

Aleksandra Bieniek, Rafał Lorent

Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego

***Legal design* jako narzędzie umożliwiające osiągnięcie komunikatywności tekstu prawnego**

1. Wprowadzenie

Celem opracowania jest przybliżenie tematyki związanej z praktycznymi zastosowaniami podejścia *legal design* jako narzędzia umożliwiającego osiągnięcie komunikatywności tekstu prawnego. Artykuł zawiera jedynie fragmentaryczne omówienie zagadnień, które nie sposób opisać wyczerpująco w ramach krótkiego omówienia. Na potrzeby artykułu przyjmujemy następujące rozumienie poniższych pojęć:

- a) *tekst prawny* – tekst o treści normatywnej wyrażony językiem prawa (przykładowo: umowa, ustawa, regulamin, procedura operacyjna);
- b) *treść normatywna* – treść wyrażająca co najmniej jedną normę prawną ustanowioną przez kompetentny podmiot (np. w przypadku prawa publicznego – organ władzy publicznej; w przypadku prawa prywatnego – uczestnika obrotu cywilnoprawnego) [Zieliński 2012: 14];
- c) *język prawa* – język stosowany do wyrażenia lub opisu treści normatywnych; obejmuje on zarówno język prawniczy, jak i język prawny;
- d) *komunikatywność* – cecha tekstu, spełnianie funkcji komunikatywnej, która polega na „jednoznacznym, niezakłóconym, ekonomicznym przekazywaniu informacji” [Jadacka 2006: 10].

2. *Legal design*

Koncepcja *legal design* nie jest koncepcją autorów, nie jest to również idea nowatorska, korzeniami sięga bowiem do połowy XX wieku. Jej źródła można poszukiwać w ruchu *plain language*, który już w latach 60. XX wieku zaczął przenikać do języka prawa [zob. Wydick 1978]. W praktyce elementy *legal design* stosowano w latach 70., czego przykładem jest transformacja weksła

do umowy kredytu konsumenckiego dokonana przez Citi Bank w 1973 roku [How Plain... 1984]. Celem niniejszego tekstu nie jest jednak przybliżenie etapów rozwoju i kształtowania się koncepcji *legal design*. To zagadnienie ze względu na złożoność wymaga odrębnego opracowania.

Na potrzeby artykułu proponujemy następujące rozumienie *legal design* – jest to podejście do komunikacji prawnej, które zakłada stosowanie prostego języka, stosowanie elementów pozatekstowych oraz koncentrację na potrzebach komunikacyjnych adresata, przy czym narzędzia te nie zmieniają treści normatywnej tekstu prawnego.

Prosty język definiowany jest jako „sposób organizacji tekstu, który zapewnia przeciętnemu obywatelowi szybki dostęp do zawartych w nim informacji, lepsze ich zrozumienie oraz – jeśli trzeba – skuteczne działanie na ich podstawie” [Piekot, Zarzeczny, Moroń 2019]. Elementy pozatekstowe mają zwiększać poziom komunikatywności tekstu napisanego prostym językiem. Koncentracja na potrzebach komunikacyjnych adresata może wydawać się zabiegiem oczywistym – jest to w końcu jedna z podstawowych zasad retoryki¹. Inne potrzeby i inne wyzwania pojawiają się przy dążeniu do komunikatywności, gdy adresatem i nadawcą są globalne korporacje, a inne, kiedy nadawcą jest np. Zakład Ubezpieczeń Społecznych, a adresatem obywatel. W pierwszym wypadku posługiwanie się np. specjalistyczną terminologią z dużym prawdopodobieństwem nie doprowadzi do braku asymetrii informacyjnej, ponieważ zarówno odbiorcą, jak i nadawcą są profesjonaliści (np. prawnicy). W drugim wypadku może to spowodować obniżenie poziomu komunikatywności, co tylko pogłębiłoby istniejącą już asymetrię pomiędzy obywatelem a organem publicznym.

W ujęciu praktycznym *legal design* – jako metodologia pracy z tekstem prawnym – składa się z trzech komponentów: językowego (prosty język, uwzględnienie potrzeb odbiorcy), wizualnego (np. ikony, znaczniki, układ treści na stronie) oraz prawnego. Ostatni komponent ma zasadnicze znaczenie i stanowi swego rodzaju probierz powodzenia zastosowania *legal design* – zmiany językowe i wizualne powinny być bowiem neutralne względem treści normatywnej komunikatu. Prawidłowe stosowanie *legal design* nie może prowadzić np. do zmiany kwalifikacji umowy (np. z umowy dzierżawy na umowę najmu), czy też zmiany skutków prawnych, które ma wywołać dane pismo. Oznacza to, że z przyczyn prawnych niektóre wytyczne prostego języka

1 Pojęcie *auditorium* jest jednym z kluczowych pojęć retoryki prawniczej. Jest ono rozpatrywane głównie pod kątem przeprowadzenia skutecznej argumentacji, przy czym jest ona zawsze warunkowana osiągnięciem odpowiedniego poziomu komunikatywności [zob. Perelman 2002; Stelmach, Brożek 2006].

w konkretnej sytuacji muszą zostać odrzucone. Przykładowo, zmiana klauzuli umownej o treści „wykonawca zapewnia, że dzieło będzie stanowić przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze” na klauzulę „zapewniaasz, że dzieło będzie twojego autorstwa” byłaby błędna. W języku ogólnym *autorstwo* oznacza bowiem określoną relację w stosunku do dzieła (fakt jego wykonania przez daną osobę, tj. bycie jego autorem²). Tymczasem sformułowanie *przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze* ma węższe znaczenie i odsyła wprost do definicji legalnej utworu określonej w prawie autorskim³. Nie zawsze zatem wyrażenia proste będą zgodne z podejściem *legal design*.

3. Komunikatywność tekstu prawnego

Komunikatywność tekstu prawnego rozumiemy jako cechę tekstu polegającą na możliwości łatwego (tj. wymagającego mało wysiłku intelektualnego) zrozumienia zakodowanej w nim treści normatywnej [Wronkowska 2005: 65]. Komunikatywny jest zatem taki tekst prawny, którego zrozumienie nie wymaga przeprowadzania skomplikowanego procesu interpretacji lub ponadprzeciętnej wiedzy prawniczej [Wronkowska 2005: 65]. Komunikatywność tekstu prawnego jest cechą względną – ten sam tekst prawny w zależności od odbiorcy może być łatwy (np. dla adwokata) i bardzo trudny (np. dla osoby z wykształceniem podstawowym).

W efekcie cecha ta musi być zawsze oceniana z uwzględnieniem danego kręgu odbiorców. W wypadku norm prawnych prawa powszechnie obowiązującego do kręgu odbiorców tekstów prawnych wyrażających takie normy zalicza się co do zasady wszystkich. Zgodnie z § 6 „Zasad techniki prawodawczej” przepisy ustawy redaguje się tak, aby dokładnie i w sposób zrozumiały dla adresatów norm w nich zawartych wyrażały intencje prawodawcy⁴. W wypadku tekstów prawnych, takich jak regulamin pracy albo procedura, krąg odbiorców może być zawężony np. tylko do pracowników danego zakładu pracy albo pracowników danego działu. Komunikatywność tekstu prawnego w szerszym rozumieniu obejmuje także takie cechy, jak adekwatność (tj. rozumienie tekstu prawnego zgodnie z intencją autora), powszechność (tj. komunikatywność dla jak najszerszego kręgu adresatów) oraz zwięzłość (tj. tekst zawiera tylko wypowiedzi niezbędne do odtworzenia treści normatywnej) [Wronkowska 2005: 64 i n.; Siwek 2016: 69 i n.].

2 Taką definicję przyjmuje np. *Słownik języka polskiego* pod redakcją Witolda Doroszewskiego, <https://tinyurl.com/jadyv7tw> [dostęp: 23 kwietnia 2021].

3 Art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

4 Załącznik „Zasady techniki prawodawczej” do rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 roku w sprawie „Zasad techniki prawodawczej” (t.j. Dz.U.2016.283).

Obszary problemowe związane z tak rozumianą komunikatywnością tekstów prawnych można podzielić na cztery grupy według przyjętej perspektywy.

W proponowanym przez nas podejściu **perspektywa prawna** opiera się na założeniu dwupoziomowości języka prawnego, wyrażonym w ramach derywacyjnej koncepcji wykładni prawa, opracowanej pierwotnie przez Zygmunta Ziemińskiego i następnie rozwijanej przez Macieja Zielińskiego. Założenie to opiera się na odróżnieniu przepisów prawnych (jednostek redakcyjnych tekstu prawnego) od norm prawnych, które są zakodowane w przepisach prawnych. W efekcie tekst prawny zawiera dwa poziomy wypowiedzi autora – przepisy prawne wyrażone w tekście (poziom pierwszy) oraz normy prawne, które dekoduje w procesie derywacji interpretator tekstu prawnego (poziom drugi) [Matczak 2010; Zieliński 2012]. Założenie o dwupoziomowości języka prawnego zostało opracowane w kontekście prawodawcy i przyjmowanych przez niego aktów normatywnych (prawo publiczne). W naszej ocenie znajduje ono zastosowanie również na gruncie prawa prywatnego, np. względem umów, w wypadku których miejsce przepisów prawnych zajmują niejako klauzule umowne. Nie wchodząc w zagadnienia dotyczące wykładni (nie jest to celem tego opracowania), należy stwierdzić, że wynikająca z założenia o dwupoziomowości języka prawnego separacja tekstu (przepis prawny) od wyrażonego przez niego znaczenia normatywnego (norma prawna) pozwala na jasne określenie granic podejścia *legal design* w ujęciu prawnym: dopuszczalne są zmiany na poziomie pierwszym, o ile nie zniekształcają treści normatywnej wyrażonej na poziomie drugim. W konsekwencji każdorazowo w pracach z zakresu *legal design* dla zapewnienia braku zniekształceń normatywnych konieczny jest udział prawnika – w charakterze osoby weryfikującej proponowane zmiany w tekście albo w charakterze osoby wprowadzającej te zmiany.

Perspektywa językowa ma obecnie bogatą literaturę. Do zagadnień problemowych dotyczących tekstów prawnych, na które wskazuje wiele opracowań, należą m. in.: stosowanie stylu kancelaryjno-urzędowego, nadmierne używanie strony biernej oraz form bezosobowych, stosowanie zdań wielokrotnie złożonych, wysoki stopień nasycenia tekstu rzeczownikami, nagromadzenie rzeczowników odczasownikowych (przyrostki *-cie*, *-anie*, *-enie*), konstrukcje pleonastyczne itp. [zob. Jadacka 2006; Choduń, Zieliński 2012]. Łącznie wymienione przykłady problemów językowych (jest ich o wiele więcej) składają się na styl hermetyczny, nieprzejrzysty i trudny w odbiorze. Dobrze obrazuje to Hanna Jadacka, podając jako przykład następujące zdanie:

Wydanie decyzji poprzedza ocena prawidłowości wykonania czynności ustalenia przebiegu granic nieruchomości przez geodetę oraz zgodności sporzą-

dzonych dokumentów z przepisami; w przypadku stwierdzenia zaniedbań lub wadliwego wykonania organ zwraca geodecie dokumentację do uzupełnienia. [Jadacka 2006: 116]

Niektóre cechy języka prawnego wynikają niejako z jego natury nastawionej na przekazywanie treści normatywnych (np. rzadko stosowane przymiotniki, brak nacechowania emocjonalnego) i trudno je zmienić. W dużym stopniu jednak możliwa jest znacząca poprawa m.in. przejrzystości tekstu bez utraty znaczenia normatywnego. Zakres zmian może obejmować kilka aspektów, w tym leksykę i składnię. Podstawą jest jednak identyfikacja problemów językowych konkretnego tekstu. Tutaj z pomocą przychodzą nowoczesne rozwiązania technologiczne, które umożliwiają maszynową analizę tekstu z wykorzystaniem indeksów czytelności, takich jak np. FOG Roberta Funninga (indeks mglistości). Należą do nich m.in. Jasnopis⁵ oraz Logios⁶.

Perspektywa behawioralna polega na przyjęciu punktu widzenia adresata tekstu prawnego i ocenie, czy tekst prawny jest dostatecznie zrozumiały – tak, by adresat mógł prawidłowo odczytać kierowany do niego komunikat i zmienić swoje zachowanie w pożądanym sposób (tj. zgodnie z normą prawną zakodowaną w tekście prawnym). W tym ujęciu uwidaczniają się wady tekstów prawnych wykraczające poza ich warstwę tekstową. Przykładowo, standardowa umowa napisana w języku prawnym jest przeznaczona do jej odczytu w postaci wydruku lub – coraz częściej – na ekranie komputera. Tymczasem współcześnie w coraz większym stopniu do recepcji tekstu dochodzi za pomocą medium, którym jest telefon komórkowy (np. smartfon). Tego typu kwestie, podobnie jak np. nawyki komunikacyjne, poziom wykształcenia, wykluczenie cyfrowe czy niepełnosprawność, są w praktyce rzadko dostrzegane przez autorów tekstów prawnych.

Perspektywa operacyjna polega na przyjęciu punktu widzenia organizacji (np. firmy) i ocenie, jak komunikatywność tekstu prawnego wpływa, bezpośrednio lub pośrednio, na wskaźniki biznesowe. Teksty prawne o niskim poziomie komunikatywności mogą m.in. wydłużać procesy wewnątrzorganizacyjne (np. negocjacje dotyczące zawarcia umowy na podstawie wzoru umowy), zwiększać koszty organizacyjne (np. liczbę roboczogodzin poświęconych na pracę z trudnym tekstem prawnym) czy dodatkowo obciążać niektóre działy w strukturze organizacyjnej (np. biuro obsługi konsumenta mierzące

5 Aplikacja dostępna pod adresem internetowym <https://jasnopis.pl>.

6 Aplikacja dostępna pod adresem internetowym <https://logios.dev>.

się z większą liczbą zgłoszeń i skarg z powodu niezrozumiałego formularza). Krótko mówiąc, niezrozumiały tekst prawny generuje koszty dla organizacji.

4. Wymagania prawne w zakresie komunikatywności

Zagadnienie komunikatywności tekstów prawnych nie jest tylko postulatem akademickim czy przedmiotem analiz teoretycznych. Coraz częściej komunikatywność jest poddawana regulacji prawnej i przyjmuje charakter wymogu prawnego adresowanego do podmiotów publicznych lub prywatnych.

Takie wymagania prawne od dłuższego czasu znajdują się np. w regulacjach konsumenckich. Jak stanowi Kodeks cywilny: „Wzorzec umowy powinien być sformułowany jednoznacznie i w sposób zrozumiały. Postanowienia niejednoznaczne tłumaczy się na korzyść konsumenta”⁷. Analogiczny wymóg wprowadza ustawa z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta, zgodnie z którą „przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta [...] w sposób jasny i zrozumiały” o określonych kwestiach przed zawarciem umowy konsumenckiej⁸. Obowiązek prawny formułowania określonych treści w zrozumiały, jednoznaczny i jasny sposób bywa uzupełniany o wymagania wykraczające poza warstwę językową. Przykładowo, zgodnie z ustawą o kredycie konsumenckim „kredytodawca lub pośrednik kredytowy podaje konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny informację [...] wraz z rzeczywistą roczną stopą oprocentowania”⁹. Przytoczone regulacje odnoszą się wprost do konkretnej grupy adresatów tekstu prawnego – konsumentów. Konsument jest co do zasady słabszą ekonomicznie stroną stosunku prawnego łączącego go z przedsiębiorcą (podmiotem profesjonalnym). Przewaga przedsiębiorcy wynika m.in. z asymetrii informacji, np. z tego powodu, że przedsiębiorca dysponuje pełną wiedzą na temat oferowanego produktu lub usługi. Wymagania dotyczące komunikatywności mają na celu zmniejszenie tej asymetrii i zrównoważenie pozycji obu stron umowy. Waleń komunikatywności jako narzędzia przywracającego równowagę informacyjną jest dostrzegany także w innych sytuacjach. Asymetria informacji może wystąpić, gdy osoba fizyczna (strona stosunku prawnego) jest osobą w podeszłym wieku, chorą lub o niższym poziomie wykształcenia. Przykładem regulacji w tym zakresie jest art. 29 Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych z 13 grudnia 2006 roku ratyfikowanej przez Polskę w 2012 roku, zgodnie z którym obowiązkiem stron Konwencji (państw) jest zapewnienie, że „tryb głosowania oraz stosowane

7 Art. 385 § 2 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku – Kodeks cywilny (t.j. Dz.U.2020.1740).

8 Art. 8 ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta (t.j. Dz.U.2020.287).

9 Art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 12 maja 2011 roku o kredycie konsumenckim (t.j. Dz.U.2019.1083).

w związku z nim urządzenia i materiały będą odpowiednie, dostępne i łatwe do zrozumienia i zastosowania”¹⁰.

Obecnie regulacją prawną, która być może najbardziej docenia rolę komunikatywności, jest ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych, czyli tzw. RODO¹¹. Rozporządzenie to zawiera wiele wymagań dotyczących komunikacji z osobami, których dane osobowe są wykorzystywane. Podstawową regulację w tym zakresie zawiera art. 12 RODO, którego fragment przytaczamy poniżej:

Administrator podejmuje odpowiednie środki, aby w zwięzłej, przejrzystej, zrozumiałej i łatwo dostępnej formie, jasnym i prostym językiem – w szczególności gdy informacje są kierowane do dziecka – udzielić osobie, której dane dotyczą, wszelkich informacji, o których mowa w art. 13 i 14, oraz prowadzić z nią wszelką komunikację na mocy art. 15–22 i 34 w sprawie przetwarzania¹².

Równie istotna jest regulacja wyrażona w art. 7 RODO, zgodnie z którą każde zapytanie o zgodę na wykorzystanie danych osobowych musi być przedstawione „w sposób pozwalający wyraźnie odróżnić je od pozostałych kwestii, w zrozumiałej i łatwo dostępnej formie, jasnym i prostym językiem”¹³. Warto podkreślić, że ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych nie określa, czym powinny charakteryzować się jasny i prosty język albo zrozumiała forma.

W kontekście przywołanych powyżej przykładów nasuwa się pytanie, czy *legal design* znajduje obecnie jakąkolwiek podstawę normatywną w ramach systemu prawnego. Innymi słowy – czy ustawodawca wymaga stosowania komunikacji prostej, wykorzystującej elementy pozajęzykowe, skoncentrowanej na odbiorcy i przenoszącej treść normatywną? W naszej ocenie tak.

Wymagania takie znajdują się na poziomie regulacji zarówno powszechnych, jak i sektorowych¹⁴.

10 Art. 29 Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych (Dz.U. 2012, poz. 1169).

11 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (Dz.U.UE.L.2016.119.1), dalej: RODO.

12 Art. 12 ust. 1 zd. 2 RODO.

13 Art. 7 ust. 2 RODO.

14 Na potrzeby tego opracowania regulacje sektorowe rozumiemy jako normy prawne odnoszące się do konkretnego działu gospodarki lub kategorii produktów albo usług, natomiast regulacje powszechne – jako normy prawne odnoszące się do wszystkich działów gospodarki, bez szczególnych regulacji dla danej branży.

Jak stanowi ustawa z dnia 20 czerwca 1997 roku – Prawo o ruchu drogowym, „znaki i sygnały drogowe wyrażają ostrzeżenia, zakazy, nakazy lub informacje”¹⁵. Treści normatywne są zatem wyrażane z wykorzystaniem elementów pozajęzykowych (znaki, sygnały). Komunikacja jest dostosowana do kontekstu oraz adresata (np. kierowca samochodu osobowego). Komunikat jest prosty, łatwy do odczytania podczas kierowania pojazdem, a także jednoznaczny (ujednolicenie komunikatów na mocy przepisów wykonawczych do ustawy). Innym przykładem regulacji powszechnej może być odstępstwo od ogólnej zasady stosowania języka polskiego względem informacji adresowanych do konsumentów. Jak stanowi ustawa z dnia 7 października 1999 roku o języku polskim, nie wymagają opisu w języku polskim „ostrzeżenia i informacje dla konsumentów wymagane na podstawie innych przepisów, instrukcje obsługi oraz informacje o właściwościach towarów, jeżeli są wyrażone w powszechnie zrozumiałej formie graficznej”¹⁶.

W regulacjach sektorowych wymagania dotyczące oznakowania, etykiet oraz instrukcji bardzo często zawierają komponent graficzny. Przykładowo, piktogram przedstawiający płomień jest wymagany na podstawie przepisów dotyczących oznakowania produktów, takich jak np. detergenty zawierające substancje i mieszaniny chemiczne, które w kontakcie z wodą wydzielają gazy łatwopalne¹⁷. Podobnie jak w wypadku znaków drogowych, komunikacja jest dostosowana do kontekstu oraz adresata (np. konsument w sklepie albo użytkownik stosujący płyn do mycia naczyń). Komunikaty są proste, łatwe do odczytania oraz jednoznaczne dzięki jednolitym wymaganiom prawnym.

5. Wnioski

O rosnącym zapotrzebowaniu na uproszczenie komunikacji świadczy wiele inicjatyw podejmowanych w tym zakresie przez podmioty publiczne i prywatne. Przykładem może być zarządzenie Prezydent m. st. Warszawy w sprawie wprowadzenia w Urzędzie m. st. Warszawy prostego języka oraz języka łatwego do czytania i zrozumienia. Zgodnie z przywołanym zarządzeniem zasady prostego języka mają zostać wdrożone we wszystkich dokumentach urzędu. Prosty język ma być zatem stosowany np. w ogłoszeniach, postanowieniach, decyzjach

15 Art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 20 czerwca 1997 roku – Prawo o ruchu drogowym (t.j. Dz.U.2020.110).

16 Art. 7a ust. 3 ustawy z dnia 7 października 1999 roku o języku polskim (t.j. Dz.U.2019.1480).

17 Pkt 1.2 załącznika V do rozporządzenia z dnia 16 grudnia 2008 roku Parlamentu Europejskiego Rady (WE) nr 1272/2008 w sprawie klasyfikacji, oznakowania i pakowania substancji i mieszanin, zmieniające i uchylające dyrektywy 67/548/EWG i 1999/45/WE oraz zmieniające rozporządzenie (WE) nr 1907/2006 (Dz.U.U.E.L.2008.353.1 ze zm.).

administracyjnych czy też projektach uchwał. Zarządzenie wymienia także cechy prostego języka, takie jak precyzyjność. Cecha ta ma być zapewniona przez stosowanie zasad wskazanych w zarządzeniu, np. zasady: „budujemy krótkie zdania (tylko w szczególnych przypadkach mogą przekraczać 20 słów) i w naturalnym szyku podmiot – orzeczenie – dopełnienie (kto – co – kiedy, jak, gdzie)”¹⁸.

Legal design jako podejście do komunikacji prawnej, które łączy w sobie elementy językowe i pozajęzykowe, jest odpowiedzią na zwiększający się poziom złożoności systemu prawnego. Ponieważ bierze pod uwagę przede wszystkim potrzeby komunikacyjne adresata tekstu prawnego, a nie jego autora, umożliwia w większym stopniu osiągnięcie celu komunikatu o treści normatywnej – zmianę zachowania adresata. *Legal design* pozwala także na spełnienie coraz liczniejszych wymagań ustawowych w zakresie komunikatywności. W rezultacie podejście to cieszy się obecnie stale rosnącym zainteresowaniem ze strony praktyków i teoretyków z zakresu prawa i językoznawstwa.

Można spodziewać się, że w ciągu najbliższych kilku lat wpływ podejścia *legal design* będzie coraz bardziej odczuwalny w obrocie cywilnoprawnym (B2C) oraz w relacjach obywatel – państwo. Nie należy jednak oczekiwać, że tradycyjne formy komunikacji prawnej, które są ze swojej natury „prawnikocentryczne” i adresowane wyłącznie do specjalistów, odejdą całkowicie w zapomnienie (np. apelacja karna sporządzona przez radcę prawnego – pełnomocnika oskarżyciela posiłkowego). Jednak nawet w tym zakresie można spodziewać się zwiększenia znaczenia komunikatywności, zwłaszcza jeśli chodzi o szybkość komunikacji, co jest zgodne z zasadą ekonomiki procesowej oraz odpowiada oczekiwaniom społecznym.

Bibliografia

- Choduń Agnieszka, Zieliński Maciej (2012), *Język urzędowy a język urzędników. Precyzja, adekwatność, komunikatywność* [referat wygłoszony podczas I Kongresu Języka Urzędowego, 30–31 października 2012 roku, „Język urzędowy przyjazny obywatelom”].
- Doroszewski Witold, red. (1958–1969), *Słownik języka polskiego*, t. 1–11, Warszawa, <https://tinyurl.com/jadyv7tw> [dostęp: 23 kwietnia 2021].

¹⁸ Zarządzenie nr 1306/2020 Prezydenta m. st. Warszawy z dnia 5 listopada 2020 roku w sprawie wprowadzenia w Urzędzie m. st. Warszawy prostego języka oraz języka łatwego do czytania i zrozumienia.

- How Plain English Works for Business. Twelve Case Studies* (1984), t. 1, Office of Consumer Affairs, U.S. Department of Commerce, <https://tinyurl.com/yy8o734l> [dostęp: 20 stycznia 2021].
- Jadacka Hanna (2006), *Poradnik językowy dla prawników*, Warszawa.
- Matczak Marcin (2010), *Dwupoziomowość języka prawnego w derywacyjnej koncepcji wykładni i jej znaczenie dla współczesnych sporów w anglosaskiej teorii interpretacji prawniczej*, w: *W poszukiwaniu dobra wspólnego. Księga jubileuszowa Profesora Macieja Zielińskiego*, red. Stanisław Czepita, Agnieszka Choduń, Szczecin.
- Perelman Chaïm (2002), *Imperium retoryki. Retoryka i argumentacja*, przeł. Mieczysław Chomicz, Warszawa.
- Piekot Tomasz, Zarzeczny Grzegorz, Moroń Ewelina (2019), *Standard „plain language” w polskiej sferze publicznej*, w: *Lingwistyka kryminalistyczna. Teoria i praktyka*, red. Monika Zaśko-Zielińska, Krzysztof Kredens, Wrocław, s. 197–214.
- Poprawa Marcin (2012), *Kancelaryjna rutyna czy niezamierzona propaganda? Rozmywanie się wzorców gatunkowych i stylistycznych we współczesnej komunikacji administracyjnej*, w: *Akty i gatunki mowy w perspektywie kulturowej*, red. Anna Burzyńska-Kamieniecka, Wrocław (Język a Kultura, t. 23), s. 223–241.
- Siwek Kacper (2016), *Komunikatywność tekstu prawnego a derywacyjna koncepcja wykładni prawa (aspekt rozumienia normy sankcjonowanej)*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, t. 78, nr 4, s. 69–79.
- Stelmach Jerzy, Brożek Bartosz (2006), *Metody prawnicze. Logika, analiza, argumentacja, hermeneutyka*, Kraków.
- Wronkowska Sławomira (2005), *Podstawowe pojęcia prawa i prawoznawstwa*, Poznań.
- Wydick Richard C. (1978), *Plain Language for Lawyers*, [b.m].
- Zieliński Maciej (2012), *Wykładnia prawa. Zasady, reguły, wskazówki*, Warszawa.

Aleksandra Bieniek, Rafał Lorent

Legal design as a Tool for Achieving Communicativeness in a Legal Text

The article discusses the idea of legal design as an approach to legal communication that takes into account the needs of the readers of a normalised legal text and combines linguistic and non-linguistics techniques. It includes examples of legal regulations that refer to the intelligibility and clarity, also discussing the communication challenges that authors of legal texts are faced with. The aim of the article is to explain the term ‘legal design’ whose role as a tool for ensuring communicativeness is becoming more widely recognised by the specialists in the practice and theory of law and linguistics.

KEYWORDS: legal design; legal text; legal communication; communicativeness; plain language.

mgr Aleksandra Bieniek – absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego; aplikantka radcowska w Okręgowej Izbie Radców Prawnych w Warszawie; prawniczka w kancelarii prawnej.

mgr Rafał Lorent – absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego; ukończył aplikację radcowską w Okręgowej Izbie Radców Prawnych w Warszawie; radca prawny w kancelarii prawnej.

