

# Legal Design: от мифов к реальности

04.04.2023

СТАТЬИ

*Что такое юридический дизайн? Зачем он нужен юристам? Неужели в будущем мы увидим договоры-комиксы? Как можно визуализировать регламент или политику? Эти и другие вопросы обсуждались на мастер-классе по Legal Design, который провели юрист PwC Legal Александр Скворцов и независимый эксперт Михаил Кочкин.*

Открыл мастер-класс **Хольгер Цшайге**, генеральный директор «Инфотропик медиа». Рассказав о зарождении направления Legal Design и его последователях в мире, он предложил участникам проголосовать за наиболее корректное определение термина «юридический дизайн». Большинство участников опроса (57 %) определило Legal Design как «искусство предоставления юридических услуг в форме, понятной и удобной для клиента», многие респонденты (20 %) считают, что юридический дизайн представляет собой «инструменты визуализации для решения проблем клиента юриста»<sup>[1]</sup>. Иные участники мастер-класса выбрали ответы: «наука, объясняющая, почему Calibri лучше, чем Times New Roman» (15 %) и «хобби, которым я занимался бы, будь в сутках 25 часов» (8 %).

Зачем юристам Legal Design? По мнению спикеров, он направлен на улучшение понимания работы юристов их внутренними и внешними клиентами, не являющимися юристами. Это обеспечивает более эффективную коммуникацию между юристами и их клиентами, ускоряет бизнес-процессы компании. В итоге число обращений к юристам уменьшается, и они могут использовать время, выделенное на разъяснительную работу, для решения более сложных правовых задач. Это, в свою очередь, снижает правовые риски компании за счет обеспечения внутреннего комплаенса. На вопрос о том, приходилось ли им когда-нибудь

визуализировать документ (его отдельные пункты), большинство участников форума ответило утвердительно, при этом результат себя оправдал (66 %). Многие из опрошенных признались, что не пробовали себя в юридическом дизайне, однако им было бы интересно это сделать (17 %).

Затем слушателям предложили разобрать основные мифы в области Legal Design, активно распространяемые в последнее время.

#### МИФ 1. ДИЗАЙН ПОЗВОЛЯЕТ СУЩЕСТВЕННО СОКРАТИТЬ КОЛИЧЕСТВО ИНФОРМАЦИИ В ЮРИДИЧЕСКОМ ПРОДУКТЕ.

По словам экспертов, Legal Design упрощает подачу информации за счет использования визуализации, расстановки акцентов, навигации по тексту и иных возможных инструментов, но при этом необязательно сокращает ее объем.

#### МИФ 2. СОЗДАТЬ ДИЗАЙН ДОКУМЕНТА СПОСОБЕН ЛЮБОЙ ЮРИСТ.

Юристы, безусловно, могут использовать элементарные возможности юридического дизайна. Однако создать эффективные в использовании продукты более сложного дизайна под силу только мультикомпетентной команде, состоящей как минимум из юриста и дизайнера, специализирующегося на Legal Design. При необходимости в команду могут войти копирайтер и другие специалисты.

#### МИФ 3. ДИЗАЙН ТРЕБУЕТСЯ ТОЛЬКО ЮРИСТАМ И РЕШАЕТ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ПРАВОВЫЕ ЗАДАЧИ.

Эксперты напомнили, что Legal Design отражает прежде всего интересы пользователей юридических продуктов: топ-менеджеров, сотрудников компании, а также ее внешних клиентов. Помимо снижения правовых рисков Legal Design способствует узнаваемости бренда компании ее сотрудниками и клиентами. Так, широко известным стал кейс о том, как компания зафиксировала свое договорное обязательство перед контрагентом в форме цветастого комикса.

Далее у участников мастер-класса поинтересовались, верят ли они в будущее договора-комикса. Мнения разделились в равной пропорции: 43 % ответили утвердительно, 43 % — отрицательно. А оставшиеся 14 % участников признались, что уже делают договоры-комиксы.

Спикеры заострили внимание на том, что следует учитывать при создании дизайна документов:

Во-первых, различные документы поддаются дизайну в разной степени. Так, инструменты юридического дизайна логичнее применить в отношении самых сложных внутренних актов компании (например, политики по сопровождению проверок государственными органами), а также правовых заключений, то есть тех юридических продуктов, в отношении которых наблюдается основная неудовлетворенность со стороны внутренних клиентов.

Во-вторых, важен подход к дизайну документов. Условно выделяются следующие подходы: *soft* — когда обработанный документ прикладывается к оригинальному в качестве иллюстрации (например, схемы описанных в тексте юридических процессов), и *hard* — когда результат дизайна заменяет собой оригинальный документ.

Оба подхода были продемонстрированы спикерами на практическом примере дизайна политики «Информационное взаимодействие» одной из крупных компаний. Так, в *soft*-версии указанной политики упрощен и сжат текст (сокращен практически вдвое), изменена структура документа для лучшего его понимания сотрудниками компании, а также использовано смысловое и цветовое зонирование. В *hard*-версии политики текст сохранен, однако расставлены акценты с помощью элементов микродизайна (теней), и добавлены схемы отдельных процессов.

Проведенный опрос наглядно продемонстрировал восприятие дизайна. В результате большинство участников мастер-класса (68 %) проявило готовность применить оба подхода к юридическому дизайну в зависимости от конкретного документа и его назначения.

---

[1] Оба ответа несли в себе элементы классической дефиниции Legal Design, сформулированной Маргарет Хэган (Стэнфордская школа дизайна): применение методов дизайна, ориентированного на обычных людей, к миру права с целью сделать правовые системы и юридические услуги более человечными, а также понятными и удобными в использовании.

**Александр Сворцов** менеджер по развитию бизнеспроцессов, экс-консультант в области управления юридической функцией

СТАТЬИ