

Принято Советом ГБОУ СО
«Верхнетагильский центр образования»
Протокол № 06
от «29» 06 2026г.

Утверждено приказом директора
ГБОУ СО «Верхнетагильский
центр образования»
№ 143-ср от «17» 08 2026г.

ПОЛОЖЕНИЕ
о применении «понятного языка» во взаимодействии
с внешними клиентами

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о стандартах коммуникации в образовательном учреждении с внешними клиентами на основе принципов «понятного языка» (далее — Положение) определяет единые требования к подготовке и передаче информационных сообщений, исходящих от образовательного учреждения во внешнюю среду, в том числе в письменной, устной и электронной форме, в целях обеспечения доступности, однозначности и клиентоцентричности коммуникации.

1.2. Целью настоящего Положения является формирование в ГБОУ СО «Верхнетагильский центр образования» единого стандарта коммуникации образовательного учреждения с внешними клиентами, при котором любое обращение (письмо, сообщение на официальном сайте, сообщение через ЕПГУ, устное обращение) воспринимается целевой аудиторией с первого раза без необходимости дополнительных разъяснений и обращений за консультацией.

1.3. Положение разработано на основании:

- Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального закона № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»;
- распоряжения Правительства Российской Федерации от 06.10.2021 № 2816-р «Об утверждении перечня инициатив социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 года» (включающего инициативу «Государство для людей»);
- Стандарта «Государство для людей». Требования по внедрению клиентоцентричного подхода в государственном и муниципальном управлении при взаимодействии с людьми (2022 г.);
- приказа Министерства образования Свердловской области от 24.03.2026 № 384-Д «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по внедрению стандартов клиентоцентричности в государственных образовательных организациях Свердловской области, в отношении которых функции и полномочия учредителя осуществляются Министерством образования Свердловской области, в 2026 году»;
- методических рекомендаций о применении «понятного языка» взаимодействия с внешними клиентами, утверждённых приказом ГАОУ ДПО СО «ИРО» от 30.06.2026 № 215;
- Устава Учреждения.

1.4. Настоящее Положение обязательно для исполнения всеми сотрудниками образовательного учреждения, взаимодействующими с внешними клиентами, в том числе педагогическими работниками, руководителями структурных подразделений, административно-хозяйственным персоналом, специалистами, а также сотрудниками, ответственными за размещение информации на официальном сайте образовательного учреждения.

1.5. Под «внешними клиентами» в настоящем Положении понимаются:

- обучающиеся;
- родители (законные представители, представители по доверенности, опекуны, попечители) обучающихся;

- педагогические работники и методисты иных образовательных организаций/учреждений;
- руководители образовательных организаций;
- представители организаций-партнёров;
- граждане, обращающиеся в образовательное учреждение по вопросам, отнесённым к его компетенции;
- иные лица, взаимодействующие с образовательным учреждением в рамках предоставления услуг.

1.6. Положение распространяется на все формы коммуникации образовательного учреждения с внешними клиентами, осуществляемые:

- в письменной форме;
- в устной форме;
- в электронной форме.

2. Основные понятия и термины

Для целей настоящего Положения используются следующие понятия:

2.1. «Понятный язык» — стиль письма и речи, обеспечивающий доступность информации для всех носителей языка независимо от уровня образования и сферы профессиональной деятельности, при котором получатель информации может быстро найти нужные сведения, понять их с первого прочтения и использовать по назначению для принятия решений или совершения действий.

2.2. «Канцелярит» — стилистическая особенность текста, характеризующаяся избыточным использованием громоздких синтаксических конструкций, отглагольных существительных, пассивного залога, нерасшифрованных аббревиатур и абстрактных формулировок, что затрудняет восприятие и понимание текста адресатом.

2.3. «Главное сообщение» — первые одно-два предложения текста, содержащие существенную информацию: какое действие необходимо совершить адресату и какой результат он получит.

2.4. «Клиентоцентричность» — подход к организации деятельности, при котором потребности и интересы клиента являются определяющими при проектировании и предоставлении услуг и сервисов.

2.5. «Внешний клиент» — физическое или юридическое лицо, не являющееся работником образовательного учреждения, обращающееся в образовательное учреждение за предоставлением услуг, информации или по иным вопросам, отнесённым к его компетенции.

2.6. «Коммуникация» — процесс обмена информацией между образовательными учреждениями (в лице его сотрудников) и внешними клиентами в письменной, устной или электронной форме.

3. Принципы «понятного языка»

3.1. Приоритет пользы и действия. Любой информационный текст начинается с главного сообщения: какое действие необходимо совершить адресату и какой результат он получит. Первые одно-два предложения формулируют суть и не требуют дополнительного контекста для понимания.

3.2. Активный залог и простые синтаксические конструкции. При подготовке текстов используются прямые формулировки с подлежащим и сказуемым (например: «мы проверим», «вы получите», «сотрудник подготовит»). Применение пассивного залога и обезличенных конструкций (например: «будет осуществлено», «будет проведено») не допускается, за исключением случаев, прямо предусмотренных требованиями к официальным документам строгой формы.

3.3. Минимизация терминов и аббревиатур. Каждый узкоспециализированный термин или аббревиатура расшифровывается при первом упоминании в тексте. Если термин может

быть заменён общеупотребительным синонимом без потери точности, используется синоним. Применяется правило: один термин — одно пояснение. При повторном упоминании в пределах одного документа расшифровка не требуется, если интервал между упоминаниями не превышает одной страницы.

3.4. Конкретика и измеримость. Общие и абстрактные формулировки заменяются конкретными данными: цифрами, сроками, последовательностью шагов, примерами. Например: вместо «оптимизируем процесс» — «сократим время приёма с 20 до 5 минут».

3.5. Структурирование информации. Текст разбивается на смысловые блоки с использованием подзаголовков, списков и выделения ключевых слов. Один смысловой блок содержит одну мысль. Если текст превышает пять строк без визуальной структуры, он разбивается на пункты или абзацы.

3.6. Грамотность. Все исходящие тексты образовательного учреждения не должны содержать орфографических, пунктуационных, грамматических и стилистических ошибок. Перед отправкой текст проверяется автором, а при необходимости — лицом, ответственным за качество коммуникации.

3.7. Нейтральный тон. В текстах используются нейтральные слова и выражения без эмоциональной окраски. Не допускается использование просторечий, жаргонной лексики, метафор, диалектизмов и разговорных оборотов, за исключением случаев, когда целевая аудитория и формат коммуникации прямо допускают иной подход (раздел 6 настоящего Положения).

3.8. Краткость и информативность. Текст содержит только ту информацию, которая необходима адресату для понимания ситуации и совершения действий. Избыточные пояснения, повторы и отступления от темы не допускаются.

4. Правила письменной коммуникации

4.1. Тема письма или заголовок сообщения должна содержать указание на действие и результат. Примеры: «Заявка на курсы повышения квалификации: инструкция и сроки», «Материалы родительского собрания: ссылка и краткое содержание», «Результаты проверки: перечень замечаний и сроки устранения».

4.2. Структура текста строится по принципу убывания значимости:

- первые один-два абзаца — ключевая информация: сроки, шаги, результат;
- последующие абзацы — подробности, пояснения, ссылки;
- заключительный блок — контактные данные, ссылки на нормативные правовые акты (при необходимости).

4.3. Пошаговые инструкции оформляются нумерованными списками. Перечисления без строгой последовательности оформляются маркированными списками.

4.4. Узкоспециализированные термины заменяются объяснением на доступном языке либо общеупотребительными синонимами. Пример: вместо «ликвидация академической задолженности» — «пересдача тем или экзаменов, не сданных в установленный срок».

4.5. Перед подготовкой ответа на обращение сотрудник обязан убедиться, что ситуация и потребность клиента поняты верно. При любых сомнениях сотрудник связывается с клиентом для уточнения обстоятельств. В случае если обращение содержит несколько вопросов, ответ структурируется по каждому из них отдельно.

4.6. Ссылки на нормативные правовые акты располагаются в конце сообщения — в сноске или в кратком указании в скобках. Не допускается начинать ответ с формулировки «В соответствии с Федеральным законом...», если суть ответа не требует немедленной ссылки на нормативный акт.

4.7. Ссылки на нормативные правовые акты ограничиваются только теми, которые непосредственно относятся к ситуации, с указанием конкретных реквизитов: вид акта, дата, номер, статья (часть, пункт, раздел).

4.8. Ответ на обращение подписывается с указанием должности, фамилии и инициалов сотрудника, подготовившего ответ, а также контактных данных для уточнения (телефон,

адрес электронной почты) — при наличии технической возможности и в соответствии с требованиями к защите персональных данных.

4.9. Срок подготовки и направления ответа на обращение устанавливается в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и внутренними актами образовательного учреждения, если иное не установлено для отдельных категорий обращений.

5. Правила устной коммуникации

5.1. Разговор начинается с формулирования цели: «Помогу вам подать заявку — это займёт примерно пять минут».

5.2. В ходе разговора сотрудник уточняет понимание клиентом полученной информации: «Скажите, какой шаг вызывает вопросы?», «Всё ли понятно на этом этапе?»

5.3. При использовании профессионального термина сотрудник немедленно даёт его краткое пояснение, если нет уверенности в том, что клиенту известен термин.

5.4. В завершение разговора сотрудник формулирует чёткие выводы и резюмирует дальнейшие действия клиента: «Итак, вам нужно сделать три шага: первый — ..., второй — ..., третий — ...»

5.5. Сотрудник избегает длительных монологов. Рекомендуются чередовать объяснение и короткие вопросы на понимание через каждые 1–2 минуты.

5.6. Тональность общения — поддерживающая, но не уменьшительно-ласкательная. Поддержка выражается в структуре и предсказуемости процесса (чёткие шаги, понятные сроки), а не в использовании уменьшительно-ласкательных слов и оборотов.

5.7. Сотрудник общается уверенным и спокойным тоном, демонстрирующим знание процесса и готовность помочь. Не допускаются проявления раздражения, нетерпения или пренебрежения.

5.8. При телефонном разговоре сотрудник представляется: называет наименование образовательного учреждения, свою должность и фамилию. В случае перевода вызова на другого сотрудника — кратко поясняет причину и сообщает, к кому переадресуется звонок.

6. Адаптация сообщений под целевые аудитории

6.1. При работе с педагогическими работниками и методистами:

- предоставляются готовые инструменты: шаблоны, чек-листы, карточки методических приёмов;
- используются примеры из образовательной практики;
- применяются формулировки практической направленности: «Вот как это выглядит на уроке».

6.2. При работе с руководителями образовательных организаций:

- сообщение начинается с выводов: что изменится, в какие сроки, какие ресурсы потребуются;
- включается блок «Ресурсы и риски» с указанием трудозатрат, материально-технического обеспечения и возможных рисков факторов;
- используются измеримые показатели: количественные данные, процентные соотношения, временные интервалы.

6.3. При работе с родителями (законными представителями) и широкой общественностью:

- исключается профессиональный жаргон и узкоспециализированная терминология;
- используются короткие предложения и структурированные списки;
- по возможности добавляются визуальные элементы: схемы, инфографика, таблицы;
- акцент делается на пользе для ребёнка и конкретных действиях, которые могут быть предприняты родителем.

6.4. При работе с органами управления и государственными структурами:

- сохраняется официальная форма изложения;

- добавляется блок «Пояснение для понимания», если содержание может быть неоднозначно истолковано;
- используются цифры и факты: охват участников, сроки реализации, ожидаемый эффект, показатели результативности.

7. Коммуникация в сложных и конфликтных ситуациях

7.1. При взаимодействии с клиентом, находящимся в состоянии эмоционального напряжения, сотрудник проявляет эмпатию — даёт клиенту понять, что его переживания замечены: «Понимаем, насколько это значимо для вас», «Вижу, что ситуация вызывает беспокойство».

7.2. Использование стандартизированных шаблонных формулировок в сложных и нестандартных ситуациях не допускается. Шаблонные ответы применяются только для типовых запросов (уточнение графика работы, запрос реквизитов, получение справочной информации и т. п.).

7.3. Если возникшая проблема обусловлена действиями самого клиента, сотрудник воздерживается от упрёков и назидательного тона. Фокус смещается на конструктивные решения: какие шаги можно предпринять, куда обратиться, какие возможности доступны.

7.4. Недопустимые приёмы коммуникации:

- пассивно-агрессивные формулировки («вы же знали», «мы вас предупреждали», «как было указано ранее»);
- шаблонные ответы в ситуациях, когда клиент выражает эмоции или описывает сложную личную ситуацию;
- формулировки-отсылки типа «это не к нам» без дальнейших пояснений. При перенаправлении клиенту предоставляется конкретная информация о том, в какую организацию или к какому сотруднику следует обратиться, с указанием контактных данных.

7.5. В случае если вопрос клиента выходит за пределы компетенции образовательного учреждения, сотрудник обязан:

- пояснить, что данный вопрос не относится к компетенции Учреждения;
- по возможности указать организацию или орган, в компетенцию которого входит решение данного вопроса;
- предоставить контактные данные для обращения.

8. Контроль качества коммуникации и ответственность

8.1. Ответственный за внедрение настоящего Положения (далее — Ответственный), назначаемый приказом руководителя образовательного учреждения, осуществляет:

- периодический (не реже одного раза в квартал) контроль качества текстовых материалов и устных коммуникаций сотрудников образовательного учреждения;
- выборочную проверку исходящей корреспонденции, публикаций на официальном сайте и ответов на обращения;
- мониторинг обратной связи от внешних клиентов.

8.2. При выявлении несоответствия требованиям настоящего Положения Ответственный:

- указывает сотруднику на необходимость корректировки текста или стиля общения;
- при необходимости проводит разъяснительную работу и оказывает методическую помощь.

8.3. Результаты контроля качества коммуникации учитываются при оценке профессиональной деятельности сотрудников, в том числе при проведении аттестации, квалификационных испытаний и при рассмотрении вопросов о премировании.

8.4. Систематическое (более двух раз в течение года) несоблюдение требований настоящего Положения может служить основанием для применения мер дисциплинарного взыскания в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и локальными нормативными актами образовательного учреждения.

8.5. Ответственный ежегодно, не позднее 1 февраля года, следующего за отчётным, представляет руководителю образовательного учреждения отчёт о состоянии коммуникации с внешними клиентами, включающий:

- результаты контроля качества коммуникации;
- анализ обратной связи от клиентов;
- предложения по совершенствованию стандартов коммуникации.

9. Заключительные положения

9.1. Настоящее Положение вступает в силу с момента его утверждения приказом руководителя образовательного учреждения и действует до его отмены или замены.

9.2. Изменения и дополнения в настоящее Положение вносятся приказом руководителя Учреждения по предложению Ответственного или по итогам анализа результатов контроля качества коммуникации.

9.3. С настоящим Положением под подпись ознакомляются все сотрудники образовательного учреждения, указанные в пункте 1.4, в срок не позднее пяти рабочих дней со дня вступления Положения в силу. Ознакомление вновь принимаемых сотрудников производится в срок не позднее трёх рабочих дней со дня заключения трудового договора.

9.4. Положение размещается на официальном сайте образовательного учреждения в течение пяти рабочих дней со дня вступления в силу.

9.5. Положение подлежит пересмотру не реже одного раза в три года. При внесении изменений в нормативные правовые акты, послужившие основанием для разработки Положения, соответствующие изменения вносятся в срок не позднее тридцати рабочих дней со дня вступления в силу таких изменений.