

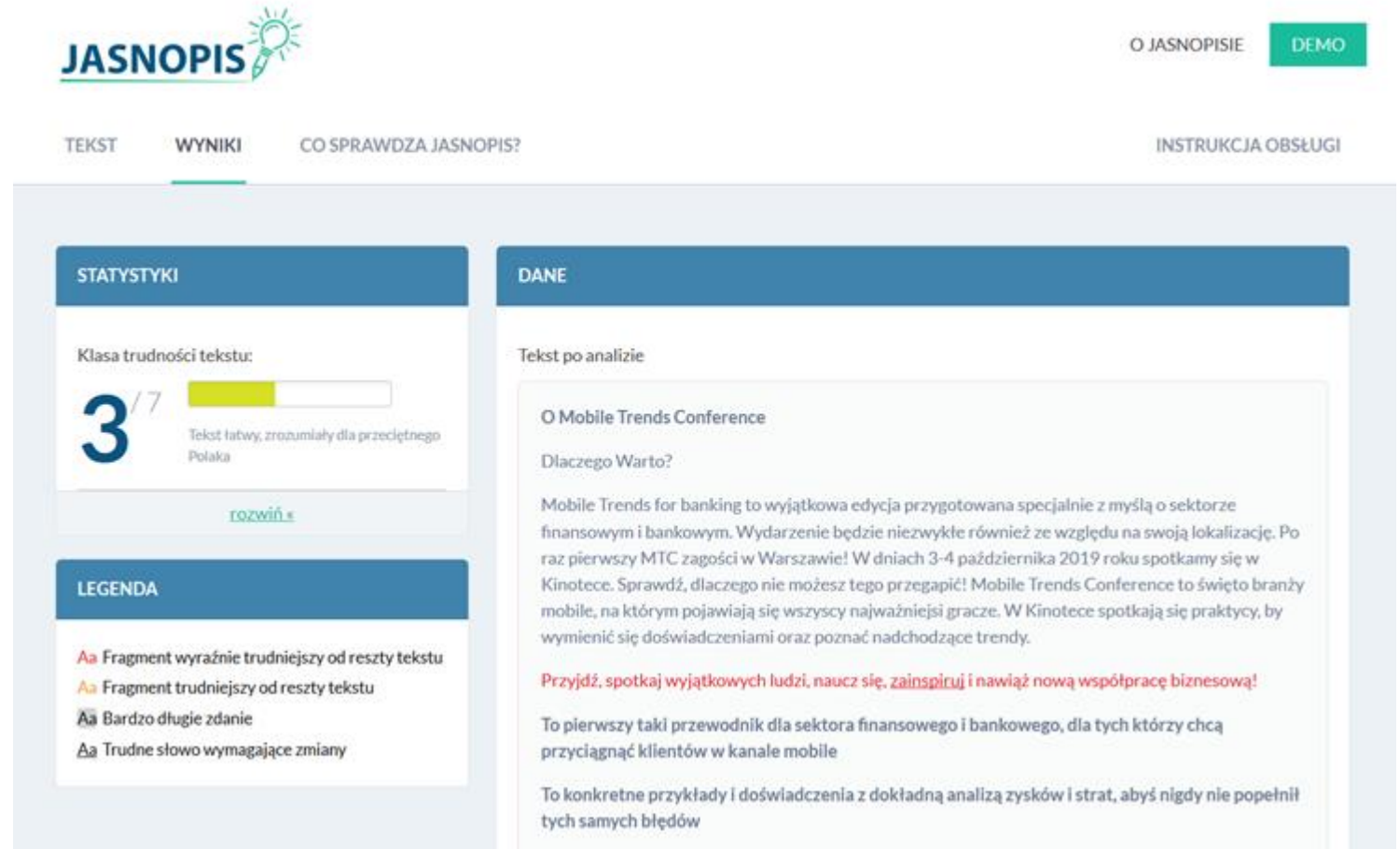
JASNOPIS  – Measuring
readability in Polish

Włodzimierz Gruszczyński
Maciej Ogrodniczuk

What is Jasnopis?

An IT tool for assessing linguistic difficulty of text, available free of charge in a demo version on the Internet at:

<https://jasnopis.pl>



The screenshot displays the Jasnopis website interface. At the top, the logo "JASNOPIS" is accompanied by a lightbulb icon. Navigation links include "O JASNOPISIE" and "DEMO" (highlighted in green), and "TEKST", "WYNIKI", "CO SPRAWDZA JASNOPIS?", and "INSTRUKCJA OBSŁUGI". The main content area is divided into two columns: "STATYSTYKI" and "DANE".

STATYSTYKI

Klasa trudności tekstu:

3 / 7

Tekst łatwy, zrozumiały dla przeciętnego Polaka

[rozwiń s](#)

LEGENDA

- Aa Fragment wyraźnie trudniejszy od reszty tekstu
- Aa Fragment trudniejszy od reszty tekstu
- Aa Bardzo długie zdanie
- Aa Trudne słowo wymagające zmiany

DANE

Tekst po analizie

O Mobile Trends Conference

Dlaczego Warto?

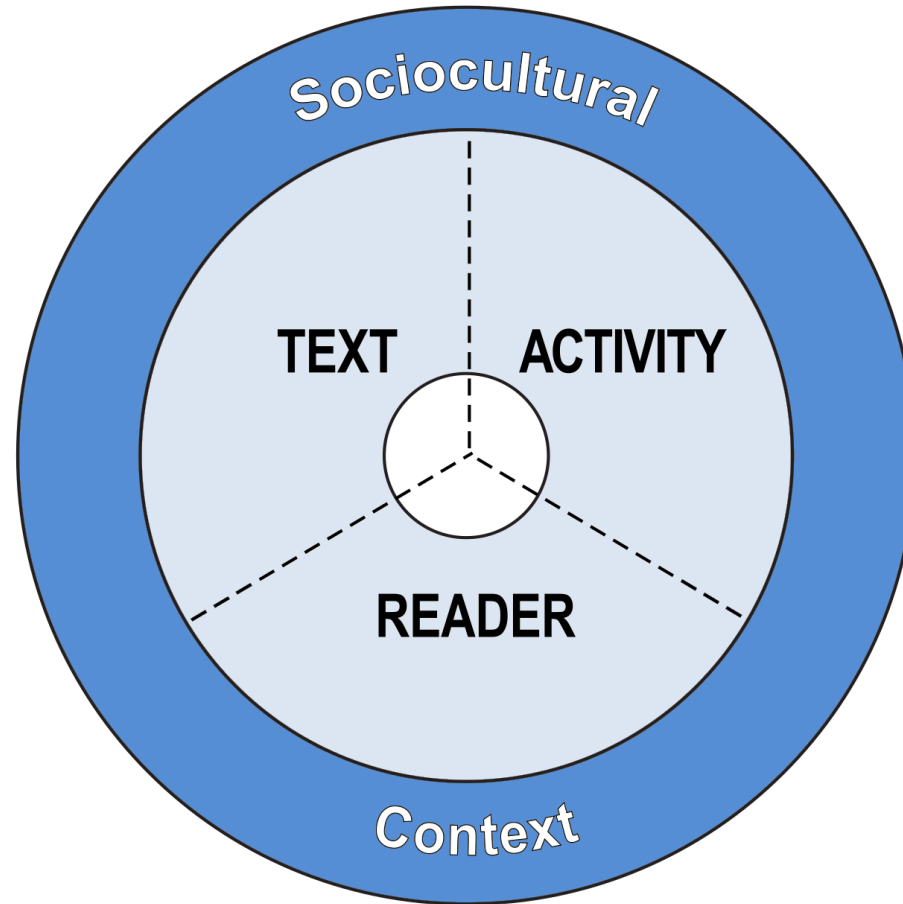
Mobile Trends for banking to wyjątkowa edycja przygotowana specjalnie z myślą o sektorze finansowym i bankowym. Wydarzenie będzie niezwykle również ze względu na swoją lokalizację. Po raz pierwszy MTC zagości w Warszawie! W dniach 3-4 października 2019 roku spotkamy się w Kinotece. Sprawdź, dlaczego nie możesz tego przegapić! Mobile Trends Conference to święto branży mobile, na którym pojawiają się wszyscy najważniejsi gracze. W Kinotece spotkają się praktycy, by wymienić się doświadczeniami oraz poznać nadchodzące trendy.

Przyjdź, spotkaj wyjątkowych ludzi, naucz się, zainspiruj i nawiąż nową współpracę biznesową!

To pierwszy taki przewodnik dla sektora finansowego i bankowego, dla tych którzy chcą przyciągnąć klientów w kanale mobile

To konkretne przykłady i doświadczenia z dokładną analizą zysków i strat, abyś nigdy nie popełnił tych samych błędów

What influences reading comprehension?



Reading for Understanding:
Toward an R&D Program in Reading Comprehension

Rand Reading Study Group, 2002

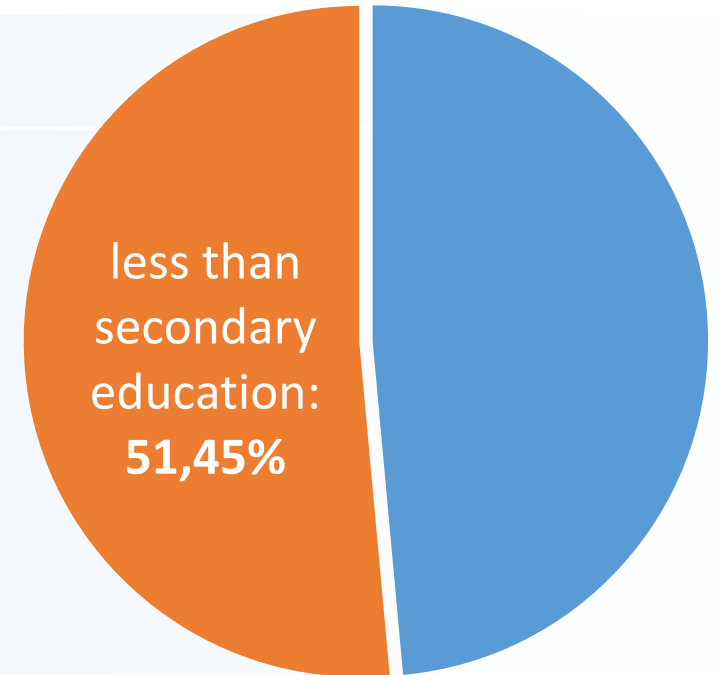
We usually overestimate our readers!

Ideally:

- educated
- with good memory
- knowledgeable
- terminology-aware
- interested
- physically and mentally capable

Most likely:

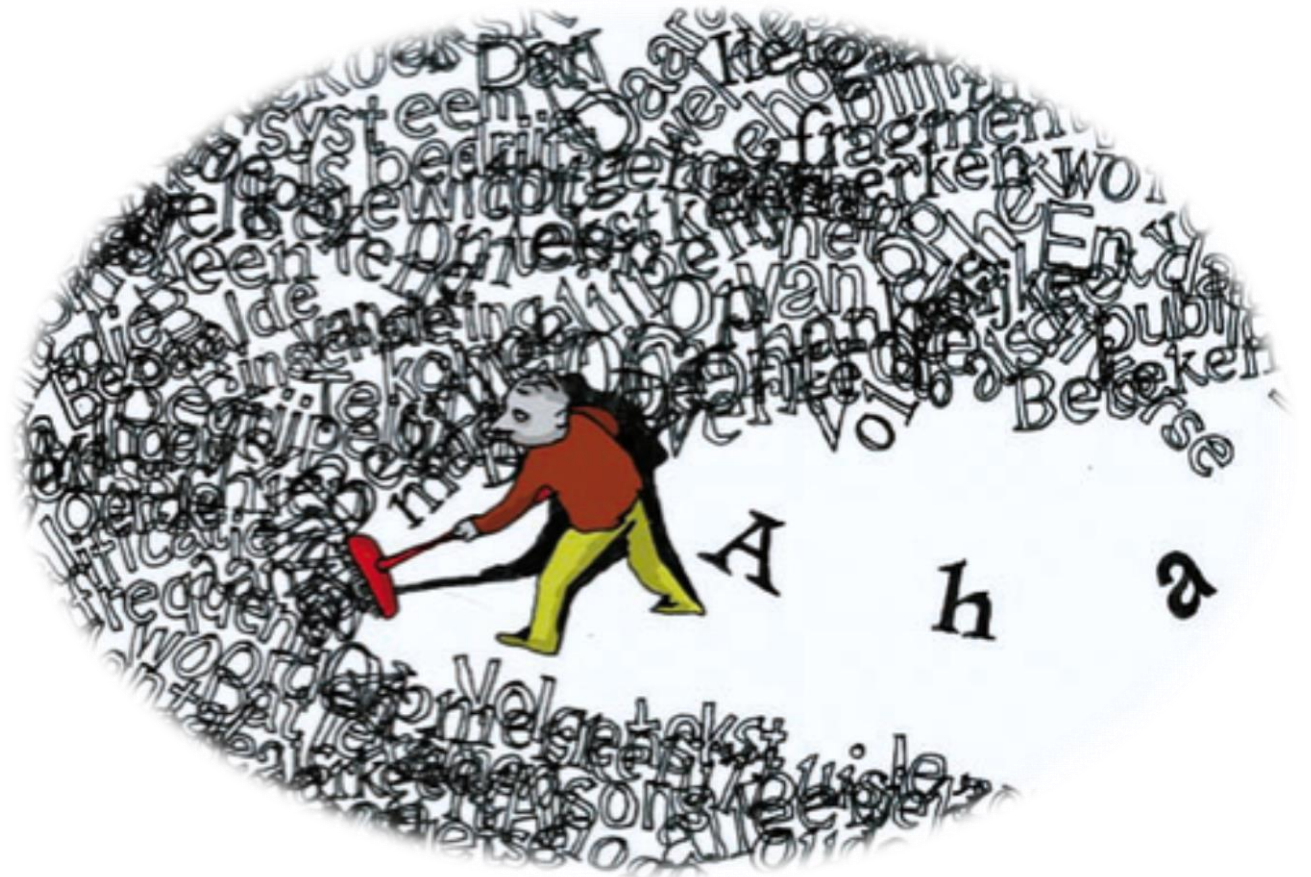
- poorly educated
- 10% of readers feature a certain dysfunction influencing reading comprehension



What can we do?

We can influence how the text, is constructed, that is, its:

- graphical form
- composition
- language

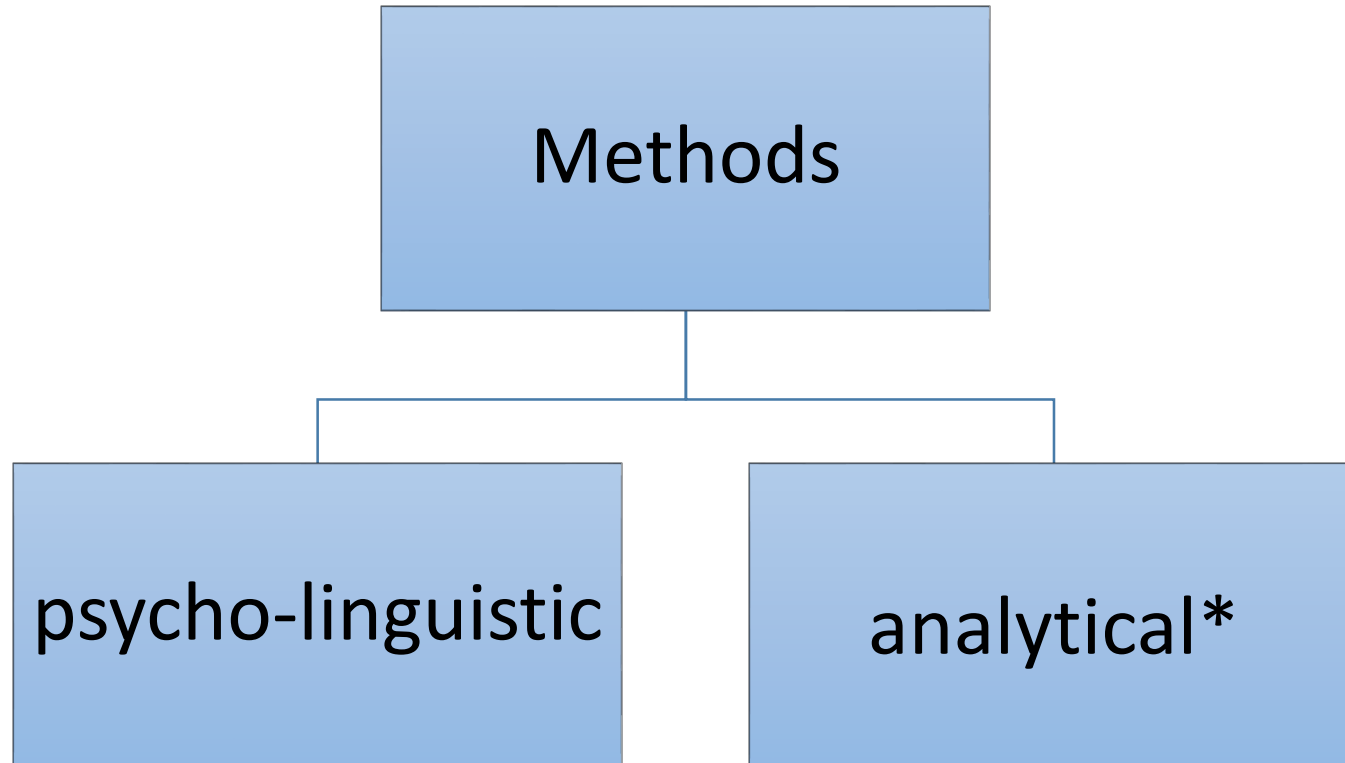


How syntax hinders understandability?

- Sentences in the passive voice.
- Negation, e.g. *It is not true that there are no obstacles.*
- The time needed to assess the truthfulness of a sentence depending on its structure:

Sentence type	Response time	Number of errors
Affirmative and active	4,5 sec.	58
Affirmative and passive	9,4 sec.	55
Negative and active	9,5 sec.	88
Negative and passive	11,1 sec.	117

How to check if the text isn't (too) difficult?



* Analytical methods can be automated and programs can be developed to assess the difficulty of the text.

Our method

- ① Psychological research:
A series of surveys on how texts of varying difficulty are understood by potential readers
- ② Identification of linguistic variables presumably correlated with the difficulty of the text
- ③ Calculating the values of these variables for our data
- ④ Calculating the formula predicting readability

Thank you!

The screenshot displays the JASNOPIS website interface. At the top left is the JASNOPIS logo, which includes a lightbulb icon. To the right of the logo are links for "O JASNOPISE" and a green "DEMO" button. Below the logo is a navigation menu with "TEKST", "WYNIKI" (highlighted with a green underline), and "CO SPRAWDZA JASNOPIS?". On the far right of the navigation bar is a link for "INSTRUKCJA OBSŁUGI".

The main content area is divided into two columns. The left column has a blue header "STATYSTYKI" and contains a section titled "Klasa trudności tekstu:" with a large "3/7" and a progress bar. Below the progress bar is the text "Tekst łatwy, zrozumiały dla przeciętnego Polaka" and a "rozwiń" link. Below this is a blue header "LEGENDA" with a list of four items: "Aa Fragment wyraźnie trudniejszy od reszty tekstu", "Aa Fragment trudniejszy od reszty tekstu", "Aa Bardzo długie zdanie", and "Aa Trudne słowo wymagające zmiany".

The right column has a blue header "DANE" and a section titled "Tekst po analizie". It contains a sub-section "O Mobile Trends Conference" with a "Dlaczego Warto?" heading. The text describes the Mobile Trends for banking conference in Warsaw, mentioning dates (3-4 October 2019) and location (Kinotece). A red call-to-action line reads: "Przyjdź, spotkaj wyjątkowych ludzi, naucz się, zainspiruj i nawiąż nową współpracę biznesową!". Below this, there are two paragraphs: "To pierwszy taki przewodnik dla sektora finansowego i bankowego, dla tych którzy chcą przyciągnąć klientów w kanale mobile" and "To konkretne przykłady i doświadczenia z dokładną analizą zysków i strat, abyś nigdy nie popełnił tych samych błędów".