**Краткий конспект лекций по курсу «Юридическая клиника»**

Автор-составитель к.ю.н. Хватик Ю.А.

 **Тема 1. ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЕ (ОПРОС) КЛИЕНТА
В ЮРИДИЧЕСКОЙ КЛИНИКЕ**

**1.1. Понятие интервьюирования (опроса). Подготовка к встрече с клиентом**

Работа у студентов Юридической клиники имеет такое же содержание, как и работа профессиональных юристов по оказанию правовой помощи клиентам.

Давайте рассмотрим поэтапно, по шагам вопросы, связанные с первичным приемом клиента в юридической клинике и проведением студентами клиники опроса клиента.

В ходе изложения материала мы будем употреблять термины «опрос» и «интервьюирование». Эти понятия тождественны по своему содержанию.

Итак, начало работы с клиентом.

Юрист начинает работу в основном с подготовки к встрече, со встречи с клиентом, интервьюирования (опроса) его и с дачи консультации. Интервьюирование так же, как и консультирование, является необходимой составляющей деятельности любого юриста независимо от места его работы.

Установление взаимоотношений с клиентом имеет большое значение.

Первый контакт юриста с клиентом влияет на весь ход опроса. То, как подготовит юрист рабочее место, как встретит клиента, как обратится к нему, как и куда предложит присесть, несомненно, повлияет на дальнейший ход интервью и консультирования и, в конечном счете, на результат деятельности юриста.

Явно, что опоздание на встречу, неряшливый вид, бегающий взгляд, невнятный ответ отпугнет посетителя от заключения договора на оказание юридической помощи.

Имеет значение и обстановка, в которой юрист ведет прием клиентов.

Работа студента в Юридической клинике должна вызывать доверие у клиентов. Важно, чтобы клиент был уверен, что, несмотря на то, что прием ведет студент, у него есть определенные знания и, возможно, опыт юридической деятельности, он хочет помочь, оказать квалифицированную юридическую помощь, он может это сделать.

Юристу ни при каких условиях не должна изменять уверенность в своих силах. Клиент должен знать, что студент работает под контролем опытного куратора, однако, он должен знать и понимать, что юридическую помощь ему оказывает студент. В связи с чем в Юридической клинике и введены особые правила работы, такие, например, как подготовка ответа либо документа в срок не менее одной недели, обязательное визирование ответов куратором и др.

В то же время клиент должен быть заранее предупрежден о том, что скорую юридическую помощь (в день первого обращения) в Юридической клинике он не получит. Здесь студент должен осознавать, что его работа в Юридической клинике влияет на престиж и репутацию юридического факультета, где он обучается.

Интервьюирование (от англ. *interview* –интервью) переводится на русский язык как беседа, собеседование.

Термин «интервьюирование клиента» получил международное признание: юристы всего мира под интервьюированием клиента понимают собеседование с клиентом с целью получения у него информации, имеющей правовое значение.

При этом следует четко разграничивать деятельность юриста, связанную с проведением собеседования (интервьюированием), и консультирование, под которым понимают юридическую помощь клиенту в выборе удовлетворяющих его способов решения проблемы законными средствами. Поэтому навыки консультирования будут рассмотрены в отдельной главе. Для разграничения интервьюирования и консультирования принимают во внимание прежде всего цели этих видов деятельности юриста. Цель проведения интервью мы уже определили – это получение от клиента информации, имеющей правовое значение, на основе которой юрист предложит клиенту варианты правового разрешения возникших проблем. Цель консультирования – разъяснить клиенту правовые способы решения его проблем, прогнозирование возможных последствий применения этих способов и оказание помощи в выборе одного из возможных способов решения правовой проблемы клиента.

Собеседование (интервьюирование) является необходимой составляющей деятельности любого юриста в какой бы области юриспруденции он ни работал. Но в контексте данной книги мы будем говорить о навыках, необходимых для такого рода деятельности применительно к работе адвоката. Это вызвано тем обстоятельством, что работа студентов в юридической клинике по оказанию правовой помощи протекает практически в тех же рамках, что и работа адвокатов.

Навыки интервьюирования являются важным практическим умением при проведении собеседования. В значительной степени они определяют успешность дальнейшей работы юриста по оказанию правовой помощи.

Но надо ли учиться, как проводить собеседование? Разве человек, обратившийся за юридической помощью, не заинтересован в том, чтобы как можно подробнее и обстоятельнее рассказать юристу о своих проблемах? В этом случае задача юриста состоит только в том, чтобы, выслушав клиента, дать ему правовую консультацию, т. е. разъяснить правовые аспекты имеющихся у него проблем и возможные правовые способы их разрешения.

Представим себе людей, которые обращаются за советом к юристам. Во-первых, это люди, которые, столкнувшись с жизненными трудностями, не могут их разрешить самостоятельно, без обращения к специалисту. Как правило, эти люди плохо представляют себе способы преодоления данных трудностей и их последствия. Им предстоит общение с незнакомым человеком – юристом. Уже одна мысль о том, что в обстоятельства личной жизни будут вмешиваться посторонние, способна привести любого человека в смятение, вызвать нервозность и, как следствие, помешать рассказать о своих проблемах. Во-вторых, это люди разного культурного уровня, разных национальностей, разного темперамента. Поэтому далеко не все из них обладают способностью выделить в возникшей жизненной ситуации именно правовые аспекты, не все из них могут самостоятельно связно и последовательно изложить юристу именно те факты, которые важны для дела.

Следовательно, юрист должен владеть навыками проведения собеседования (интервьюирования), чтобы в результате этой работы получать от разных людей (клиентов) полную и достоверную информацию, необходимую для правильной правовой оценки полученных фактов.

О каких же навыках интервьюирования может идти речь?

Прежде всего отметим, что подобного рода навыки следует рассматривать в нескольких аспектах. Во-первых, необходимо обратиться к общим вопросам юридической этики, уделив особое внимание тем из них, которые особенно актуальны для проведения собеседования с клиентом. Во-вторых, необходимо рассмотреть способы построения самой беседы с точки зрения возможности выделения в ней определенных стадий, или этапов, которые помогут более эффективно провести интервью. В-третьих, необходимо обсудить приемы постановки вопросов во время такой беседы. И наконец, в-четвертых, следует принимать во внимание психологические аспекты проведения собеседования.

Если оценивать приведенное интервью с точки зрения целей, для достижения которых оно проводилось, то, безусловно, оценка должна быть положительной, поскольку адвокат полностью выяснил суть правовой проблемы обратившегося к нему человека.

Следует проанализировать это интервью с точки зрения названных выше аспектов, имеющих непосредственное отношение к навыкам проведения собеседования, и таким образом выяснить, что помогало и что затрудняло работу адвоката при ведении беседы с клиентом.

Первейшая цель опроса – максимально расширить поток точной информации.

Однако провести опрос – это не значит просто предложить свидетелю рассказать вам все, что он/она знает о происшедшем. На информационный поток оказывают влияние многие факторы, которые искажают и ограничивают его. Сами свидетели бывают разными и принадлежат к разным слоям общества. Одни из них охотно идут навстречу, другие же стараются не вмешиваться ни во что. У свидетелей бывают разные способности к запоминанию и воспроизведению увиденного. Одни из них честные, другие лгут. Среди ваших свидетелей будут священники, проститутки, испуганные дети и закоренелые преступники. Вам встретятся свидетели неприятные, невротичные, тупые, нервные и говорящие с непонятным вам акцентом. Нельзя вести себя со всеми одинаково. В качестве опрашивающего вы должны научиться извлекать максимально полную и надежную информацию из всех этих столь разных людей.

Ваша собственная личность, отношение и манера задавать вопросы могут оказывать сильнейшее влияние на получаемую вами информацию. Проведение опроса – процесс динамический, который зависит от взаимодействия двух лиц. Ваш вклад, как сознательный, так и бессознательный, может иметь такое же отношение к извлекаемым фактам, что и вклад свидетеля. Если вы даете ему понять – в словесной или в бессловесной форме, – что какие-то факты не имеют значения, что вы желаете сменить тему или что вы не верите тому, что говорит вам свидетель, тогда свидетель, скорее всего, перестанет поставлять информацию. Исследования показывают, что даже конкретные употребляемые вами слова, ваша манера задавать вопрос или порядок ваших вопросов способны повлиять на то, как свидетель вспоминает то или иное событие.

Опрос важен не только для выяснения обстоятельств дела, но и для того, чтобы узнать кое-что о людях, связанных с данным делом. Если вы знаете, как выглядят свидетели и как они реагируют на вопросы, вам это сослужит великую службу позже, когда вам придется решать, каких свидетелей вызывать и как допрашивать. Еще важнее понимание личности свидетеля в том случае, если он ваш клиент. Клиенту придется явиться к вам за помощью в решении проблемы, которую он/она считает юридической. Если вы желаете адекватно представлять интересы клиента, вы должны по-настоящему понимать его/ее и уметь с ним/ней общаться. Только если вы разовьете в себе способность распознавать скрытые нужды клиента, вы сумеете помочь клиенту найти приемлемое решение его/ее проблемы. Далеко не для всех споров наилучшее решение – это обращение в суд.

**1.2. Проведение опроса по этапам**

Чтобы понять, как лучше проводить опрос, полезно разделить его на этапы. Имеется много способов представлять постепенное наращивание информации в ходе опроса, однако наш опыт показывает, что самое удобное – выделить в нем пять этапов. Это следующие этапы: взаимная оценка, набрасывание свидетелем общей картины, определение точки отсчета, хронологическая разработка и заключение. Этапы имеют разные цели, на них происходит обмен разной информацией, и применяются разные методы опроса. Разумеется, это не единственный способ организации, и не нужно рабски следовать этой схеме во всех случаях. Она больше подходит для начальных, чем для последующих опросов. Однако ясно, что опрос требует какой-то организации, а данная модель дает хорошие результаты.

***1) Первый этап –* *взаимная оценка***

Первый этап опроса можно назвать этапом взаимной оценки. Это вводный этап, во время которого вы встречаетесь со свидетелем, делаете первые шаги к установлению контакта, объясняете ваши цели и начинаете постепенно строить отношения доверия и взаимопонимания; это этап, когда вы со свидетелем знакомитесь друг с другом. Данный этап может быть совсем коротким, особенно если вы уже встречались до этого со свидетелем. Некоторые опрашивающие сознательно стараются сделать его как можно короче, считая, что лучше сразу перейти к обстоятельствам дела. Другие же считают, что несколько минут, потраченных на болтовню, помогают свидетелю освоиться и почувствовать себя свободнее, помогают наладить взаимопонимание и улучшают качество последующей информации.

Ваш первый контакт со свидетелем влияет на весь тон опроса. Так, имеет значение и то, как вы приветствуете свидетеля. Если он/она приходит к вам в кабинет, вы в значительной степени контролируете положение. Вы не должны заставлять свидетеля ждать (если только не хотите сбить с него/нее спесь). Если вы встречаете свидетеля лично, вы как бы поднимаете его/ее значение; если же его/ее вводит к вам секретарша, пока вы заняты каким-то другим делом, например, подписываете письмо, вы подчеркиваете разницу ваших положений.

После того как вы поздоровались со свидетелем, одна-две минуты разговора о пустяках помогут свидетелю почувствовать себя увереннее. Вы можете спросить свидетеля, не желает ли он/она чаю или кофе или можете предложить взять у него/нее пальто. Обычно это самое подходящее время, чтобы проверить, понимает ли свидетель основные правила опроса: сколько времени он продолжается, конфиденциальность всей информации, цель опроса, его структура и будет ли он записан на бумаге или на магнитофонной пленке. Должны быть четко определены ваши взаимные обязательства (особенно в случае первичного опроса клиента): как будет исчисляться гонорар, как вы будете решать, возьмете ли это дело, чего вы ждете от опрашиваемого лица и что вы готовы сделать.

Обсуждение этих предварительных вопросов имеет смысл помимо предупреждения возможных неловкостей в будущем. Оно дает вам несколько минут на то, чтобы оценить свидетеля, привыкнуть к его/ее манере говорить, словарю, акценту и степени нервозности. Имея такую исходную информацию, вам будет легче предвидеть факторы, препятствующие общению, и распознать сигналы коммуникации с помощью жестов. Не забывайте, что и свидетель будет оценивать вас: будет решать, можно ли вам доверять, стоит ли быть с вами откровенным и стоит ли нанимать вас своим адвокатом.

***2) Второй этап –* *набрасывание свидетелем******общей картины***

Цель второго этапа опроса – заставить свидетеля воспроизвести события в форме повествования, причем не перебивать его, справляясь о подробностях. Помните, что свободный рассказ свидетеля, хотя и редко бывает полным, бывает очень точным. На этом этапе ваша задача – *слушать,* а не говорить. Вы должны побуждать свидетеля к рассказу, облегчать общение и стараться ненароком не повлиять на то, что он/она считает важным. Пожалуй, на этом этапе не стоит делать записей, потому что они будут отвлекать вас от слушания и могут незаметным образом повлиять на представление свидетеля о том, что имеет значение, а что не имеет. Этот этап даст вам общую картину событий с точки зрения свидетеля, а также набросок проблем, которые нужно будет развить позже в ходе опроса.

Следует употреблять общие замечания, а не конкретные, прямые вопросы: «А в чем, собственно, проблема?», «Расскажите мне о сути проблемы, а затем мы обсудим ее подробнее», «Чем я могу вам помочь?», «Зачем вы сюда пришли?». Обратите внимание, что последние два предложения сформулированы более широко и не привязаны к какой-то одной «проблеме». По этой причине они могут быть предпочтительнее.

Если клиент хоть как-то умеет излагать свои мысли, дайте ему в первый раз изложить свою версию по-своему. Если вы с самого начала будете прерывать его вопросами, особенно вопросами, выражающими сомнение или критику, это может уменьшить искренность клиента, заставить его занять оборонительную позицию и изменить весь ход опроса.

Если дать клиенту возможность говорить свободно, это поможет ему расслабиться. Это повышает его самоуважение, вызывает в нем теплое чувство к опрашивающему. На начальных этапах опроса прямые вопросы способны помешать опрашивающему понять различные аспекты положения клиента и его эмоциональное состояние; кроме того, клиент может ответить на эти вопросы и в ходе своего рассказа. Так что точка зрения клиента выявится четче, если его/ее не прерывать.

Если клиент неохотно говорит, старайтесь не задавать прямых вопросов. Поощряйте его замечаниями общего типа. Если необходимо, можно применять ненаводящие вопросы, например, «не торопитесь», «я понимаю, что говорить об этом нелегко», «а что было дальше?»

Некоторые клиенты могут болтать без конца, если их не остановить. Опрашивающему приходится направлять и заострять ход беседы, в противном случае опрос может занять целый день. Критические замечания типа «вы уходите в сторону» или «вернитесь к обсуждаемому вопросу» следует употреблять лишь как крайнюю меру. Для перехода можно подхватывать какие-то ремарки клиента и с их помощь переключаться на новую тему. Второй метод – вернуться к ранее обсуждавшейся, но затем оставленной клиентом теме. Для облегчения перехода полезны бывают прямые вопросы.

Следует позволять клиенту выражать свои чувства, и этому есть две причины. Во-первых, в этом проявляется уважение к нему как к личности и к его праву на чувства. Во-вторых, если опрашивающий понимает чувства клиента, ему будет легче отделить его субъективные образы от реальной действительности.

Далеко не все свидетели способны в ответ на просьбу рассказать, что случилось, с легкостью дать подробное изложение фактов. Некоторые ни за что не хотят говорить или стесняются; другие способны лишь на самые общие умозаключения. Возможно, вам придется взять на себя активную роль, поощряя общение и выведывая подробности. На этом этапе следует использовать нейтральные или пассивные приемы поиска, которые заставляют свидетеля говорить, не воздействуя при этом на содержание того, что он говорит. Существуют три разные тактики:

1. *Молчание.* Молчание в ходе опроса вызывает сильную неловкость. Имеется естественная тенденция заполнять его разговорами. Старайтесь сразу не заполнять паузы своими вопросами. Если дать молчанию длиться, свидетель, скорее всего, снова заговорит. Но не злоупотребляйте молчанием, потому что это может смутить свидетеля, и он не будет знать, что еще сказать.

1. *Ни к чему не обязывающее поощрение.* К этой категории относятся замечания, жесты и полувербальные звуки, показывающие, что вы хотели бы, чтобы свидетель продолжал говорить. В отличие от молчания такое прощупывание дает свидетелю понять, что вы его слушаете. К этой категории относятся кивки головой, выжидательное выражение лица и краткие замечания типа «ага», «да ну», «понятно» и «вот как».
2. *Нейтральные вопросы.* Третий вид нейтрального прощупывания – это открытый вопрос без намека. Как и в том случае, когда вы просите свидетеля рассказать о случившемся, он помогает возобновить повествование после того, как оно забуксует. К этой категории относятся вопросы типа «расскажите подробнее», «можете вспомнить еще что-нибудь?» и «что еще произошло?» Такие вопросы могут быть эффективными в качестве нейтральных приемов прощупывания только в том случае, если в них не будет содержаться никаких намеков на обсуждаемые темы.

***3) Третий этап –* *определение точки отсчета***

После того, как свидетель представит общую картину происшедшего, вам захочется углубиться в детали. Чтобы свести до минимума возможность путаницы в хронологии, эта модель исходит из предположения, что вы вновь перечислите всю цепь событий по версии свидетеля в хронологическом порядке: Для этого вам нужно сначала определить тот момент, с которого должен начинаться отсчет времени. В некоторых опросах точка отсчета ясна уже из общей картины событий, построенной свидетелем.

В других случаях определить хронологически начальную точку бывает труднее. Трудность может состоять в кажущейся безотносительности к делу тех или иных фактов. Если человек отбросил предшествующие события как несущественные или не имеющие отношения к делу, этот человек может не упомянуть их на этапе набрасывания общей картины и едва ли назовет их, когда его/ее спросят, не произошло ли до этого чего-нибудь важного. Свидетель дорожно-транспортного происшествия может счесть, что первым существенным событием был вид быстро мчавшегося автомобиля. Если вы согласитесь с этим, вы можете упустить важнейшие события, которые произошли раньше: возможно, свидетель слышал звук тормозов, видел человека на углу, который окажется важным свидетелем, или подслушал, как владелец автомобиля говорил, что за день до происшествия у него тормоза были не в порядке.

Прием, с помощью которого устанавливается первое имеющее отношение к делу событие, состоит в том, чтобы заставить свидетеля вспомнить, что произошло до главного события. Поскольку свидетель уже рассказал вам то, что он/она считает существенным, возможно, вам не удастся выявить никакой новой существенной информации с помощью нейтральных открытых вопросов типа «расскажите, что случилось еще раньше в тот день». На этом этапе узкие конкретные вопросы помогут свидетелю заострить его/ее воспоминания. Здравый смысл подскажет вам, что могло произойти раньше, так что вы сможете спросить об этом. Однако старайтесь не допускать наводящих вопросов. Если вы спросите свидетеля: «До этого ведь ничего не произошло?», – свидетель, скорее всего, согласится с вами. Целесообразнее попросить свидетеля сосредоточить внимание на конкретных людях, вещах и событиях независимо от того, имел (а) ли он/она прежде контакт с указанными людьми, видел(а) ли людей или предметы до главного события и знает ли свидетель вообще что-нибудь о событиях, логически связанных с главным.

***4) Четвертый этап –* *детальная хронология событий***

После того как вы получили от свидетеля общую картину и установили точку отсчета, наступает момент изучения подробностей. В большинстве случаев максимальная полнота информации достигается изложением событий в обычном хронологическом порядке. На этом этапе рекомендуется воспользоваться каким-то способом ведения записей, поскольку вам трудно будет точно запомнить ряд важных деталей, например имена и адреса других свидетелей. На этом этапе вы должны контролировать темп опроса и степень детализации, не давая свидетелю забегать вперед и выясняя подробности. Это называется «держать тему под контролем».

В этой части опроса, когда вы стараетесь выявить новые детали, имеются и другие тактические приемы, которые позволяют более активно контролировать реакцию свидетеля.

*Немедленное развитие.* Опрашивающий может не просто побуждать респондента продолжать говорить, но и давать ему понять, что он хотел бы, чтобы тот развил тему, о которой идет речь в данный момент. Развитие может подразумевать продолжение «рассказа» или завершение мысли. Здесь уместны вопросы типа «ну, а потом?», «что было дальше?» Во-вторых, развитие может подразумевать не продолжение рассказа, а просто подробности рассматриваемой темы. Например: «Расскажите об этом подробнее», «Что еще вы могли бы сказать об этом?» или «Не хотите ли что-нибудь добавить к сказанному?»

*Немедленное уточнение.* Во-первых, опрашивающий может попросить респондента дать более подробную *последовательность* событий, начав с определенного места в действиях, описанных непосредственно перед тем. Например: «Что произошло сразу после того, как вы открыли дверь?», «Где вы были непосредственно перед тем, как потух свет?», «Что произошло той ночью, когда вы вернулись домой?». Далее опрашивающий может потребовать более подробной информации о каком-то определенном аспекте, а не о конкретном отрезке времени. Здесь уместны такие фразы, как *«Когда* это случилось?», *«Как* вы узнали об этом?», «Что вы *почувствовали,* увидев, как рушится здание?», «Как вы считаете, *почему* они сделали это?».

*Видоизменение.* Опрашивающий может взять на себя инициативу введения новой темы, не дожидаясь, когда респондент естественным образом сам перейдет к ней. Резкость этого перехода можно смягчить, если совершить его наряду с конкретной темой, которая уже обсуждалась, или показав, как новая тема вписывается в общее направление опроса. Например: «Пока что вы очень хорошо рассказали о том, как вам и остальным членам вашей семьи удалось выжить во время этого бедствия; но мне надо знать кое-что и о том, как с этим справлялись другие жители; не могли бы вы помочь мне в этом?»

Еще один прием – предложить свидетелю начертить схему. Это в первую очередь удобно при уточнении, потому что заставляет свидетеля указывать конкретные детали. Кроме того, схема нередко оказывается полезной, потому что помогает свидетелю дать дополнительную информацию, которую в противном случае ему было бы трудно сформулировать.

***5) Пятый этап –*** ***заключительный***

Пятый этап завершает опрос. Этот этап особенно важен в опросах клиентов или других свидетелей, с которыми вы будете поддерживать отношения. Специалисты по психоанализу утверждают, что неудачное прощание, когда вы слишком резко прерываете контакт или держитесь слишком отчужденно, может разрушить взаимопонимание, установившееся у вас со свидетелем. Это последняя возможность проверить, ясна ли вам версия событий, как ее излагает свидетель, и подходящий момент составить расписание ваших дальнейших встреч.

Независимо от того, понадобятся или нет дальнейшие контакты со свидетелем, вы должны завершить опрос обобщением основных фактов. Рассмотрев всю эту информацию в некотором логическом порядке, вы можете дать свидетелю возможность подумать над тем, что он/она только что рассказал(а) вам. Свидетель сможет устранить какие-то недоразумения и будет спокоен за то, что вы выслушали и поняли его/ее точку зрения.

Важно также составить расписание дальнейших встреч и действий. Мало сказать свидетелю: «Спасибо. Я с вами еще свяжусь». Такое расплывчатое заключение слишком неопределенно. Напротив, вы должны быть уверены, что у вас полное взаимопонимание в вопросе о ваших обязанностях и расписаниях. Если предполагается, что свидетель будет предпринимать какие-то действия – добывать документы, связываться с каким-то другим свидетелем, встречаться с вами там-то и тогда-то для второго опроса и т. д., – вы должны просмотреть эти планы и убедиться в том, что свидетель понимает свои обязанности. Если что-то предстоит сделать вам, например, вернуться с готовым исковым заявлением или собрать документы, вы должны быть уверены, что свидетель четко понимает, когда и где будут происходить эти события.

Заключительное действие в завершение опроса – максимально подробная запись всего услышанного.

В следующем разделе познакомим читателей с фрагментом из статьи Кэтрин Мэйхерн (школа права Университета Крейтон) о работе адвокатов с клиентами.

**1.3. Структура интервьюирования. Методы интервьюирования.**

Кэтрин Мэйхерн пишет, в процессе интервьюирования клиента адвокат должен установить контакт с клиентом, извлечь необходимую информацию из него, исследовать, в чем заключается цель клиента, дать совет клиенту и развить действенные взаимоотношения с клиентом.

**Подготовка к интервьюированию клиента**

Готовясь к проведению, интервьюирования клиента, адвокату важно заблаговременно определить общий характер проблемы, с которой столкнулся клиент, и собрать необходимую информацию еще до встречи с клиентом. Располагая заранее собранными сведениями, адвокат может предварительно рассмотреть правовые нормы, имеющие отношение к ситуации, в которой находится клиент, провести их анализ там, где это будет необходимо. Следует обратиться с просьбой к клиенту принести с собой на первоначальное интервьюирование все документы, имеющие отношение к его делу. Для некоторых типов судебных дел может быть разработана анкета-вопросник клиента, которая будет направляться клиентам перед интервьюированием. В случае, когда клиент хочет, чтобы было подготовлено завещание, анкета-вопросник с просьбой к клиенту предоставить перечень всего его имущества, а также дать список его наследников подтолкнет клиента к сбору нужной информации еще до первого интервьюирования.

Другими вопросами, которые следует рассмотреть при планировании интервью, являются организация места проведения интервью, которое максимально способствовало бы общению адвоката с клиентом, продолжительность интервьюирования и одежда самого адвоката.

**Первый контакт с клиентом**

Ключевое значение во время проведения первого интервьюирования имеют взаимоотношения, развивающиеся между адвокатом и клиентом. Клиент, не имеющий в прошлом опыта контактов с адвокатами, обычно боится интервьюирования, и эта тревога может затормозить общение адвоката с клиентом. Клиент, имеющий опыт общения в прошлом с адвокатами, может иметь заранее сформировавшееся представление о взаимоотношениях адвоката с клиентом.

С момента самого первого контакта между адвокатом и клиентом формируются взаимоотношения между ними, которые будут меняться на протяжении всего периода представления адвокатом интересов клиента. Если первый контакт с адвокатом оказался слабым, то будет нелегко построить сложные профессиональные взаимоотношения, необходимые во многих судебных делах. Таким образом, именно с первого контакта адвокат должен начать устанавливать должные взаимоотношения с клиентом. Взаимоотношения, к которым должен стремиться адвокат, строятся по его усмотрению и основываются на искренности и уважении. Адвокат должен заботиться о клиенте и уважать его как личность. Это дает возможность клиенту уважать адвоката как компетентного профессионала. Несколько первых минут, начиная с приветствия клиента адвокатом в приемной, должны пройти в обсуждении тем, не вызывающих сомнений или споров, скажем, несколько слов о том, было ли легко клиенту найти офис фирмы, где работает адвокат, и отыскать место для парковки своего автомобиля, или же о чем-то общем из своего жизненного опыта. Адвокат должен искать признаки того, что клиент готов начать обсуждение своего дела, для чего он и приехал сюда.

После того, как клиент освоится и почувствует себя свободно, адвокат может приступить к рассмотрению каких-либо сведений, полученных предварительно от клиента, обсуждению стоимости первоначального интервьюирования клиента, конфиденциального характера взаимоотношений между адвокатом и клиентом и политике, которой придерживается юридическая фирма, в которой работает адвокат, касательно приема новых дел в производство.

**Выяснение характера проблемы, стоящей перед клиентом**

На следующей стадии интервьюирования целью адвоката является именно получение представления самого клиента о своей собственной проблеме без навязывания клиенту структуры взглядов адвоката. Многие адвокаты находят полезным использовать технологию постановки вопросов, которую иногда называют «технологией воронки», задавая вопросы в такой последовательности, которая начинается с открытых вопросов. Такие вопросы могут носить общий характер, скажем, при обращении к клиенту с просьбой: «Расскажите мне, пожалуйста, о проблеме, с которой Вы пришли сегодня, и как бы Вы хотели, чтобы она была разрешена?» Если адвокат получил информацию о характере проблемы до проведения первоначального интервьюирования клиента, то открытый вопрос может указать на ваше знание основных фактов, как, например: «Я понимаю, что у Вас есть проблемы с новым домом, который Вы приобрели. Почему бы Вам не начать с самого начала и не рассказать мне об этом и о том, как бы Вы хотели, чтобы эта проблема разрешилась». Эти типы вопросов вызовут пространный ответ, в котором клиент сможет сформулировать проблему своими словами. Спрашивая клиента о предпочитаемом им варианте решения проблемы, вы получаете информацию о целях клиента и его ожиданиях. Адвокат может затем оценить, реалистичны ли ожидания клиента.

Не все клиенты реагируют одинаково на такие вопросы. Многие ответят на открытый вопрос коротким, лаконичным изложением сути проблемы. Другие расскажут о проблеме чуть больше. Клиенты будут рассказывать о своих проблемах в наиболее благоприятном для себя свете. Люди имеют тенденцию желать одобрения и хотят, чтобы другие находили их компетентными и умными. Поэтому адвокаты должны ожидать, что клиенты будут отвечать таким образом, чтобы оправдать свою позицию или сделать свои цели легко достижимыми.

Во время ответа клиента адвокат должен стимулировать раскрытие клиентом своей проблемы, поддерживая с клиентом контакт взглядом, кивком головы или репликами, показывая тем самым понимание им ситуации, в которой находится клиент. В случае, когда клиенты излагают проблему очень коротко, адвокат мог бы их попросить: «расскажите поподробнее» или спросить «а что случилось потом?» для того, чтобы добиться более пространного ответа.

Общая ошибка, которую делают адвокаты, заключается в том, что адвокатам не всегда удается позволить клиенту завершить изложение своей проблемы. Некоторые адвокаты считают, что «время – деньги» и могут прервать клиента до того, как он завершит изложение своей проблемы. Большинство клиентов, как правило, ограничивают свое изложение проблемы информацией, относящейся к их делу, и им следует позволять это делать и поощрять их в этом. Однако бывают и клиенты, которые имеют свою никогда не кончающуюся историю. В этом случае адвокат может прибегнуть к контролированию ситуации.

Общая проблема встречается и тогда, когда адвокат выявляет знакомую модель в проблеме клиента. Адвокат, возможно, видел много дел с аналогичным сочетанием фактов и может прибегнуть к поспешной диагностике данного дела. Если адвокат предвосхищает проблему, то он может пропустить едва заметные факты, эмоции клиента и особые решения клиента. Это может, в конечном счете, привести адвоката и клиента на неправильный путь и к нежелаемому результату. Этого можно избежать, если адвокат будет выслушивать клиента, не прерывая, до полного завершения клиентом изложения своей проблемы, пока не выяснится, в чем состоит ее суть и не станет ясно, к какому разрешению стремится клиент.

**Сбор фактов**

Из изложения сути проблемы и ответов клиента станут ясными многие аспекты или значительные события, которые адвокат, возможно, пожелает уточнить и исследовать на этапе сбора фактов в процессе интервьюирования клиента. После того, как эти аспекты или события были выявлены, адвокат должен обсудить их с клиентом для того, чтобы максимально облегчить общение с клиентом. С этой целью адвокат должен установить, какие аспекты или события имеют непосредственное отношение к решению проблемы клиента. Этому часто помогает обсуждение тем, затронутых клиентом, в хронологическом порядке, но клиенту можно сообщить, что какую-то тему нужно будет еще обсудить в дальнейшем.

Адвокат не должен начинать сбор фактов, сосредотачивая свое внимание на каком-то одном важном событии. Любое важное событие состоит из фактов, постепенно подготавливающих событие, собственно события и фактов, следующих за событием. В общем случае адвокат должен начать опрос как можно с более раннего момента, подвести разговор к важному событию, а затем искать факты, имевшие место после этого события.

Клиенты, однако, не адвокаты и не могут распознать правовое значение некоторых фактов или событий. В силу этого важно, что в дополнение к темам, возникшим в результате изложения проблемы клиентом, адвокату нужно будет дополнить их такими темами, которые, как это известно адвокату из его профессиональной подготовки, имеют отношение к проблеме клиента.

На этой стадии интервьюирования адвокат может продолжить использование «технологии воронки»: сперва задавать вопросы о теме в широкой постановке, а затем использовать постепенно сужающиеся вопросы. После завершения рассмотрения каждой темы следующая тема должна рассматриваться опять с использованием «технологии воронки».

Иногда ответы клиента на вопросы недостаточны или уклончивы, или не соответствуют задаваемому адвокатом вопросу. Адвокат может перефразировать этот вопрос или вернуться к нему позже. Если клиент все еще дает неадекватные ответы, то адвокату нужно выяснить причину этого. Понял ли клиент этот вопрос? Не сбился ли клиент, отвечая, с того, на что был направлен вопрос? Нет ли у клиента провалов в памяти? Испытывают ли клиенты беспокойство, отвечая пункт за пунктом, и, особенно, говоря о своих чувствах? Сознательно ли клиент пытается скрыть или сфабриковать информацию? Для выяснения этих проблем, возможно, потребуется более утонченная техника опроса. Но адвокат должен помнить, что ему необходимо построить взаимоотношения с клиентом так, чтобы клиент не смотрел на него как на своего врага.

**Определение проблем, стоящих перед клиентом**

При выявлении того, что составляет проблему клиента, адвокат должен быть готовым к альтернативным взглядам на проблему. Адвокат должен начать разрабатывать какие-то предположительные гипотезы относительно проблемы клиента и различных подходов к ее решению. Имейте в виду, что некоторые возможные решения выявленной проблемы имеют неправовой характер. Адвокат должен уметь распознать правовые проблемы, не выраженные прямо в проблеме клиента. По мере того, как формируются возможные решения, может оказаться необходимым, чтобы адвокат подтвердил некоторые важные факты, от которых зависит решение. Эта проверка фактов может быть выполнена перефразированием замечаний клиента или суммированием его высказываний. На этой стадии интервьюирования адвокат большую часть времени будет говорить, а клиент будет выступать в качестве слушателя.

Хотя адвокат может увидеть несколько возможных решений на этой стадии интервьюирования, из этого не следует, что адвокат будет делиться своими идеями на этой стадии. Если только решение не является очевидным или же существует потребность в срочных действиях, адвокат не должен, как правило, детализировать возможные решения, предсказывать исход. Большинство альтернатив потребует дополнительного исследования, сбора фактов, или дальнейшего их продумывания со стороны адвоката. Никакой адвокат не захочет оказаться в положении человека, советующего клиенту предпринять определенные действия, лишь для того, чтобы отказаться от своего совета на более позднем этапе после проведения дополнительного исследования или сбора фактов.

**Завершение интервьюирования**

В конце интервьюирования необходимо проинформировать клиента о том, что будет происходить после этого, и когда это будет иметь место. Можно обратиться с просьбой к клиенту предоставить адвокату дальнейшую документацию к определенной дате. Адвокат должен проинформировать клиента о том, когда он свяжется с ним, и какие конкретные задачи они выполнят к тому времени.

Обсуждение соглашения между адвокатом и клиентом должно состояться на данном этапе, если оно не рассматривалось ранее в процессе проведения интервьюирования.

**1.4. Получение информации о психологических особенностях клиента**

Для начала несколько слов о важности интервьюирования как первого этапа общения с клиентом. Основное его назначение состоит в том, чтобы в ходе собеседования с клиентом (каковым и является интервьюирование по своей сути) получить необходимую информацию о нем, о других лицах, о каких-либо обстоятельствах, имеющих значение для дела. В ходе интервьюирования составляется мнение об индивидуальном развитии человека, его интеллекте, психическом состоянии, о его отношении к тем или иным событиям, людям. И хотя с помощью собеседования не всегда удается получить исчерпывающую информацию, тем не менее оно помогает узнать клиента, определить по отношению к нему наиболее правильную тактическую линию поведения. Во время этой беседы юристу следует произвести благоприятное впечатление на клиента, продемонстрировать свои положительные качества, стремление объективно разобраться в его проблеме. С учетом всего этого никогда не следует недооценивать значимость правил проведения интервьюирования, о которых и пойдет речь ниже.

Итак, прежде всего в процессе интервьюирования юрист должен помнить, какие цели преследует этот этап общения с клиентом. В самом общем виде их можно сформулировать следующим образом: установить контакт с клиентом; получить от него необходимую информацию; выяснить, в чем заключается цель клиента; наладить действенные взаимоотношения с клиентом. Безусловно, не всегда эти цели могут быть достигнуты в полной мере, так как для этого необходимо владение множеством навыков и не только узкопрофессиональных. Поскольку личность каждого клиента имеет свои психологические особенности, то знание основ психологии и их применение при общении с клиентом является одним из тех навыков, которые могут и должны помогать юристу в достижении стоящих перед ним задач.

Очевидно, что в ходе беседы с клиентом может возникнуть огромное количество различных ситуаций, для разрешения которых потребуется психологический подход. Вполне понятно также, что не все из них можно предусмотреть заранее. Да это и не нужно, так как умение оперативно ориентироваться в создавшейся обстановке тоже необходимо юристу при работе с клиентом. Но все же определенных проблем можно избежать, если всегда следовать правилам, разработанным психологической наукой для более эффективного общения с людьми. На некоторых таких правилах и хотелось бы остановиться в данной статье.

Прежде всего, для достижения такой цели, как установление контакта с клиентом, необходимо правильно организовать место проведения интервьюирования. Оно должно максимально способствовать общению юриста с клиентом. Общераспространенным является такое расположение стульев относительно рабочего стола, когда клиент сидит напротив юриста. Психологи полагают, что при этом у клиента изначально формируется установка, что сидящий напротив человек очень далек от всех его проблем, что ему придется долго объяснять, зачем он пришел и чего он хочет, то есть срабатывает определенный стереотип поведения в кабинетах должностных лиц. Поэтому в большей степени способствовать достижению целей интервьюирования будет такое положение, когда клиент сидит сбоку и при этом не слишком далеко от собеседника. К тому же нужно учитывать, что в студенческие юридические клиники часто обращаются пожилые люди, которые могут иметь проблемы со слухом, и в этих случаях второй способ организации места проведения интервьюирования также является более предпочтительным. А для того чтобы клиент, зайдя в кабинет, не испытывал неудобств, думая о том, на какой из стоящих у стола стульев ему можно сесть, желательно встретить его у двери, провести к столу и предложить: «Присаживайтесь, пожалуйста, вот сюда».

После этого не следует сразу же приступать к выяснению того, с какой проблемой пришел к вам клиент, так как подавляющее большинство людей испытывает определенного рода психологический дискомфорт, общаясь первый раз с незнакомым человеком. Кроме того, нужно учитывать, что проблема клиента может иметь глубоко личный характер, и ему нелегко начать разговор о ней. Поэтому предпочтительнее начинать встречу с общих фраз, причем вовсе не обязательно они должны касаться погоды или состояния здоровья клиента. Очень хорошо роль таких вводных предложений выполняют взаимное представление, объяснение основных правил работы клиники, выяснение необходимых данных о клиенте и т. д. Именно на данном этапе вы уже можете добиться установления взаимопонимания и доверия между вами и клиентом, но для этого также необходимо помнить о некоторых правилах. Психологи говорят о том, что доверие бывает сознательным и бессознательным. Сознательное доверие связано с тем, насколько хорошо вы знаете человека. А бессознательное доверие от этого не зависит, оно связано с тем, насколько человек похож на вас, насколько его внутренний мир совпадает с вашим. И в общении это главное. Поэтому, если в начале разговора вы увидите, что перед вами сидит пожилой, наверняка, малограмотный человек и скажете ему что-нибудь вроде: «Эффективность нашего общения будет зависеть от уровня вашей конгруэнтности», это, очевидно, не вызовет у клиента того самого бессознательного доверия к вам, а даст прямо противоположный результат. Таким образом, на этом этапе очень важно попытаться выбрать язык и стиль общения, которые позволят собеседнику чувствовать себя достаточно комфортно, общаясь с вами. Это, в свою очередь, говорит о том, что юристу необходимо постоянно совершенствовать навыки своего речевого поведения, повышать культуру общения. Важно уметь не только говорить, но и как бы со стороны слушать себя, оценивая убедительность, понятность, доходчивость собственных высказываний, уместность употребления различных речевых форм, степень выразительности своей речи.

Кстати, конгруэнтность – это внешнее проявление того, насколько человек внутренне гармоничен, искренен, насколько все составляющие его поведения работают слаженно и стремятся к единой цели. Поэтому уровень вашей конгруэнтности должен быть как раз очень высоким. Вот, например, если вы, опустив плечи, ссутулившись, глядя в землю, медленно, низким голосом будете говорить клиенту: «Я очень постараюсь вам помочь, я уверен, что все можно решить», – ваши голос и поза будут не конгруэнтны вашим словам, то есть говорите вы одно, а показываете совсем другое. Так вот, доверие тем выше, чем выше конгруэнтность.

Здесь нужно напомнить и о важности невербальных элементов общения, к которым относятся: поза, движения, мимика, жесты, тембр голоса, его интонации и высота, а также многие другие моменты. Соотношение вербальной и невербальной информации примерно 1/6 и 5/6, поэтому всегда следите за тем, насколько ваше поведение соответствует вашим словам, и прослеживайте то же самое у клиента, так как это может дать вам гораздо больше истинной информации, чем все то, что он вам скажет на словах.

Таким образом, качество общения преимущественно определяется уровнем бессознательного доверия, которое складывается из «подстройки под клиента» и конгруэнтности.

На следующей стадии интервьюирования вашей целью является получение представления самого клиента о его проблеме, без навязывания ему вашего восприятия этой проблемы, от чего не всегда легко избавиться. Общепризнанной тактикой здесь является постановка открытых вопросов общего характера. Например: «Расскажите, пожалуйста, о проблеме, которая привела вас ко мне». Вопросы такого типа не устанавливают жестких рамок и направлений, в них не содержится предполагаемого ответа, на них невозможно ответить одним словом - «да» или «нет». Клиент имеет возможность рассказать о своем деле то, что он считает нужным, начав с того, что ему представляется наиболее целесообразным, в том порядке и с теми акцентами, которые он сам определит. Очень важно здесь не перебивать клиента и дать ему сказать все, что он хочет сообщить. Иногда вам может показаться, что клиент пришел к вам с типичной проблемой, с которой вы уже много раз сталкивались, и у вас возникнет желание прервать его, сказав, что вам все понятно и дальнейшие объяснения с его стороны не требуются. Но помните о том, что каждая ситуация может иметь такие особенности, которые будут отличать и ее саму и ее возможное решение от других подобных ситуаций. Поэтому не поддавайтесь искушению судить о сложных явлениях на основании первых, порой поверхностных впечатлений.

И поскольку этот этап полностью обусловлен свободным рассказом клиента, здесь должно в наибольшей степени проявиться умение слушать –важнейшее качество, свидетельствующее о коммуникативной компетентности юриста. Поведение юриста должно поощрять посетителя наиболее полно, объективно излагать все, что он считает нужным сообщить. Этому в значительной мере способствуют: легкие одобрительные кивки головой, заинтересованный взгляд, нейтральные фразы, свидетельствующие о том, что его внимательно слушают, следят за ходом его мыслей, адекватно реагируя на те или иные детали повествования. Неумение выслушивать клиента является барьером на пути установления психологического контакта.

Чаще всего к юристам обращаются люди, психика которых в какой-то мере травмирована, они требуют к себе более внимательного отношения. Некоторые из них, будучи в состоянии эмоциональной взволнованности, испытывают острое желание выговориться. Однако, несмотря на определенную избыточность их высказываний, нельзя демонстрировать вызванное этим раздражение, отвлекаться, перебивать их.

Поэтому в подобного рода ситуациях распространено так называемое нерефлексивное слушание, то есть выслушивание клиента без вмешательства с вашей стороны. От вас требуется умение «внимательно молчать», сопровождаемое краткими вербальными или невербальными сигналами. В этих целях прибегают к коротким репликам, междометиям типа:

*– Да, да, продолжайте..*

*– Надо же!*

*– Да, понимаю... и т. д.*

И сопровождают их соответствующими жестами и мимикой, со слегка заметной подачей корпуса несколько вперед в сторону посетителя.

Во время нерефлексивного слушания не следует спешить сразу же опровергать утверждения клиента, даже если они выглядят не очень убедительными. Все, что нужно делать на данной стадии общения, это поддерживать течение речи собеседника, стараясь, чтобы он полностью выговорился. И лишь когда это слушание исчерпало свои возможности, следует переходить к следующим стадиям интервьюирования – сбору фактов и определению проблемы.

На этом этапе следует перейти к приемам понимающего слушания. Одним из них в психологии является прием постановки уточняющих и детализирующих вопросов. Суть данного приема состоит в выяснении того, что вызвало недопонимание, требует уточнения, детализации:

*– Извините, я не совсем понял...*

*– Уточните, пожалуйста...*

*– Что Вы имели в виду, когда говорили о... и т. п.*

Другим приемом понимающего слушания является перефразирование. Вот некоторые его примеры:

*– Иначе говоря, Вы утверждаете, что...*

*– Если я Вас правильно понял, то Вы... и т. д.*

Весьма близким к перефразированию является прием, получивший название резюмирование, то есть своего рода подведение итогов с выделением главного в предмете состоявшегося разговора. Этот прием и должен использоваться для определения проблемы, за разрешением которой обратился к вам клиент.

Высшим проявлением умения слушать является эмпатическое слушание, своего рода «вчувствование», понимание посетителя не «умом, а сердцем». Особенно восприимчивы к такому отношению к себе лица, страдающие различными неврозами, перенесшие стресс, а также женщины и дети.

Если клиент на этой стадии в силу особенностей своего характера, не считаясь с вашим временем, начинает упорно повторять, по существу, уже сказанное, явно пытаясь склонить вас на свою сторону, можно в вежливой форме прервать его. А если он не реагирует на замечание, можно более решительно напомнить ему:

– Извините, Иван Петрович. Я опять вынужден Вас прервать. К сожалению, у меня ограничено время. Пожалуйста, говорите конкретнее, что Вы еще хотите добавить к тому, о чем уже сказали?

В том случае, если пришедший на прием гражданин занимает ошибочную позицию, настаивая на принятии мер, противоречащих положениям закона, приводятся дополнительные аргументы. Большое значение для сохранения психологического контакта имеет четкость, ясность и убедительность этой аргументации. Для большей наглядности она должна иллюстрироваться примерами из практики разрешения аналогичных вопросов.

В ходе аргументации недопустимы обороты, подчеркивающие недостаточную эрудицию клиента, непонимание им очевидных истин. Не высказывайте оценочных суждений, подрывающих его самооценку, не ведите диалог тоном, не терпящим возражений. Например, не следует прибегать к выражениям такого типа:

*– Я все равно докажу Вам, что Вы не правы...*

*– Вы не понимаете простой истины, что...*

*– Ведь это каждому ясно, что... и т. д.*

Подтекст таких фраз легко угадывается, и человеком с ранимым самолюбием может восприниматься как проявление к нему пренебрежительного отношения. Тем более что такие речевые обороты не содержат никакой аргументации, но в результате их употребления акценты в диалоге смещаются с конструктивного обсуждения каких-то вопросов на оценку личных качеств посетителя, вследствие чего возникает неприязнь и своеобразный психологический антагонизм.

Не следует недооценивать и значения этапа завершения интервьюирования, так как он закрепляет в сознании клиента мнение о том, кто его принимал. Кроме того, ситуация выхода из общения в значительной степени влияет на последующие коммуникативные процессы, если общение с данным клиентом будет продолжено.

Как и рассмотренные выше, эта ситуация предполагает соблюдение определенных форм речевого поведения: от стилистически нейтральных, наиболее простых формул прощания до несколько усложненных форм с высказыванием различного рода пожеланий. Нередко самому акту прощания может предшествовать определенная подготовка, своеобразная переходная фаза, во время которой вам нужно подвести клиента к необходимости завершать разговор, прибегая к употреблению таких фраз как, например:

*– Очень хорошо, кажется, мы сегодня выяснили почти все вопросы... и т. д.*

И, наконец, в тех случаях, когда прогнозируются последующие встречи с клиентом, этап прощания служит своеобразной подготовительной частью будущего общения:

*– Думаю, что этот разговор у нас с Вами не последний...*

*– На следующей неделе я позвоню Вам, и мы договоримся о новой встрече...*

*– В понедельник в 10 часов утра буду обязательно Вас ждать.*

Конечно, рассмотренные психологические особенности не охватывают всех возможных ситуаций, возникающих при интервьюировании клиента. Но соблюдение хотя бы этих основных правил позволит вам существенно облегчить достижение целей интервьюирования и сделает вашу работу гораздо более эффективной.

**1.5. Правила первичного приема клиента в юридической клинике**

1. Подготовьте свое рабочее место к приему клиента. Подготовьте стол, свободный от посторонних предметов, стулья, ручку и бумагу.

2. Встречайте клиента стоя. Доброжелательно поздоровайтесь и вступите в беседу. Представьтесь сами и представьте организацию, которую Вы представляете:

«Добрый день! Меня зовут \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Я студент Юридической клиники Юридического факультета Белгосуниверситета.»

Спросите имя клиента. Провожая клиента к месту, где он будет сидеть, произнесите какую-то неформальную фразу, чтобы установить первый контакт с клиентом, например: «Вы легко нас нашли?». Предложите клиенту сесть.

3. Предупредите клиента о том, что вести дело клиента будет студент клиники под руководством и контролем куратора-юриста, что заключение, которое будет дано в результате, имеет лишь консультативный характер.

4. Сообщите клиенту, что Юридическая клиника не дает консультации по вопросам коммерческой деятельности и по уголовным делам, а также что решение о том, будет ли принято дело клиента к работе, принимается только по окончании первой встречи, при этом консультация будет дана клиенту только во время последующей встречи после одобрения куратора-юриста.

Удостоверьтесь, что клиент понял все условия и согласен с ними.

5. Тактично выясните, не касается ли проблема клиента коммерческой деятельности или уголовного права. Если на этой стадии встречи ясно, что клиника не может оказать помощь клиенту, тактично, но твердо сообщите об этом клиенту и порекомендуйте ему обратиться в ближайшую юридическую консультацию или компетентный орган (внутренних дел, нотариата и др.) (Список органов, адресов и телефонов имеется в ЮК).

6. Предложите клиенту рассказать о проблеме, с которой он пришел. Расположите клиента к себе, проявляйте интерес к рассказу клиента, дайте ему высказаться. По ходу рассказа клиента делайте краткие записи.

7. Выясните, в чем клиент видит правовой интерес, что он хотел бы получить в результате разрешения правовой проблемы.

8. Если клиент в своем рассказе явно «уходит в сторону» от проблемы, тактично верните его в русло беседы. Проявляйте терпение и такт.

9. После окончания рассказа клиента задайте ему уточняющие вопросы, выясните дополнительные обстоятельства, которые могут иметь значение для диагностирования правовой проблемы. Часто клиент не может сформулировать свой вопрос к Вам как к юристу, помогите ему, задавая встречные вопросы. Если у Вас нет такой возможности, Вы должны будете распознать «непоставленные» вопросы и ответить на них. Просмотрите документы, которые принес с собой клиент.

10. Коротко перескажите клиенту сведения, которые имеют правовое значение, и спросите, правильно ли Вы все поняли. Говорите с клиентом понятным языком, избегайте юридических терминов и просторечья.

11. Посоветуйтесь с дежурным куратором, может ли дело быть принято к рассмотрению в юридической клинике. Если да, сообщите об этом клиенту, заполните Карточку дела (графы «Сведения о клиенте»), получите устное разрешение клиента на то, что в случае необходимости выяснения дополнительных сведений, Вы можете уточнить их по оставленному контактному телефону. Получите письменное согласие клиента на рассмотрение его дела в клинике.

12. Снимите копии документов, которые принес с собой клиент. Не оставляйте себе оригиналы документов клиента! По возможности проинформируйте клиента о том, какие документы он должен принести и какие первые шаги предпринять. При необходимости назначьте клиенту промежуточную встречу для того, чтобы он принес необходимые документы.

Назначьте клиенту дату встречи для получения письменного ответа. Назначая дату встречи клиенту, реально рассчитывайте свои силы и возможности. Ваша консультация клиенту должна состояться не раньше чем через неделю. За неделю Вам необходимо подготовить письменный ответ, который должен быть одобрен куратором не позднее чем за 3 дня до встречи с клиентом. Если куратор укажет Вам на ошибки, у Вас должно быть время на их исправление и еще одну встречу с куратором. Лучше быть готовым за несколько дней до назначенной встречи, чем переносить встречу!

13. Не давайте клиенту никаких радужных обещаний. Доброжелательно попрощайтесь с ним.

14. Прощаясь с клиентом, встаньте и проводите его до двери.

15. Согласуйте с куратором, кто из студентов назначается ответственным по данному делу (если дело сложное либо необходимо изучение большого количества материалов, могут быть назначены несколько ответственных студентов) и укажите данные в Карточке дела (графы «Сведения о студентах»). Ответственный за дело студент должен уточнить у куратора номер, который присваивается данному делу, и указать его в Карточке дела.

В дальнейшем делопроизводство и основная работа по делу осуществляются ответственным студентом, однако это не исключает возможности участия в деле иных заинтересованных студентов.

Заполните оставшиеся графы Карточки дела.

Полезной для студентов-юристов клиники будет памятка следующего содержания:

**ПАМЯТКА**

**о порядке проведения первичного опроса клиента**

1. Представьтесь и узнайте Ф.И.О. клиента.

2. Ознакомьте клиента с условиями и порядком оказания юридической помощи в Юридической клинике Белгосуниверситета:

a. Цель и задачи деятельности ЮК

b. Кто оказывает услуги в ЮК

c. Как обеспечивается правильность и компетентность консультации

d. Кому оказывается помощь в ЮК

e. Бесплатность услуг ЮК

f. Относит ли себя клиент к данной категории граждан

g. Возможность приостановления работы по делу в связи с сессией и каникулами с обязательным предварительным уведомлением клиента;

h. Возможность использования материалов в учебном процессе с соблюдением анонимности;

i. Возможность обратиться в Юрконсультацию даже после обращения в ЮК

3. Дайте клиенту ознакомиться и подписать бланк «Согласие клиента на ведение его дела студентами Юридической клиники Белгосуниверситета под надзором куратора»

a. Объясните, почему необходимо заполнить и подписать бланк

b. Ознакомьте клиента с содержанием бланка

c. Убедитесь, что у него нет вопросов по содержанию бланка

d. Попросите клиента заполнить и подписать бланк

4. Заполните следующие строки опросного листа-анкеты:

a. Консультант

b. Клиент (полное Ф.И.О.)

c. Дата приема

d. Адрес клиента, телефон (если клиент работает, то для связи с ним узнайте его рабочий телефон)

e. Социальный статус

f. Куда обращался до прихода в Юридическую клинику Белгосуниверситета (по данному правовому вопросу)

g. Обращался ли в Юридическую клинику Белгосуниверситета ранее

1. Проведите интервьюирование
2. С согласия клиента сделайте копии с принесенных им документов, относящихся к делу. Оригиналы документов верните клиенту.
3. Назначьте время следующей консультации
4. Проводите клиента и подтвердите дату последующей встречи.
5. После проведения первичного приема клиента (при отсутствии необходимости подготовки для клиента каких-либо документов) зарегистрируйте обращение клиента в журнале устных консультаций.
6. Занесите дату встречи, фамилию клиента и фамилию консультанта в ежедневник-календарь.
7. Заполните следующие строки опросного листа-анкеты:

a. Номер дела (он соответствует номеру регистрации в журнале устных консультаций)

b. Противная сторона

c. Тип дела

d. Краткое описание проблемы

е. Принятые меры

12. Занесите дату проведённой и назначенной встречи в план работы по делу.

**Пояснения к памятке студенту юридической клиники**

Для проведения интервью и консультирования клиента юристу необходимо подготовиться. В том числе, необходимо подготовить бланки, которые подлежат заполнению юристом в ходе интервью.

Студент-клиницист должен подготовить следующие бланки: лист первичного опроса, бланк с информацией об условиях работы Юридической клиники для клиента и распиской о получении информации, бланк с информацией о часах работы Юридической клиники и памяткой для клиента.

**ПОДГОТОВКА К ВСТРЕЧЕ КЛИЕНТА**

**ТЫ И КЛИЕНТ**

* Найти клиента
* Определить время встречи
* Записать клиента у методиста (можно предварительно по телефону)

**ТЫ – СТУДЕНТ-ЮРИСТ**

* Приведи себя в порядок
* Сосредоточься
* Вовремя приди на встречу

**РАБОЧЕЕ МЕСТО**

* Найти посадочное место для себя и для клиента
* Подобрать необходимые бумаги (опросный лист, информация для клиента и др.)
* Ты сам на рабочем месте

Слово «интервью» вошло в русский язык в конце XIX века, произошло от английского *interview* – встреча, свидание, беседа.

Навыки интервьюирования – умение юриста получить от клиента необходимые сведения и данные о фактических обстоятельствах дела, которые позволяют дать ему консультацию, соответствующую закону, или эффективно исполнить функции адвоката, а также получить сведения о самом клиенте и о людях, связанных с рассматриваемым делом.

Цель проведения интервью (опроса) – извлечение, получение максимально полной и надежной информации. Все дальнейшие действия юриста в полной мере зависят от проведенного интервьюирования.

Обстоятельствами, влияющими на точность получения информации, являются:

* Профессиональная подготовка юриста (владение правом, знание психо­логии личности, умение применить знания на практике и др.).
* Личность юриста.
* Личность клиента (психотип, принадлежность к разным слоям общества, образование, профессия, желание отвечать на вопросы, и др.).
* Личность опрашиваемого.
* Цель визита клиента.

Проведение опроса – процесс динамичный, зависящий от взаимодействия не менее двух лиц.

Очень важен психологический аспект взаимоотношений юриста и клиента. И здесь юристу важно развивать в себе коммуникативные способности.

Внешний вид, интонация голоса, аргументация и оперирование законо­дательными актами – все имеет большое значение. Также имеет большое значение эмоциональная сторона установленных взаимоотношений.

Очень важным представляется здесь изучение личности самого клиента, что позволит правильно построить свои взаимоотношения с ним, а затем и поведение в суде.

Важно психологически познать клиента, получить информацию о психологических особенностях, понять внутреннее состояние, что даст возможность предсказать его действия, поступки, поведение в различных ситуациях.

Более или менее точное представление об особенностях памяти человека подскажет, сможет ли он запомнить нужные сведения, вовремя, точно и полно воспроизвести их. Оценивая внимание человека важно учитывать его устойчивость и переключаемость, так как от них зависят результаты деятельности человека и характер общения с ним. Эти же особенности внимания должны приниматься в расчет при взаимодействии с данным человеком. Так, зная заранее, например, о том, что данный человек не в меру рассеян, что его внимание неустойчиво, необходимо быть настойчивым, сообщая ему ту или иную информацию.

Изучив мотивацию человека, также можно получить немало важных сведений о нем, узнать, каковы его основные потребности и интересы, мотивы поведения, цели и ценности, каким образом он принимает и реализует разнообразные решения.

Немаловажно иметь представление и о типе темперамента человека, знать, например, холерик он, флегматик, сангвиник или меланхолик. Тип темперамента определяет динамические особенности индивидуального поведения человека: скорость реакции, эмоциональность, уровень общей активности. К каждому типу темперамента нужно приспосабливаться и, зная заранее индивидуальные расхождения в темпераментах, можно предупредить возникновение напряженности в отношениях, например, между юристом и клиентом. Поведение клиента может зависеть, в том числе, от характера юриста. Следовательно, собственный характер юрист должен знать в первую очередь.

Для сангвиника характерны среднеразвитые показатели по всем свойствам темперамента. Для холерика – высокие показатели по энергичности, темпу и эмоциональности при средних и высоких показателях по пластичности. Флегматик – низкие показатели по всем свойствам темперамента. Меланхолик – низкие показатели по энергичности, пластичности, темпу при средних или высоких показателях по эмоциональности.

Еще более важно точно знать черты характера, так как именно они определяют непосредственно поведение человека, его действия, реакцию, поступки в тех или иных социальных ситуациях. Более того, зная, что темперамент и характер достаточно устойчивы, приходится принимать как неизбежное некоторые поступки человека, строить личные и деловые взаимоотношения с ним с учетом уже сложившихся особенностей.

Наконец, далеко не последнюю роль в психологическом познании человека играет выяснение его отношения к самому себе и к окружающим людям: доволен ли он собой и своими взаимоотношениями с окружающими, сговорчив или несговорчив, контактен или замкнут, общителен или малообщителен по своей натуре.

Для чего необходимо все это знать? Прежде всего, для того, чтобы иметь возможность установить контакт с данным человеком.

Во вводной стадии опроса юристу совместно с клиентом необходимо определить, сколько времени будет продолжаться опрос, какова цель опроса, сохранена ли конфиденциальность, какие предполагаются методы фиксации. Также должны быть четко определены взаимные обязательства, будет ли принято поручение, план действий, ожидаемый результат. Если есть такая возможность, то студент должен предложить клиенту несколько вариантов решения его проблемы. Но ни в коем случае студент не должен обнадеживать клиента положительным результатом решения его проблемы, не должен брать на себя полную ответственность за исход дела. В то же время клиенту важно услышать, что юрист сделает все для разрешения его проблемы.

Кроме того, юрист должен всегда помнить, что далеко не для всех споров наилучшее решение – это обращение в суд либо иной государственный орган. Большое значение в работе юриста имеет способность оказать помощь своему клиенту без обращения в суд, что может существенно сократить сроки работы по делу, уменьшить финансовые расходы клиента, избежать иных потерь.