aktualne oraz archiwalne do czterech powyższych produktów) pochodziły od ubezpieczycieli obecnie działających na rynku i posiadających w obowiązującej ofercie ubezpieczenia, których warianty archiwalne pozyskano do analizy lingwistycznej. Jako zwieńczenie badań nad przystępnością języka wybranych OWU postanowiono wykorzystać kilka korpusów porównawczych jako punkt odniesienia do otrzymanych wyników uzyskanych przez korpusy OWU. Wśród próbek tekstowych znalazły się teksty reprezentujące różne poziomy trudności, to znaczy: ogólnopolskie dzienniki, teksty czysto naukowe, polskie ustawy czy rozporządzenia Unii Europejskiej. Ich dobór miał na celu umożliwienie uplasowania tekstów ogólnych warunków ubezpieczenia pod względem gramatyki tekstu, użytego języka i przystępności w odbiorze w polskiej przestrzeni publicznej. Oczywiście jest wykorzystanie indeksu dopasowanego do języka polskiego (FOG-PL), gwarantującego uzyskanie wiarygodnych wyników. Jako rezultat otrzymano zestaw cech stylistycznych tekstu oraz diagnozę — przez jaką grupę wiekową będzie on uznany za przystępny. Tym samym na podstawie wyniku podanego jako średnia liczba lat edukacji można wywnioskować o spełnieniu (bądź też nie) kryterium przystępności danego tekstu dla masowego odbiorcy.

Tabela 1. Wyniki pomiaru przystępności tekstów wybranych OWU wraz z najważniejszymi charakterystykami

Wyszczególnienie	OWU AUTOCASCO		OWU UNŻ		OWU UNŻ z UFK		OWU OC w życiu prywatnym	
	stare (1996)	nowe (2016)	stare (2003)	nowe (2017)	stare (2002)	nowe (2016)	stare (1997)	nowe (2016)
FOG-PL [lata]	17,84	19,70	18,65	19,30	17,93	21,77	19,47	21,70
Flesch Reading Score [lata]	19,69	21,36	17,71	18,33	22,05	20,90	22,01	23,70
liczba słów	5206	6329	3326	4740	2554	14317	1679	4746
średnia długość zdania [słowa]	25,27	28,10	26,37	27,52	20,03	30,09	27,00	29,28
odsetek trudnych słów	0,19	0,21	0,20	0,21	0,25	0,24	0,22	0,25
edukacyjny poziom tekstu [lata]	18 i więcej		18 i więcej		18 i więcej		18 i więcej	
średnia liczba lat edukacji*	19	21	17	18	22	21	21	23

* Średnia liczba lat edukacji potrzebna do zrozumienia tekstu OWU wyliczona na podstawie następujących testów: Gunning FOG, Flesch-Kincaid Grade Level, SMOG, ARI, Coleman Liau (w zaokrągleniu do pełnych lat edukacji szkolnej).

Źródło: Barczuk 2018: 248.

Ocena lingwistyczna wybranych korpusów OWU testem FOG-PL (tabela 1) dostarczyła informacji, że we wszystkich przypadkach wersje archiwalne okazały się krótsze i bardziej przyjazne dla klienta zakładu ubezpieczeń pod względem czytelności niż ich aktualne odpowiedniki. Dodatkowo do powtórnej weryfikacji użyto formuły Flesch i innych testów (wcześniej usuwając z analizowanych tekstów litery diakrytyczne), których rezultaty korespondują z wynikami uzyskanymi formułą dopasowaną do standardów prostego języka polskiego. Warto zauważyć, że w ciągu lat korpus tekstu OWU związany z ubezpieczeniem na życie z UFK zwiększył swoją objętość ponad 4,5 raza, ale pod względem parametru określającego odsetek trudnych słów w tekście, uzyskał lepszy rezultat w porównaniu z pierwowzorem. Kolejny wniosek, jaki nasuwa się po przestudiowaniu tabeli 1, dotyczy przeciętnego wykształcenia odbiorcy potrzebnego do zrozumienia czytanych OWU. Wskazania zarówno testu FOG-PL, jak i pozostałych sugerują, że edukacyjny poziom tekstu wyraźnie wykracza poza umiejętności przeciętnego Polaka. Średnia liczba lat edukacji pozwalająca na zrozumienie przeanalizowanych wzorców umownych wyniosła ponad 19. Opierając się na raporcie dotyczącym rozwoju ludzkiego opublikowanym przez Agencję ds. Rozwoju ONZ, wskaźnik średniej liczby lat edukacji populacji osób w wieku 25+ na koniec 2019 roku w Polsce wyniósł 12,3 (United Nations Development Programme 2019: 300). To oznacza, że teksty OWU są bardzo skomplikowane, praktycznie nie do zrozumienia przez przeciętnego obywatela, gdyż ich przystępność szacowana jest na poziomie studiów doktoranckich². Aktualna wersja OWU ubezpieczenia na życie z UFK zawierała w swoim tekście największą liczbę słów wśród analizowanych korpusów. Poziom 14 317 wyrazów można przyrównać do *Makbeta* Williama Szekspira (około 17 100 słów) albo *Kordiana* Juliusza Słowackiego (około 18 500 wyrazów), na których przeczytanie poświęcić należy co najmniej godzinę. Trudno wyobrazić sobie sytuację w oddziale ubezpieczyciela albo podczas spotkania z agentem ubezpieczeniowym, kiedy to przed podpisaniem umowy ubezpieczenia klient prosi doradcę o czas niezbędny na zapoznanie się z warunkami ubezpieczenia, a pracownik zakładu ubezpieczeń czeka do momentu, aż klient skończy czytać OWU i wyrazi swoją zgodę co do postanowień w nich zawartych. Jest to gwarant, by konsument poznał swoje prawa i obowiązki wynikające z umowy, którą zamierza podpisać, choć oczywiście osobną kwestią jest zrozumienie przez niego przeczytanego tekstu.

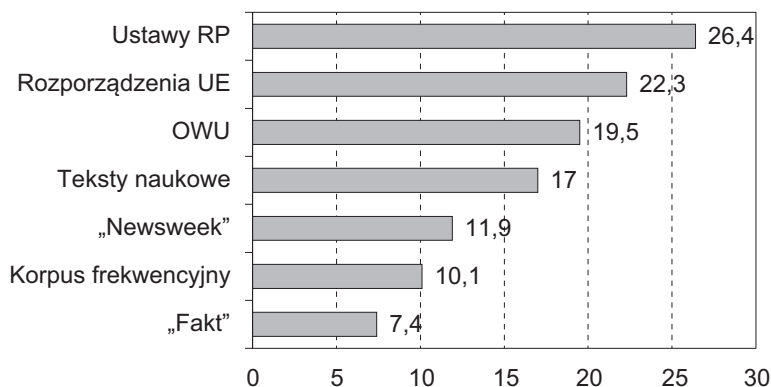
Innym parametrem oceny czytelności tekstów jest średnia długość zdania (liczona w wyrazach). W analizowanych OWU ta zmienna najlepiej wypadła w odniesieniu do ubezpieczeń na życie i wyniosła 20 słów, aczkolwiek aktualna wersja OWU uzyskała największą różnicę wśród analizowanych grup produktów, bo aż o 10 słów więcej w stosunku do wersji sprzed lat. W wypadku pozostałych tekstów parametr

² Analiza tekstów warunków prywatnego ubezpieczenia zdrowotnego w USA dostarczyła podobnych wniosków i skłoniła prawodawców do podjęcia działań w zakresie zwiększenia ich czytelności (zob. Cogan 2009).

ten oscylował w granicy 25. Przyjmuje się, że wskaźnik liczby słów powyżej 15 informuje o zdaniu trudnym w zrozumieniu.

Postanowiono również sprawdzić, jak wypadają OWU pod względem czytelności na tle innych tekstów wziętych z życia codziennego. Jako korpusy porównawcze zostały wzięte: artykuły z ogólnopolskiego tabloidu „Fakt”, artykuły ze społeczno-politycznego tygodnika „Newsweek”, teksty naukowe, rozporządzenia UE i ustawy RP. Sugerując się badaniami prowadzonymi przez wrocławski zespół językoznawców działających przy Pracowni Prostej Polszczyzny, do analizy włączony został także korpus frekwencyjny języka polskiego, będący zbiorem tekstów z różnych źródeł, wykorzystywany w celu wyszukiwania częstości użycia wyrazów, a także form czy kontekstów, w jakich mogą się pojawiać. Posłuży on jako wyznacznik trudności tekstów dla języka polskiego i wskaże poziom, od którego przeciętny Polak nie będzie w stanie zrozumieć czytanego tekstu. Do badania wykorzystano wyłącznie indeks FOG-PL, pokazujący poziom mglistości wybranych OWU oraz tekstów kontrolnych (rysunek 1). Tak jak w przypadku analizy pojedynczych korpusów ogólnych warunków w ramach wybranych grup ubezpieczenia również po ich przyrównaniu do różnych tekstów użytkowych przystępność OWU na rodzimym rynku rysuje się niekorzystnie. Wypadają one porównywalnie z tekstami polskich ustaw rządowych i dyrektyw unijnych, które w przeważającej opinii obywateli należą do najbardziej skomplikowanych pod względem językowym. Spowodowane jest to wszechobecnym językiem prawniczym, który niewielu jest w stanie zrozumieć. Otrzymane wyniki nie różnią się znacząco od spodziewanych rezultatów, opartych na zdaniu ankietowanych czy też uznawanych w opinii powszechnej.

ŚREDNIA WARTOŚĆ INDEKSU FOG-PL



Rysunek 1. Stopień przystępności tekstów OWU na tle innych tekstów użytkowych

Źródło: badania i opracowanie własne na podstawie Broda *et al.* 2003: 30.

Subiektywnie, porównując wizualnie dokumenty OWU poddanych badaniu, z całą stanowczością rzec można, że starsze wersje były bardziej przyjemne w odbiorze ze względu na dużą, wyraźną czcionkę, niesostosowanie wielu wyróżnień, przejrzystszy układ i mniejszą liczbę elementów odciągających uwagę czytelnika podczas zapoznawania się z ich treścią. Patrząc na wskazania testu FOG-PL, każda archiwalna wersja OWU była bardziej przystępna od aktualnej (choć nadal niespełniająca kryterium prostego języka) — więc może ubezpieczyciele powinni wrócić do technik i praktyk używanych przy redagowaniu OWU sprzed lat, aby ulepszyć ich odbiór?

W ramach podsumowania, biorąc pod uwagę dostępne publikacje (Orlicki 2011: 76–78; Dwyer 1993: 337–338) oraz doświadczenia własne, można usystematyzować elementy utrudniające zrozumienie tekstu warunków ubezpieczeń, wskazując na te wymagające reakcji ze strony ubezpieczycieli, następująco:

- problematyczna konstrukcja (przypominająca bardziej dokument prawny niż pisany dla konsumenta: paragrafy zamiast punktów czy rozdziałów; błędy w edycji, długie zdania),

- skomplikowany język (bardzo formalny, zawierający trudną w odbiorze terminologię ubezpieczeniową, zamieszczanie w treści OWU przepisów obowiązującego prawa i licznych odesłań),

- „ubarwienie” prowadzące do nieładu (brak spójności między ubezpieczycielami w edycji OWU: kolorystyka, pisownia „o.w.u.” vs. „OWU”, różne sposoby wyróżnień, słowa bez znaczenia zaciemniające klarowność i sens przekazu),

- błędy merytoryczne (niespójność definicyjna, pomijanie niezbędnych informacji, nieprecyzyjnie opisany zakres ochrony ubezpieczeniowej, niespójne cytowanie aktów prawnych, literówki),

- nadużycia ze strony ubezpieczycieli (nadużycie zaufania konsumentów, postanowienia wprowadzające w błąd klientów, klauzule abuzywne).

Niestety nie ma żadnych skutecznych narzędzi będących w stanie wskazać, które elementy wymagają poprawy, by dostosować język OWU adekwatnie do wiedzy i umiejętności przeciętnego odbiorcy i mieć pewność, że po przeczytaniu wszystkie postanowienia wynikające z umowy zostaną należycie zrozumiane. Nawet zastosowanie się do zasad prostego języka nie oznacza pełnego zrozumienia przekształconego tekstu przez odbiorcę. Niemniej jednak testy przystępności mogą być nieocenioną pomocą dla zakładów ubezpieczeń, celem wyeliminowania żargonu i niezrozumiałego słownictwa z tekstów OWU udostępnionych dla klienta masowego. W efekcie usługa przez nich świadczona będzie postrzegana jako ta o wysokiej jakości z poszanowaniem standardów etyki i dobrych obyczajów (warunkujących zawarcie uczciwej transakcji).

Zakończenie

Badanie OWU dla wszystkich wybranych grup ubezpieczeń dostarczyło wystarczającej podstawy, aby stwierdzić, że język w nich zawarty nie spełnia kryterium przystępności dla zwykłego obywatela. W związku z tym uwidacznia się potrzeba ich rekonstrukcji w taki sposób, ażeby ułatwiły konsumentom zrozumienie produktu, jaki nabywają. Łatwe w zrozumieniu warunki ubezpieczeń świadczą o nieistnieniu zamiaru ukrycia ważnych informacji i stosowaniu uczciwych zasad firm ubezpieczeniowych w stosunku do swoich klientów. Z kolei upraszczanie zgodne z zasadami prostej polszczyzny powinno być dla krajowych ubezpieczycieli podstawą prowadzenia działalności, dla regulatorów zaś przesłanką do podjęcia stosownych działań (imitujących rozwiązania stosowane z powodzeniem przez zagraniczne podmioty). Wykorzystanie indeksów stylistyczno-statystycznych przy ocenie przystępności języka OWU, takich jak FOG-PL, z pewnością ma wartość praktyczną dla zakładów ubezpieczeń prowadzących swoją działalność w Polsce. Warto zwrócić uwagę, że słowo *readability* tłumaczone z języka angielskiego na polski (określające formuły i testy przystępności) oznacza bycie łatwym, interesującym oraz przyjemnym w czytaniu. Należy oczekiwać, że tak właśnie powinny być postrzegane OWU dopuszczone do obrotu rynkowego w Polsce. Dlatego też potrzebne jest podejmowanie wszelkich czynności prowadzących do tego, aby konsumenci będący klientami zakładów ubezpieczeń albo też zamierzający nabyć produkt ubezpieczeniowy, uznawali dokument OWU za łatwy i interesujący, a jednocześnie odczuwali przyjemność wynikającą z zagłębienia się w ich lekturze.

Bibliografia

- Barczuk K. (2015): *The Usefulness of Readability Formulas in the Insurance Industry*, „Olsztyn Economic Journal” 10, nr 4, s. 339–351.
- Barczuk K. (2018): *Czytelność Ogólnych Warunków Ubezpieczenia — teoria i zastosowanie w praktyce ubezpieczeniowej*, rozprawa doktorska, Uniwersytet Ekonomiczny, Wrocław.
- Berry D. (1997): *Techniques for evaluating draft legislation*, „The Loophole”, s. 31–47.
- Broda B., Maziarz M., Piekot T., Radziszewski A. (2003): *Trudność tekstów o funduszach europejskich w świetle miar statystycznych*, „Rozprawy Komisji Językowej” 37, s. 23–40.
- Cogan J.A. (2009): *Plain English Is the Best Policy*, „The New York Times”, <https://www.nytimes.com/2009/08/20/opinion/20cogan.html> (dostęp: 17.11.2020).
- Dwyer B. (1993): *A Clear Policy: Plain English and Life Insurance*, „Monash University Law Review” 19, nr 2, s. 335–342.
- Flesch R. (1948): *A new readability yardstick*, „Journal of Applied Psychology” 32, s. 221–233.
- Gunning R. (1952): *The Technique of Clear Writing*, New York.
- Heydari P., Riaz A.M. (2012): *Readability of Texts: Human Evaluation Versus Computer Index*, „Mediterranean Journal of Social Sciences” 3, nr 1, s. 177–179.
- Iwko J. (2014): *Model oceny jakości usług ubezpieczeniowych na polskim rynku*, rozprawa doktorska, Uniwersytet Ekonomiczny, Wrocław.

- Miodek J., Maziarz M., Piekot T., Poprawa M., Zarzeczny G. (2010): *Jak pisać o Funduszach Europejskich?*, Warszawa, s. 7–126.
- Orlicki M. (2011): *Kilka uwag o technice tworzenia ogólnych warunków ubezpieczenia*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” nr 1, s. 75–87.
- Pisarek W. (1966): *Recepty na zrozumiałość wypowiedzi*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 2–3, s. 38–53.
- Pisarek W. (1969): *Jak mierzyć zrozumiałość tekstu?*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 4, s. 35–48.
- PIU (2019): *Ubezpieczenia w liczbach 2019. Rynek ubezpieczeń w Polsce*, Warszawa.
- United Nations Development Programme (2019): *Human Development Report 2019*, New York.

Research on the readability of the chosen General Insurance Terms and Conditions on the Polish market

Summary

Readability and the study of complexity of functional texts are of interest to many contemporary researchers. Nowadays, in the age of miniaturization, simplification of our everyday life components, portability, and domination of short text forms in the mass media, we can observe a decrease in interest in reading larger texts or those containing specialized, difficult to understand vocabulary. This is how consumer contracts (including insurance contracts) are perceived. The purpose of this article is, therefore, to examine and evaluate the readability of the General Insurance Terms and Conditions (hereinafter referred to as: Insurance GTC) — an integral part of the insurance contract. In order to determine whether the language of the Insurance GTC is easy to understand, precise and clear for consumers, a quantitative and qualitative analysis was carried out using readability formulas, in particular FOG-PL — fully adapted to the specificity of the Polish language. The Insurance GTC corpus from four different insurance groups was examined, and its level of language “fogginess” was compared with other utility texts.

Keywords: readability, readability formulas, general insurance terms and conditions, plain language.