

Правовое консультирование бездомных. Практические рекомендации

Содержание

1. Предварительные замечания

2. Введение с переходом на принципы

2.1. Стереотипы общественного сознания и правовое консультирование

2.2. Интерес к клиенту

2.3. Уважение к клиенту

2.4. Вежливость

3. Этапы большого пути. Практические советы

3.1. Создание рабочего места консультанта

3.2. Первый контакт. Знакомство с клиентом

3.3. Сортировка проблем

3.4. Выяснение обстоятельств

3.4.1. Опрос клиента

3.4.2. Д/З, или Несвященные писания

3.4.3. Проверка, уточнение и актуализация информации

3.4.4. Разъяснения законодательства

3.5. Составление запросов, заявлений и жалоб

3.5.1. Помните не только о духе, но и о букве закона

3.5.2. Вы не машинистка

3.5.3. Особое внимание обратите на правильность написания имен, фамилий, названий

3.5.4. От заглавной буквы «У» до тиража и типографии

3.6. Практические советы клиентам

3.6.1. Дневник не для оценок

3.6.2. Пишите письма

3.6.3. Предоставление клиенту информации в письменном виде

3.7. Несколько практических советов

3.7.1. Копии документов

3.7.2. Обсуждение с коллегами

3.7.3. Неразрешимые проблемы

4. Психологические проблемы, ловушки и манипуляции

5. Техника безопасности

6. Заключение

1. Предварительные замечания

Рекомендации составлены на основе личного 19-летнего опыта правового консультирования бездомных и лиц из групп риска по бездомности. Этим опытом они и ограничены, поэтому не универсальны.

При составлении этого материала, так же как и в практической работе, я рассматривал правовое консультирование как один из элементов комплекса реабилитационных и профилактических мероприятий, выполняющий в связи с этим не только прямые задачи (решение юридических проблем клиента), но и некоторые косвенные.

Ниже вы найдете описания множества мелочей, на первый взгляд, казалось бы, несущественных. Я намеренно включил их в текст. Как говорят японцы, принимаясь за большое дело, помни о мелочах. Неучтенные детали – это тот песок в шестеренках, который снижает эффективность работы любого механизма.

Надеюсь, что этот материал будет полезен и тем, кто только вступает на путь правового консультирования бездомных, и руководителям благотворительных организаций, планирующих или осуществляющих такие программы.

2. Введение с переходом на принципы

Бездомные как клиенты правового консультанта практически ничем не отличаются от основной массы посетителей обычной юридической консультации. Составить усредненный портрет такого клиента невозможно, да и не нужно: это совершенно разные люди, с совершенно разным жизненным опытом, разным уровнем образования, разными привычками, проблемами и т.д. От прочих они отличаются лишь тремя нюансами: отсутствием регистрации по месту жительства, недоступностью для них большинства социальных сервисов, которыми «домашние» граждане пользуются практически беспрепятственно, а также множеством негативных стереотипов общественного сознания, через призму которых смотрит на них общество, в том числе, к сожалению, порой и те, кто по долгу службы призван оказывать им помощь.¹

2.1. Стереотипы общественного сознания и правовое консультирование

Стереотипы общественного сознания – первая ловушка на пути консультанта. Следование стереотипам – верный путь к тяжелейшим профессиональным ошибкам.

Для наглядности приведу пример из другой области – медицины.

Все мы знаем, что сердце и поджелудочная железа у человека находятся слева, а печень и аппендикс – справа. Но еще в XVII в. было описано правостороннее расположение сердца при обратном («зеркальном») расположении всех внутренних органов [Leccius; 1643; Riolan; 1652]², а в XIX веке – правостороннее расположение сердца при нормальном расположении других внутренних органов [Grunmach E., 1890]. Поэтому профессиональный врач всегда, когда речь заходит о манипуляциях на внутренних органах, сначала исследует их расположение у конкретного пациента.

Так и правовой консультант работу с каждым клиентом должен начинать «с чистого листа».

С каждым новым клиентом «с чистого листа» – это один из важнейших принципов работы правового консультанта. О клиенте нет и не может быть ничего заведомо известного, все обстоятельства дела и все особенности клиента выясняются в процессе работы. Но чтобы выяснить это, надо иметь к нему живой и дотошный интерес.

2.2. Интерес к клиенту

Живой и дотошный интерес к клиенту имеет огромное практическое значение не только в плане получения информации, необходимой для качественного консультирования, но и в целом для процесса оказания правовой помощи, реабилитационного или профилактического процесса. Бездомные и лица из групп риска – это люди, которые, как правило, мало кого интересуют как личности, мало кого интересуют с точки зрения оказания помощи, которые редко сталкиваются с бескорыстным интересом к собственной персоне.

Живой и дотошный интерес к такому клиенту позволяет не только получить максимально полную информацию, необходимую для качественного консультирования, но и установить доверительный контакт. Доверие к консультанту, уверенность в том, что ему интересны все детали дела, очень важно, ибо зачастую процесс правовой помощи клиенту не заканчивается консультацией и степень доверия во многом определяет дальнейшее поведение клиента, его готовность к длительной совместной работе с консультантом, готовность точно выполнять полученные от него рекомендации.

Кроме того, интерес, проявляемый консультантом, поднимает клиента в собственных глазах, увеличивает его уверенность в себе и своих силах, его самоуважение. Это благотворно влияет и на

¹ Борьба со стереотипами не входит в задачи этой работы, поэтому я оставляю ее на потом. Бог даст, напишу и о них. Материалов собрано много.

² По статистике, зеркальное расположение внутренних органов встречается у одного человека из десяти тысяч.

процесс оказания правовой помощи, и на общий реабилитационный или профилактический процесс.

Естественно, форма проявления этого интереса должна быть уважительной, а живость и дотошность ограничиваться вопросами, имеющими отношение к делу, а также практическое значение³.

Мне, например, не важно, в каком именно подвале живет клиент. Важно, что он не имеет принадлежащего ему жилья.

2.3. Уважение к клиенту

Уважение к людям – известный принцип социальной работы, согласно которому уважительного отношения заслуживают все люди. Из него следует, что нельзя лишать человека уважения из-за роли, которую он играет, какой-либо черты характера. Некоторые авторы считают уважение к людям основной ценностью социальной работы, из которой вытекают все другие ценности.⁴ Эта азбучная истина, казалось бы, не требует повторения. Однако, как мне кажется, она требует расшифровки.

Проблема вот в чем. Если о том, что такое уважение, образованные сограждане в большинстве своем еще могут сказать что-то типа: «Уважение – одно из важнейших требований нравственности, подразумевающее такое отношение к людям, в котором практически (в соответствующих действиях, мотивах, а также в социальных условиях жизни общества) признается достоинство личности»,⁵ – то описать, в чем конкретно оно проявляется (должно проявляться), бывает гораздо сложнее.

Уважение не позволяет причинять вред другому: ни физически – насилуем, ни морально – суждением. По Канту, такое уважение даже скорее, чем симпатия, составляет норму межчеловеческих отношений; только на его основе может возникнуть установка объективной благожелательности, позволяющая нам не судить, а понимать другого.⁶

Уважение предполагает доверие к людям, внимательное отношение к их убеждениям, устремлениям, чуткость, вежливость, деликатность.

В годы давно минувшей юности меня поразила рассказ об одном английском враче, изучавшем проказу. Он приходил к причалу, куда прокаженных свозили для отправки на какой-то заброшенный остров, и наблюдал за больными, ожидавшими погрузки на корабль. Однажды он присел на бревно, на котором сидел прокаженный, куривший сигару. В какой-то момент прокаженный поймал его взгляд и, видимо, решив, что это тоже ожидающий погрузки коллега по несчастью, который хочет курить, протянул ему окурки сигары. Чтобы не обидеть прокаженного, доктор взял окурки и, сделав несколько затяжек, с благодарностью вернул его владельцу.

Надо заметить, что риск заражения неизлечимой в то время проказой при этом был чрезвычайно высок.

Я не призываю вас к рискованному поведению типа курения с клиентами одной сигареты или, не дай Бог, питья из одного стакана⁷, но проявлять уважение нужно даже к представителям придонного слоя бездомных. Это вполне можно делать без особого риска для здоровья. Например, я не считаю для себя чем-то унижительным и недопустимым рукопожатие с клиентом. Довольно часто именно так прощаюсь с клиентами. Другое дело, что если чистота рук клиента внушает сомнения, то после его ухода вымою руки или обработаю их дезинфицирующей салфеткой: деликатность не подразумевает отрицание мер гигиены.⁸

Для ревнителев моральной чистоты поясню, что то, о чем я написал, – не проявление двуличности, а просто четкое разделение отношения к человеку (уважение) и профессионального подхода к реабилитационному процессу (важно поднять самоуважение клиента), с одной стороны, и соблюдения мер гигиены (своего рода, гигиены труда), с другой. И соединение того и другого в работе.

Еще раз хочу подчеркнуть: уважение – это отношение (чувство) к клиенту, а не только какие-то формальные действия. Если вы предельно вежливы, но испытываете к этим людям презрение или осуждение, или страх, вам лучше поискать иное поле приложения своих сил и талантов.

³ К вопросам, имеющим практическое значение, можно отнести, например, вопрос о способе связи с клиентом. В необходимых случаях, разумеется.

⁴ Гулина М.А. Словарь справочник по социальной работе, 2010 г.

⁵ Словарь по этике / Под редакцией И.Кона, 1981 г.

⁶ В.Зорин. «Евразийская мудрость от А до Я», толковый словарь.

⁷ О панибратстве и прочих недопустимых в отношении с клиентами вещах будет сказано ниже.

⁸ Вообще периодическое мытье рук и/или их обработка дезинфицирующими средствами рекомендуется при консультировании любых категорий населения: приходится контактировать с документами, прошедшими множество рук и поверхностей, стерильность которых нам неизвестна.

Помню одну умненькую девочку, которая во время учебы в аспирантуре решила поработать правовым консультантом в «Ночлежке», на приеме. Месяц стажировки закончился, завтра первый самостоятельный прием, а у нее слезы от страха перед работой с этими клиентами. Кое-как общими усилиями успокоили. Через некоторое время захожу к ней на прием посмотреть, как идут дела, и вижу такую картину: напротив стола, за которым сидит наш консультант, на расстоянии двух метров стоит маленький столик, за которым сидит посетитель, и общение происходит на такой дистанции. Клиент чувствовал себя весьма некомфортно... Сейчас эта девочка успешно работает в сфере, не связанной с помощью социально незащищенным людям.

Уважение к клиенту проявляется во всем, в том числе, например, в уважении времени клиента. Понятно, что не всегда можно точно определить, сколько продлится работа с конкретным посетителем, но если вы чувствуете, что потратите на сидящего у вас в кабинете клиента все оставшееся до конца рабочего дня время, а в коридоре (холле) к вам очередь, то имеет смысл выйти к людям и сказать, что, по-видимому, вы до конца приема будете работать с находящимся в кабинете человеком и больше никого принять не успеете. Возможно, следует уделить очереди 10-15 минут: спросить о том, какие у кого вопросы. Может быть, на мелкие вопросы вы сможете ответить сразу, а по каким-то вопросам дать совет по подготовке к следующему визиту (собрать и принести необходимые справки, составить описание ситуации и проблемы, и т.п.). Люди ценят внимательное и уважительное отношение, у них не накапливается раздражение от безрезультатного *сидения* под дверью, а те, кому вы дали советы по подготовке к следующему визиту, получают шанс эффективнее использовать свое время. Кстати, организация сидячих мест для ожидающих очереди – тоже одно из проявлений уважения и внимания к ним. В случае отмены или переноса приема надо, по возможности, заранее предупредить клиентов.

2.4. Вежливость

Я уже упоминал вежливость как элемент уважительного отношения к клиенту, однако хочу немного раскрыть эту тему.

Очень просто быть вежливым, когда все хорошо, клиент адекватный, проблемы решаемые. Труднее с людьми не вполне адекватными, провоцирующими, пытающимися манипулировать консультантом. Однако и в этом случае консультант должен сохранять собственное достоинство и быть вежливым.

Вежливость не подразумевает сюсюканья с клиентом; эмоциональный диапазон, в котором консультант обращается к клиенту, может варьироваться от доброжелательности до жесткого императива⁹, но обращаться к клиенту всегда надо вежливо.

Отдельно надо упомянуть недопустимость использования обценной лексики. Казалось бы, это общее правило, о котором можно и не говорить, однако при работе с бездомными это правило не только вежливости, но и безопасности. Употребив нецензурные или оскорбительные жаргонные слова и выражения, консультант не только, как говорят японцы, теряет лицо, но и рискует здоровьем и жизнью. Дело в том, что среди бездомных и лиц из групп риска по бездомности довольно много людей, прошедших тюремные университеты. У некоторых из них агрессивная реакция на такие слова практически рефлекторна, и агрессия эта часто проявляется в действии. На моей памяти есть как минимум два случая, когда использование нецензурных и оскорбительных жаргонных слов закончилось летальным исходом. Правда, и в том, и в другом случае погибшие были не консультантами, а такими же бездомными, как и их убийцы, но стоит помнить, что статус консультанта – не бронешилет.

Впрочем, то, что касается недопустимости употребления обценной лексики, не является специфическим правилом, соблюдать которое необходимо только при работе с бездомными и представителями групп риска по бездомности. Соблюдение этого правила позволит избежать многих проблем и в повседневной жизни.

3. Этапы большого пути. Практические советы

3.1. Создание рабочего места консультанта

Задачей этого этапа является создание обстановки, комфортной как для клиента, так и для

⁹ Например, в случае оскорбления со стороны клиента вполне уместно указать ему на дверь, попросить покинуть помещение, отказать в дальнейшем оказании помощи.

консультанта, а также условий для эффективной работы.

Оптимальным рабочим местом для консультаций является отдельный кабинет, желательно с хорошей звукоизоляцией от других помещений: в процессе работы клиент посвящает консультанта в различные обстоятельства своей частной жизни и имеет право на сохранение этих обстоятельств в тайне, что называется, от мира и клира.¹⁰

Как правило, общение с клиентом происходит через стол. Он должен быть достаточных размеров, позволяющих не только расположить оргтехнику, но и разложить документы, представленные клиентом. Ширина такого стола примерно соответствует дистанции психологического комфорта при общении сидя.

Для обеспечения комфортного взаимодействия с клиентом важно, чтобы у вас с клиентом была постоянная возможность визуального контакта. Поэтому постарайтесь так расположить оргтехнику, чтобы она не препятствовала этому.

Психологически нежелательно взаимное фронтальное расположение клиента и консультанта, поэтому стул клиента лучше ставить к столу боком.

Необходимо укомплектовать кабинет следующим оборудованием:

- компьютер (в комплекте с монитором и устройствами ввода информации) с выходом в сеть Интернет;
- принтер;
- копир;
- сканер.

Не всегда некоммерческая организация может позволить себе оснастить кабинет консультанта полным комплектом оргтехники. В этом случае минимальный набор непосредственно в кабинете может состоять из компьютера и принтера, а копиром и сканером организации консультант должен иметь возможность беспрепятственно пользоваться.

Кабинет должен быть укомплектован всей необходимой канцелярской продукцией, включая конверты для запросов и обращений, а также файлы и папки.¹¹

Кабинет должен быть хорошо освещен.

Учитывая высокий уровень зараженности бездомных и людей из групп риска по бездомности туберкулезом, необходимо оснастить кабинет приборами обеззараживания воздуха. Это целесообразно и с точки зрения снижения риска заболевания консультанта банальными респираторными инфекциями (грипп, ОРВИ и т.п.), и с точки зрения эпидемической безопасности клиентов.¹² Желательна также хорошая вентиляция.

Также целесообразна периодическая обработка поверхностей (полы, стены, мебель, дверные ручки) дезинфицирующими средствами. Однако проводить такую обработку при клиентах не следует.

В том случае, если организация не обладает достаточным набором помещений, чтобы хотя бы на время приема предоставить консультанту отдельный кабинет, рабочее пространство консультанта необходимо отделить перегородками или хотя бы ширмами, визуально изолирующими место приема. В такой зоне консультативного приема также необходимо установить отдельный прибор для обеззараживания воздуха.

На двери или около двери кабинета необходимо разместить информацию о фамилии, имени и отчестве консультанта, а также расписании приема.

Учитывая естественные физиологические процессы, необходимым элементом организации консультационного и реабилитационного пространства являются доступные для клиентов туалеты. С одной стороны, это избавит клиентов от связанных с отсутствием туалета физических и нравственных страданий, что позволит им сосредоточить свое внимание на задаваемых консультантом вопросах, а с другой – избавит вашу организацию от проблем с жильцами соседних домов, во дворах и подъездах которых ваши клиенты при отсутствии доступного туалета будут вынуждены импровизировать с выделением.¹³

¹⁰ Каждый имеет право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну (ст. 23 Конституции РФ).

¹¹ Если есть возможность, файлы и папки желательно приобрести в таком количестве, чтобы в необходимых случаях можно было давать их клиентам.

¹² Такие приборы нужны и в других помещениях, где происходит работа с бездомными клиентами, – социальной приемной, помещении для выдачи одежды и др.

¹³ О том, какую краску в образ бездомных, формирующийся в сознании обывателей, привносит отсутствие общедоступных бесплатных общественных туалетов, говорить, полагаю, не надо. Хотя далеко не все уличные и подъездные подражатели «писающего мальчика» (Jerôme Duquesnoy. Писающий мальчик, 1619, Брюссель, бронза, высота - 61 см.) бездомны.

3.2. Первый контакт. Знакомство с клиентом

Задачей первого контакта является установление доверительных и одновременно деловых отношений между консультантом и клиентом, определение круга проблем, на решение которых будут направлены их усилия.

Обычно контакт начинается с появления клиента в кабинете (рабочем пространстве) консультанта, а далее возможны различные сценарии.

Некоторые клиенты, не представляясь, сразу начинают излагать волнующие их проблемы. Такому клиенту следует предложить присесть и попросить для начала представиться.¹⁴ После того как эта просьба будет выполнена, попросите клиента изложить *суть* его вопроса (проблемы). Обычно я именно так и прошу: «Изложите, пожалуйста, *суть* Вашей проблемы». Использование слова «суть» с интонационным его выделением порой оказывается достаточным намеком для того, чтобы клиент без излишних на данном этапе работы подробностей начал излагать свои проблемы.

Некоторые клиенты, наоборот, начинают с очень длинного представления, более похожего на изложение анкеты, заполнявшейся кандидатом на вступление в КПСС. Как правило, это клиенты, которые, столкнувшись со стигматизацией и дискриминацией их как бездомных, подсознательно предполагают и у вас негативное отношение к «бомжам» и пытаются доказать вам, что они не «такие», что они хорошие, что они имеют заслуги перед обществом и достойны лучшего к себе отношения, чем «бомж обыкновенный». Не стоит затягивать этап знакомства – имеющие отношение к делу подробности боевой, трудовой или семейной биографии клиента вы выясните на следующем этапе консультирования. Так же, как и в первом случае, предложите клиенту изложить *суть* проблемы.

Существует также категория клиентов, которые с порога начинают жаловаться на все структуры, куда они ранее обращались, на отсутствие в мире правды и справедливости, на то, что «не ту страну назвали Гондурасом» и т.п. Они с порога начинают просить у вас помощи в деле наказания всех негодяев, встреченных ими на жизненном пути.¹⁵ Это довольно сложные клиенты, часто с ментальными проблемами, они в дальнейшем, как правило, или пытаются навязать консультанту роль «спасителя»¹⁶, или втянуть в холивар со всем миром.¹⁷ Целесообразно вежливо остановить поток жалоб и так же, как в предыдущих случаях, попросить изложить *суть* проблемы. Если клиент заикнулся на обидах, причиненных ему чиновниками, депутатами, судьями и прочими нехорошими, в его понимании, людьми, и продолжает на вас эти обиды изливать, не излагая при этом сути проблемы, следует вежливо, но настойчиво направить его словесный поток в нужное русло. Для этого можно использовать уточняющие вопросы, типа: «А по поводу чего вы обращались к прокурору?», – или: «А с чего все началось?».

Выслушав изложение клиентом сути его проблемы (проблем) следует уточнить, правильно ли вы поняли сказанное им. Обычно я прямо спрашиваю клиента: «Правильно ли я понял, что ...?».

Это, во-первых, позволяет вам убедиться, что вы верно поняли клиента, а, во-вторых, показывает клиенту, что вы внимательно относитесь к нему, к его словам или, во всяком случае, стремитесь их понять. Это формирует у клиента доверие к консультанту.

Если клиент говорит, что вы поняли его неправильно или не вполне правильно, не просите его снова изложить его проблему, а спросите, что именно вы не так поняли.

¹⁴ Представление клиента вообще является обязательным элементом начала консультации. При этом фамилию, имя и отчество клиента желательно записать на листок бумаги или в рабочий блокнот (желательно, на чистую страницу). Такая запись позволяет избежать неловкости, возникающей порой, если вы забыли имя и отчество клиента, а вам надо к нему обратиться. Вместе с тем не рекомендую сразу начинать записывать данные клиента в журнал учета посетителей. У клиента в этом случае может возникнуть ощущение, что он вам не интересен, а вы лишь формально «отрабатываете номер». В журнале учета посетителей необходимые записи лучше делать в конце общения с клиентом.

¹⁵ Порой такие клиенты прямо с порога заявляют что-то типа: «Составьте мне, пожалуйста, иск в Страсбургский суд о взыскании морального вреда с соседей, которые наводят на меня порчу, а когда я на них жалуюсь дворнику, называют меня душой, и привлекут к уголовной ответственности дворника, который не принимает к ним никаких мер».

¹⁶ О психологических ловушках в правовом консультировании речь пойдет позже.

¹⁷ «Холивар» – слово из интернет-сленга, обозначающее бесконечные прения непримиримых оппонентов, склоку, свару. Слово происходит от англ. holy war «священная война». Я использовал здесь этот жаргонизм потому, что он очень точно отражает суть дела: у клиента затяжная свара со всем миром, которую он считает священной войной за правду и справедливость.

После того, как клиент ответит вам на этот вопрос, еще раз изложите клиенту ваше видение проблемы, в той части, в которой он был не согласен с вашей трактовкой, и переспросите: «Теперь я Вас правильно понял?».

Необходимо правильно уяснить себе, какая проблема волнует клиента и как он эту проблему понимает и оценивает.

На этом этапе важно также обратить внимание на то, как человек формулирует свои мысли, какую терминологию при этом использует, насколько конкретно и точно он это делает.

3.3. Сортировка проблем

После того, как вы убедились, что правильно поняли, какие проблемы волнуют клиента, вам следует определиться с тем, какие из его проблем лежат в вашей компетенции, т.е. могут быть решены с вашей помощью, а какие нет, и сказать об этом клиенту.

Этот этап, казалось бы, несложен, но и здесь есть свои рифы и мели.

Далеко не все клиенты умеют точно формулировать и излагать свои мысли: как правило, они описывают свои проблемы не как правовые, а как бытовые, экономические и т.п.

Например, клиент жалуется на то, что у него нет (не хватает) денег на лекарства. На первый взгляд, это вопрос не юридический и следует порекомендовать клиенту обратиться в организацию, которая предоставляет помощь в приобретении медикаментов. Если такая есть. Однако, вполне возможно, что данный клиент имеет право на меры социальной поддержки, которые позволят ему приобретать необходимые ему лекарства или получать их бесплатно. Таким образом, вопрос из социально-экономического превращается в социально-правовой, и вы можете помочь клиенту в его решении.

Часто у клиента целый комплекс юридических проблем. Следует определить, какие из них первичны, какие вторичны, как они взаимосвязаны и в каком порядке их следует решать.

Об этом также следует сказать клиенту.

3.4. Выяснение обстоятельств

Этап выяснения обстоятельств крайне важен с точки зрения перспектив дальнейшей работы с клиентом. Задача данного этапа – максимально полный сбор информации. Как правило, он начинается с опроса клиента.

3.4.1. Опрос клиента

Опрос клиента позволяет получить информацию об обстоятельствах, имеющих отношение к проблемам клиента, а также об отношении клиента к тем или иным фактам.

Я не буду уделять много внимания технике ведения опроса: в каждом конкретном случае в зависимости от сложности вопроса и личности клиента вам придется выбирать ту тактику и технику, которые позволят с минимальными временными затратами получить необходимую информацию.

Лишь на трех примерах опишу несколько специфических приемов, которые иногда помогают при работе с некоторыми из проблемных клиентов.

Пару лет назад была у меня пожилая клиентка с посттравматической амнезией после сотрясения головного мозга. Тихая, трезвая, работающая, паспорта не имела, а данных, важных для решения вопросов с гражданством России, не помнила. Помнила она только название города, в котором жила где-то в начале 90-х прошлого века. Ни адреса, ни названия улицы, ни точного периода проживания, ни того, постоянно ли она была там прописана или нет, ни места работы. Челябинск, и ничего более. Естественно, что все ее походы в ФМС заканчивались ничем. А без паспорта ни пенсию оформить, ни в дом престарелых не устроиться.

В этой ситуации я применил методику опроса, которая позволила задействовать различные виды памяти клиентки (зрительную, слуховую, двигательную) и создать описание того места, где она жила.

Сначала задавал вопросы, были ли поблизости какие-то крупные или значимые объекты и важные учреждения: парк, вокзал, ветка железной дороги, водоем, памятники, здание городской или районной администрации и т.п.¹⁸ Потом уточнял, какие именно объекты, и насколько далеко от места

¹⁸ Здесь в основном задействуется зрительная и, реже, слуховая память. Чтобы задействовать слуховую память, вопрос о близости железнодорожных путей дополнялся вопросом, было ли дома или около дома слышно проходящие поезда.

ее жительство они были.¹⁹

Со стороны это, наверное, напомнило бы эпизод в такси из фильма «Джентльмены удачи».²⁰

Затем на основе полученной информации в Интернете с помощью поисковых систем были найдены адреса объектов, которые, по словам клиентки, находились недалеко от места ее проживания, и соответствующие карты Челябинска. В результате, с точностью до дома был вычислен адрес, где клиентка жила и, как позднее выяснилось, имела постоянную прописку по состоянию на 06.02.1992 года.

На основании полученных таким образом данных был составлен запрос в УФМС Челябинска, ответ на который содержал всю информацию, необходимую для оформления паспорта, что позволило помочь клиентке в оформлении паспорта, назначении пенсии и устройстве в дом престарелых.

Совершенно другая ситуация была с одним гражданином, пострадавшим от «черных маклеров». Он помнил все, но из-за перенесенного инсульта имел проблемы с речью. Иногда он говорил вполне разборчиво, но иногда понять что-либо было совершенно невозможно, и в этих ситуациях клиент начинал сильно волноваться, отчего его речь становилась еще более неразборчивой, а его возбуждение грозило привести к гипертоническому кризу.

Опрашивая его, я обратил внимание на то, что если вопрос, на который он отвечает неразборчиво, поставить иначе, то он формулирует ответ другими словами, зачастую вполне разборчиво им произносимыми. Этим приемом я и стал пользоваться при его опросе. Например, на вопрос о том, сколько раз в процессе мошенничества ему оформлялся брак, клиент начал быстро лопотать что-то неразборчивое, а увидев, что его не понимают (попросил его повторить), разволновался и начал говорить еще быстрее и еще неразборчивее. Тогда я остановил его говорение, попросил успокоиться и задал этот вопрос иначе: «Сколько всего жен было у Вас за время этой эпопеи: одна или две?», на что он вполне разборчиво ответил, что одна, а после переспрашивания: «Одна?», – утвердительно кивнул головой.

В этой связи должен сказать, что с числительными все довольно просто. Если бы клиент и при разной постановке вопроса так и не смог бы членораздельно назвать число заключенных браков, я бы попросил его показать на пальцах – одна рука у него действовала.

Несколько сложнее в подобных случаях с многоразрядными числами, на которые, что называется, пальцев не хватит. Здесь очень удобным помощником может быть так называемая «касса цифр» для первого класса школы или подобные пособия с набором цифр, из которых можно составить соответствующее число.

При отсутствии под рукой такого пособия и подручных материалов, из которых это пособие можно изготовить²¹, и отсутствии у него клиента пальцев на руках²² можно попробовать получить соответствующие данные за счет серии вопросов, задаваемых по методу сужающегося круга. Например, если надо узнать, сколько денег было уплачено за квартиру, опрос может строиться

¹⁹ Здесь задействуется зрительная и двигательная память. Клиент вспоминает, как он преодолевал расстояние между объектами (типа «пять минут быстрым шагом»).

²⁰ - Вон деревья, вон бульвар, вон дом серый.
- Ну, человек! Ты что, глухой? Тебе сказали: дерево там такое...
- Елка, что ли?
- Сам ты елка! Тебе ж говорят: во!..
- Пруд там был?
- Не было. Лужи были.
- Может, памятник?
- Памятник был.
- Чей памятник?
- Ну, а я знаю? Мужик какой-то.
- С бородой?
- Нет!
- С бакенбардами?
- Не помню я. В пиджаке!
- Сидячий?
- Чего?
- Сидит?
- Кто?
- Мужик этот твой!
- Во деревня! Ну ты даешь! Кто же его посадит?! Он же памятник!

²¹ Ситуация, конечно, маловероятная.

²² Отморожение и гангрена часто приводят к потере пальцев.

следующим образом:

– Сейчас мы попробуем с Вами составить эту сумму из цифр, которые я буду называть по разрядам: миллионы, тысячи и так далее. Если я назову цифру правильно, то Вы утвердительно кивнете, если неправильно – отрицательно покачаете головой.

Миллионы в этой сумме были?

Клиент отрицательно качает головой.

– Нет? Не было миллионов?

Еще раз отрицательно качает головой.

– А сотни тысяч были?

Кивает положительно. Глядя в глаза собеседнику, медленно называем числа и ждем положительной реакции:

– Сто тысяч? (отрицательно мотает головой) Двести тысяч? (отрицательно мотает головой)... Семьсот тысяч? (утвердительный кивок). Значит тысяч там было семьсот? (утвердительный кивок, по нисходящей переходим на следующий разряд).

Сложнее с другими темами, там больше разнообразие вариантов, но и там можно использовать сужающуюся спираль вопросов, а также различные изобразительные материалы (фотографии, рисунки).

Еще одной сложной категорией клиентов являются люди, излагающие свою проблему и историю ее возникновения с такой степенью связности, что невольно вспоминаешь незабвенного М.Ю.Лермонтова с его «смешались в кучу кони, люди и залпы тысячи орудий...». В работе с такими клиентами может помочь следующий прием. Составьте для клиента описание его ситуации, историю ее возникновения и развития и дайте ему прочитать с условием, что в случае обнаружения неточности или нестыковки, он сразу вам об этом говорит. Внеся соответствующие правки, вновь даете клиенту прочитать. За несколько «проходов» обычно удается добиться приемлемого соответствия изложения истории клиента реальным событиям его жизни.

Не стесняйтесь задать клиенту вопрос, ответ на который кажется очевидным, уточнить его. Например, если клиент говорит, что состоит в гражданском браке, имеет смысл уточнить, регистрировался ли брак в органах ЗАГС. Практика показывает, что клиенты под гражданским браком, как правило, подразумевают то, что на юридическом языке именуется сожительством, тогда как собственно гражданский брак (брак, зарегистрированный в органах записи актов гражданского состояния) именуется «официальным» или «зарегистрированным».

Кроме очевидной задачи получения от клиента необходимой для решения его проблем информации опрос, при правильном проведении, решает еще ряд задач.

Прежде всего, это продолжение начинаемого при знакомстве выяснения степени понимания клиентом его ситуации и его способности к формулированию и изложению своих мыслей. Далеко не все клиенты четко формулируют свои мысли, излагают факты, отделяют факты от предположений, правильно пользуются юридическим понятийным аппаратом, понимают и интерпретируют законодательство.

Научить клиента четко формулировать и излагать свои мысли, правильно пользоваться юридической терминологией, отделять факты от предположений – одна из задач консультанта, качество решения которых определяет результативность вашего труда. От ее решения зависит, сможет ли клиент в дальнейшем в органах исполнительной власти, органах местного самоуправления, суде или прокуратуре реализовать полученное на консультации. И если в ходе опроса выявились указанные выше проблемы, то с ними сразу надо начинать работать.

Сразу в процессе опроса уточняйте понятийный аппарат, помогите клиенту правильно сформулировать его мысль.

Обычно я делаю это так. Сначала в виде вопроса повторяю сказанное («Вы сказали ...?»), затем, получив подтверждение, спрашиваю, в каком значении употреблено то понятие, которое, как я предположил, использовано неправильно, и после разъяснения клиента объясняю ему, что использованное им понятие значит с юридической точки зрения и как юридически корректно выразить то, для чего он использовал неподходящее понятие.

Очень важно объяснить клиенту, для чего это нужно. После объяснения важности юридически корректного выражения своих мыслей я прошу клиента в дальнейшем при работе со мной стараться использовать правильные термины. Эту просьбу я мотивирую тем, что ему надо отвыкнуть от использования неправильной терминологии и привыкать использовать правильную, и тренировку

этого следует начинать немедленно.

Некоторых клиентов очень раздражает, когда их «учат жить». Чтобы избежать излишней назидательности в своих рассуждениях о необходимости говорить правильно, я обычно использую следующий способ донесения до клиента этой нехитрой мысли. Переспрашивая его, я говорю, что это я не совсем понял: «Простите, я не совсем понял, что Вы имели ввиду. Вы сказали, что жили в гражданском браке. Вы имели ввиду, что Ваш брак был официально зарегистрирован органами ЗАГС или что официально Вы свой брак не регистрировали?».

Таким образом я наглядно демонстрирую клиенту, что используемая им терминология может вызывать непонимание тех, к кому он обращается для решения своих проблем. После этого клиент значительно легче приходит к выводу о необходимости следить за своей речью и учиться точно формулировать с использованием юридической терминологии.²³

3.4.2. Д/З, или Несвященные писания

Довольно часто в процессе опроса клиента в его *истории печальной* возникают белые пятна. Клиент не может припомнить какие-то важные детали. Истории бывают весьма длинны и многосерийны, какие-то детали клиент может просто опустить, сочтя их несущественными. Это достаточно типичная картина с жертвами семейных неурядиц и (или) криминальных (полукриминальных) схем отъема жилья.

В этих ситуациях имеет смысл просить клиента изложить его историю письменно (при необходимости снабдите его бумагой и обычной, но легко пишущей шариковой ручкой) и максимально подробно. «Воду» вы потом «выльете», не относящуюся к делу информацию — отсеете.

Если есть возможность, выполнение такого «домашнего задания» имеет смысл несколько растянуть, чтобы клиент в нем немного «поварился». Зачастую это позволяет ему извлечь из долговременной памяти те обстоятельства и нюансы, которые он не мог вспомнить у вас в кабинете.

Для повышения эффективности процесса вспоминания посоветуйте клиенту всегда иметь при себе блокнот или лист бумаги и ручку (карандаш), чтобы сразу записать информацию, которая «случайно» вспомнилась. Человеческая память – штука хитрая, предсказать, когда нужная информация всплывет из долговременной памяти в оперативную и как долго там пробудет, невозможно. Поэтому бумага и ручка (карандаш) должны быть у клиента под рукой всегда, а он должен понимать, что если в памяти всплыла какая-то информация, то ее надо записать незамедлительно.

3.4.3. Проверка, уточнение и актуализация информации

Очень часто информация, полученная от клиентов, нуждается в проверке, уточнении и актуализации.

Клиенты не всегда точно помнят названия населенных пунктов, где они жили, где происходили события, имеющие отношение к делу, не всегда правильно указывают названия организаций. Поэтому имеет смысл такую информацию проверять и уточнять.

В этом очень помогает Интернет и поисковые системы (Яндекс, Google и др.).

Если речь идет о делах давно минувших дней, то информация, полученная от клиента, может нуждаться в актуализации. Например, клиенту для назначения пенсии необходимо собрать справки, подтверждающие трудовой стаж и заработок, но организация, в которой клиент работал во времена оны, могла за прошедшее с той поры время неоднократно поменять и организационно-правовую форму, и название, и адрес.

В ряде случаев информацию обо всех этих изменениях можно выловить в Интернете. При отсутствии такой информации в Интернете придется запрашивать соответствующие государственные или муниципальные органы.

3.4.4. Разъяснения законодательства

Одним из ключевых элементов консультативной помощи является разъяснение законодательства. Важно, чтобы в дальнейшем клиент не просто мог повторить, как попугай, названия законов и номера соответствующих статей, а понимал их смысл, как и почему соответствующие нормы работают, как их правильно применять, какие проблемы и ошибки встречаются при применении

Объясняя это, необходимо ориентироваться не только на чистое право, так сказать *in vitro*, но и на те проблемы, которые возникают *in vivo*.

²³ Важно, чтобы клиент пришел к этому выводу, а не просто высказал согласие с вашим рассуждением. Получить согласие в такой ситуации – дело нехитрое. Клиент со многим готов согласиться, чтобы сделать вам приятно.

Поясню на нескольких примерах.

Типичной ситуацией в группах риска по бездомности является проблема получения справок в жилконторах при наличии задолженности по квартплате и коммунальным платежам. Отказ в выдаче справок о регистрации, характеристик жилого помещения и тому подобных документов «до погашения задолженности» – типичный прием клерков ЖКХ. Поэтому, направляя клиента за такими справками, необходимо проинструктировать его не только о том, что требование о предварительной оплате долга незаконно и что справки ему должны выдавать вне зависимости от наличия, отсутствия или размера долга, но и об алгоритме поведения в подобной ситуации.²⁴

Аналогичная ситуация возникает при паспортизации. Зачастую сотрудники ФМС в качестве предварительного условия для паспортизации выдвигают требование об уплате штрафа за проживание без паспорта или по недействительному паспорту (ст. 19.15 КоАП РФ), либо за небрежное хранение удостоверения личности гражданина (паспорта), повлекшее утрату (ст. 19.16 КоАП РФ). Закон не обуславливает оформление и выдачу паспортов предварительной оплатой каких-либо штрафов. Только оплата пошлины и предъявление предусмотренных законодательством документов являются законными условиями оформления и выдачи паспорта.

Поэтому, консультируя клиента по вопросу получения паспорта, необходимо информировать его и о том, как вести себя при предъявлении незаконного требования.

Целесообразно не просто рассказывать все это клиенту, но и, по возможности, добиваться от клиента понимания ваших объяснений.

Для этого обычно я использую следующий несложный способ. После окончания объяснений прошу клиента рассказать мне, что, почему и как он будет делать, и в процессе его рассказа, если это необходимо, тактично корректирую, добиваясь от клиента необходимого понимания.

3.5. Составление запросов, заявлений и жалоб

Не буду утомлять изложением правил составления и оформления этих документов – доступной литературы на сей счет, в том числе в Интернете, предостаточно. Хочу обратить ваше внимание на несколько моментов.

3.5.1. Помните не только о духе, но и о букве закона

Составляя заявления и жалобы, помните не только о духе, но и о букве закона. Забвение буквы, даже при точном следовании духу и логике, может сыграть злую шутку. Приведу пример из практики.

Обратился ко мне господин, с середины 80-х без прописки (регистрации) проживающий в России. В связи с отсутствием документов о прописке сотрудники ФМС отказались оформить ему паспорт и рекомендовали обратиться в суд. Господин тот был юридически неграмотен и, придя в суд, начал рассказывать о своих проблемах и спрашивать, что и как ему писать. В суде ему посочувствовали и рекомендовали обратиться за содействием в составлении заявления к адвокату, практиковавшему неподалеку. Адвокат, добрая душа, копеечки с него не взяв, составил ему заявление, с которым он радостно отправился обратно в суд. Каково же было его удивление и возмущение, когда судья отказал ему в рассмотрении его заявления по существу! С этим удивлением и возмущением он и пришел ко мне и попросил составить жалобу на определение суда.

Ознакомившись с его заявлением и определением суда, я пришел к выводу, что определение законно, а проблема была в просительной части заявления. Дело в том, что там было написано: «Установить факт постоянного проживания на территории Российской Федерации с 1984 года по настоящее время». Судья отказался это делать, мотивировав свой отказ тем, что «факт постоянного проживания на территории Российской Федерации с 1984 года по настоящее время» не является юридически значимым. И действительно, с точки зрения Закона Российской Федерации от 28 ноября 1991 года N 1948-1 «О гражданстве Российской Федерации», фактом, имеющим юридическое значение для признания человека гражданином и соответственно возникновения у него присущих гражданину прав (избирательного, например), является факт постоянного проживания гражданина бывшего СССР на территории России по состоянию на 06.02.1992 года. С точки зрения банальной логики, проживание клиента на территории России с 1984 года по настоящее время означает, в том числе, постоянное проживание по состоянию на 06.02.1992 года, но, с точки зрения буквы закона,

²⁴ Обычно я советую сразу писать жалобу на имя непосредственного начальника соответствующего клерка, писать ее в 2-х экземплярах и при подаче жалобы требовать расписки о приеме на остающемся у клиента экземпляре. Для особо заторможенных клиентов составляю болванки таких жалоб, в которые надо вписать только дату.

судья был формально прав.

Пришлось вместо жалобы составлять клиенту новое заявление об установлении факта, имеющего юридическое значение.

3.5.2. Вы не машинистка

Как правило, клиент приходит к вам со своей проблемой, разобравшись в которой вы предлагаете ему те варианты, которые, с вашей точки зрения, могут дать положительный результат. Например, если это необходимо, предлагаете клиенту составить для него заявление, запрос или жалобу в соответствующую инстанцию и, получив его согласие, составляете соответствующий документ.

Но нередко встречаются клиенты, которые с порога говорят, куда, что и как именно надо написать. В этом случае необходимо перевести разговор на проблему клиента и разобратся в ней. Если сказанное клиентом «куда, что и как именно» не совпадает с вашими профессиональными представлениями «о прекрасном», надо попытаться разъяснить ему реальное положение вещей и ошибочность его желания, а также предложить разумные и рациональные варианты действий.

В случае, если клиент, невзирая на ваши объяснения и доводы, настаивает на том, чтобы вы написали именно и непременно то, что он неразумно хочет, надо вежливо, но твердо объяснить ему, что вы не машинистка и не его личный секретарь и в круг ваших обязанностей не входит печатание под диктовку.

В таких случаях я обычно говорю: «Если Вы сами знаете куда, что и как писать, то Вы вполне можете сделать это сами. Все инстанции принимают заявления и в рукописном виде. Если Вам нужна бумага, ручка или конверт, то я Вам их дам. Я не пишу то, с чем я не согласен».

Бывает и несколько иначе. В конце 90-х прошлого уже века обратился ко мне один клиент. На руках он имел судебное решение, в результате которого стал бездомным. Дело было сложное, нарушения, допущенные судом первой инстанции, на первый взгляд, казались несущественными, но, изучив материалы и собственно решение, я пришел к выводу, что определенные шансы на успех есть. Поделился своими соображениями с клиентом и по его просьбе составил надзорную жалобу.²⁵ И, прочитав жалобу, на которую я израсходовал месячный запас логики и красноречия, клиент поднял на меня свои ясные детские глаза и сказал: «Это все правильно, но не нужно. Вы напишите просто, что решение незаконное и его надо отменить. Там же умные люди сидят. Они юристы – разберутся»...

Не все клиенты достаточно адекватны, обижаться на них в таких случаях не стоит.

3.5.3. Особое внимание обратите на правильность написания имен, фамилий, названий

Не буду убеждать вас в том, что при составлении документов внимательность – одно из условий эффективности. Замечу лишь, что внимание требуется порой к совершенно неожиданным вещам. Например, к тому, что компьютер втихаря делает за вас.

Обратился ко мне один клиент, который полтора года не мог добиться исполнения решения суда, признавшего его право на квартиру и постановившего в эту квартиру его вселить. Куда только он ни ходил! Всё без толку.

Клиент был с большими ментальными проблемами и толком объяснить, что ему в тех инстанциях говорили, не мог. Но решение суда – это решение суда, полтора года его не исполнять – явный перебор, а убогого обижать – просто гадство. И я стал составлять жалобу на бездействие судебных приставов, к которым, судя по его словам, клиент неоднократно обращался.

Пишу эту жалобу, подбираю нормативную лексику к своему возмущению и вдруг в какой-то момент обращаю внимание на одну странность, происходящую с текстом, а точнее, с упоминанием в нем фамилии клиента. Дело в том, что фамилия у него была немецкая и заканчивалась на «фер». Такие фамилии обычно имеют варианты написания с одной и с двумя «ф». У клиента в паспорте она была с одной, я и печатал с одной, а в жалобе почему-то она оказалась с двумя. С удивлением перечитываю всю жалобу – везде в фамилии клиента две буквы «ф». И тут возникает подозрение, что это проделки компьютера: последние версии микрософтовского Office сами и без спроса вносят исправления в те слова, которые в его словаре имеются в ином, причем одновариантном, написании. Еще раз печатаю фамилию клиента с одной «ф», нажимаю на пробел и, как по мановению волшебной палочки, возникает вторая. Перечитываю решение суда – по всему тексту в фамилии клиента две буквы «ф».

И тут меня осенило, что компьютер судебного секретаря проделал ту же шутку, что и мой, но в суде на это никто не обратил внимания: ни секретарь, ни судья, ни собственно клиент. Соответственно, в исполнительном листе его фамилия тоже была с двумя «ф» и, когда он пришел к

²⁵ В кассации решение обжаловано не было и вступило в законную силу.

судебным приставам, те не могли исполнить судебное решение и вселить его в квартиру: у него же в паспорте буква «ф» была одна.

Ситуация напоминала вопрос из психиатрического теста: «Вам не кажется, что Ваши брюки что-то замышляют против Вас?».

Сделав это «открытие», я вместо жалобы составил клиенту заявление об исправлении описок в тексте судебного решения.²⁶ Судя по тому, что клиент более не появлялся, проблем с исправлением описок и исполнением исправленного решения не возникло.²⁷

3.5.4. От заглавной буквы «У» до тиража и типографии²⁸

После составления любого документа, будь то заявление, жалоба или запрос, дайте клиенту прочитать его. Особое внимание просите уделять правильности изложения фактов, а также точности в написании имен, фамилий, дат, географических названий. При этом настаивайте на том, чтобы клиент читал, начиная с «шапки». Ибо и там могут быть опечатки, имеющие значение.

Был у меня один клиент, с которым пришлось пройти все российские судебные инстанции. Составил я ему первую надзорную жалобу, распечатал и дал, как обычно, прочитать. Он прочитал и одобрил, я распечатал ему необходимое количество экземпляров, и он побежал ее подавать. Вернулся он довольно скоро и весьма озадаченный тем, что жалобу не приняли. Оказалось, что, указывая в «шапке» его фамилию, я сделал опечатку, а «шапку» он и не читал.

Ошибку я, разумеется, исправил, а сейчас рассказываю эту историю каждому клиенту, убеждая его читать «от заглавной буквы «У» до тиража и типографии».

3.6. Практические советы клиентам

3.6.1. Дневник не для оценок

Блокнот и ручка могут сослужить добрую службу не только в процессе выцарапывания из долговременной памяти, казалось бы, навсегда забытой информации. Очень полезным навыком для клиента будет ведение своего рода дневниковых записей. Посоветуйте клиенту при обращении в различные инстанции записывать, когда и куда они обращались, с кем общались, что говорили они, что говорили им, какие заявления они при этом подавали, и т.п. Такие записи могут быть весьма полезны при подготовке заявлений об оспаривании действий (бездействия) и решений чиновников.

Для клиентов из групп риска, например, в плане квартирного мошенничества и вымогательства, ведение такого дневника будет полезно при восстановлении картины преступления.

3.6.2. Пишите письма

Зачастую клиенты много и безрезультатно ходят по различным инстанциям, устно общаясь там с различными клерками. Имеет смысл научить клиента составлять и подавать письменные заявления. Объясните клиенту, как фиксировать подачу заявления.²⁹ Это полезно, с точки зрения документирования самого факта обращения, и вынуждает чиновника письменно отвечать по существу.

Такая переписка может быть полезна при оказании помощи клиенту.

3.6.3. Предоставление клиенту информации в письменном виде

Очень часто возникает необходимость предоставления клиенту различной информации в письменном виде. Перечни необходимых документов, адреса, телефоны и режим работы органов власти и учреждений, выдержки из нормативных актов, на которые клиент может сослаться при общении с чиновниками, – всю эту информацию целесообразно предоставлять клиенту в письменном виде. Учитывая, что не у всех консультантов почерки идеально разборчивы, а также что, записывая информацию под диктовку, клиенты могут допустить ошибки, желательно соответствующую информацию предоставлять в виде распечатки.

Следует, однако, учитывать, что не у всех клиентов идеальное зрение и далеко не все из них

²⁶ См. ст. 200 Гражданского процессуального кодекса РФ.

²⁷ Практика показывает, что клиенты, которым удалось с помощью полученной от консультанта информации и составленных им документов решить волновавшие их проблемы, обычно после этого не приходят. Приходят те, кому решить проблемы не удалось. Как правило, «победители» возвращаются лишь в том случае, если у них возникают другие проблемы.

²⁸ Из речи главного героя сериала «Ликвидация» Давида Гоцмана, адресованной его другу Фиме Петрову.

²⁹ Отметка о приеме заявления на втором экземпляре и т.п.

имеют подходящие очки. Поэтому перед распечатыванием информации осведомитесь у клиента, хорошо ли он видит и сможет ли прочесть текст, напечатанный обычным шрифтом. При необходимости сделайте шрифт покрупнее, чтобы клиент мог, не напрягая глаза, прочесть информацию. При необходимости распечатки многостраничного текста и неопределенности того, насколько крупный шрифт надо делать, сделайте пробную распечатку одной страницы и посмотрите, как клиент будет ее читать. Если ему будет трудно, увеличьте кегль и сделайте новый пробник. Обычно я делаю пробники «с шагом» в четыре значения кегля.

3.7. Несколько практических советов

3.7.1. Копии документов

Делайте и оставляйте у себя копии документов, которые клиенты демонстрируют в процессе консультирования. Польза от этого хотя бы в том, что в случае утраты клиентом самого документа у вас сохранится содержащаяся в нем информация.

3.7.2. Обсуждение с коллегами

В тех случаях, когда вы не уверены в себе и своих выводах, целесообразно консультироваться с коллегами, обсуждать с ними дела клиентов. Если есть такая возможность, можно организовать своего рода консилиум.

3.7.3. Неразрешимые проблемы

Если проблема клиента не может быть решена из-за несовершенства действующего законодательства, это еще не повод опускать и умыть руки. Имеет смысл подумать о том, чтобы направить часть своих усилий в сторону совершенствования правового регулирования в соответствующей области.

4. Психологические проблемы, ловушки и манипуляции

Типичной проблемой, с которой приходится сталкиваться при правовом и социальном консультировании граждан, являются психологические ловушки и манипуляции.

Вот некоторые из них.

Общение некоторых клиентов с консультантом напоминает известную манипулятивную игру «да, но». Любые предложения консультанта встречают согласие клиента, сопровождающееся оговоркой, которая доказывает неисполнимость предложения. Часто эта оговорка оформляется в виде прогноза действий должностных лиц и сотрудников различных организаций, с которыми клиенту предстоит взаимодействовать. Суть такого прогноза можно выразить двумя словами: «Мне откажут».

Обычно с такими клиентами я работаю достаточно жестко: «Откажут или не откажут – мы узнаем только тогда, когда Вы туда обратитесь. Если Вам откажут, мы будем обжаловать отказ. Но если Вы не обратитесь, то у нас точно не будет необходимой справки».

Весьма неприятны манипуляции, к которым прибегают некоторые клиенты в ситуации отказа, – это попытка добиться согласия, вызвав у консультанта чувство вины. Типичная ситуация: клиент приходит к концу приема и на сообщение о том, что прием уже закончен и вы спешите по другим делам, с обидой заявляет, что ехал к вам издалека, что к вам вообще очень трудно попасть и если вы ему сейчас же не поможете, то ему ничего не остается, как наложить на себя руки (помереть у вас под дверью, «грохнуть» кого-нибудь и т.п.). Конечно, бывают случаи, когда такое поведение клиента может быть оправдано: у него внезапно возникшая острая проблема и его ситуация требует немедленного вмешательства квалифицированного специалиста. Но, как правило, человек со своей проблемой жил месяцы и годы и вполне он мог найти время и возможность для посещения консультанта, а сейчас перекладывает вину за свою пассивность на вас. Такому поведению клиентов потакать не следует.

Обычно я выясняю, когда возникла проблема, и, если она возникла давно, диалог с клиентом выглядит примерно так:

– Это я виноват в возникновении Ваших проблем? Нет! Я виноват в том, что за все это время Вы не нашли возможности добраться до меня? Нет! А сейчас у меня нет возможности работать с Вами, у меня другие дела.

– Что же мне делать?

– Прийти к началу следующего приема или найти другого специалиста, который Вас

проконсультирует.

Зачастую клиенты чрезмерно эксплуатируют стремление консультанта помогать и охотно взваливают на него то, что вполне могут делать сами. Например, сбор справок, общение с чиновниками и социальными службами и т.п. Психологически это понятно. Практика, однако, показывает, что, выполняя за клиента посильные для него действия, консультант, с одной стороны, перегружает себя, с другой – отстраняет клиента от решения его проблем, снимая с него ответственность и приучая к тому, что проблемы должен решать кто-то другой.

Рассматривая правовую консультацию как элемент реабилитационного или профилактического процесса, подобные отношения с клиентом следует признать деструктивными и контрпродуктивными.

Некоторые не вполне адекватные клиенты пытаются погрузить консультанта в свой «бред» и сделать его участником. Чтобы избежать включения в «бред», необходимо с известной долей критичности относиться к информации клиента о его отношениях с другими людьми.³⁰

Порой неадекватные клиенты пытаются загрузить правового консультанта вопросами, далекими от его сферы деятельности. Одна клиентка просила меня и мою коллегу привезти ей в роддом памперсы для ребенка. Впрочем, эту просьбу она рассылала «веером» всем, кто в последнее время проявил внимание к ней и ее положению. Она просто не понимала разницы между правовым консультантом, социальным работником и личным другом.

Не стоит брать на себя роль «родной матери»³¹ или опекуна, гораздо продуктивнее выполнять свои прямые обязанности правового консультанта.

Перечисленные выше примеры ловушек и манипуляций я привел не за тем, чтобы дать конкретные советы, как быть в той или иной ситуации, а за тем, чтобы обратить ваше внимание на эту проблему. Для избегания психологических ловушек и борьбы с манипуляциями консультанту целесообразно пройти соответствующие психологические тренинги и, как минимум, почитать соответствующую литературу, которой довольно много и в книжных магазинах, и в Интернете.

Должен заметить, что за психологические ловушки, в которые попадает консультант, и манипуляции, на которые он «ведется», не стоит винить клиентов. Во-первых, это специфика работы и важно ее понимать и быть к ней готовым, быть готовым к работе с живыми, далекими от идеала людьми. А во-вторых, попадание в психологическую ловушку происходит не в результате манипуляции, а в результате комплементарного совпадения психологических особенностей клиента с психологическими особенностями консультанта и его нерешенными психологическими проблемами, в результате чего манипуляция и получает шанс на достижение эффекта, а манипулятор – на получение результата.³²

Внутренние психологические проблемы консультанта могут создавать неприятные ситуации не только в сочетании с манипуляциями клиентов, но и в сочетании с его собственными неверными оценками и ожиданиями.

Простейшим примером этого является достаточно типичное среди социальных работников и консультантов отношение к бездомным, как к людям в массе своей неблагодарным. Начинающие социальные работники, правовые консультанты, волонтеры и просто люди, интересующиеся темой оказания помощи бездомным, обычно спрашивают о том, часто ли бездомные, которым удалось помочь, благодарят. Узнав, что это происходит редко, люди понимающе кивают, а некоторые прямо говорят, что другого от «бомжей» и не ожидали. Обычно в этой ситуации я задаю простой вопрос: «А часто ли вы, господа, со словами благодарности, конфетами и букетами ходите в школу, которую

³⁰ Относиться критически – не значит априорно считать недостоверной. В эту крайность тоже впадать не стоит.

³¹ «– Ты должен стать мне родной матерью, – продолжал Карлсон. – Ты будешь меня уговаривать выпить горькое лекарство и обещаешь мне за это пять эре. Ты обернешь мне горло теплым шарфом. Я скажу, что он кусается, и только за пять эре соглашусь лежать с замотанной шеей. Малышу очень захотелось стать Карлсону родной матерью...».

Астрид Линдгрэн. Малыш и Карлсон. Перевод со шведского Л.Лунгиной.

³² Это общая закономерность, характерная не только для отношений между консультантом и клиентом, но и в других отношениях, возникающих в жизни.

окончили, к учителям, которые 10-11 лет несли вам разумное, доброе, вечное?»...

К сожалению, люди часто ориентируются не на реальность, а на свои представления о том, какой она должна быть. Столкновение с реальностью в этом случае может быть весьма болезненно.

5. Техника безопасности

Кое-какие аспекты техники безопасности труда консультанта я уже упоминал, говоря о гигиене, недопустимости употребления обценной лексики и панибратских отношений с клиентами (в т.ч. совместного распития спиртного).

Приведу еще один пример, который, как мне кажется, должен побуждать вас продумывать вопросы безопасности. Разумеется, не впадая в паранойю.

Один довольно известный правозащитник, человек очень искренний, но с догматическим складом мышления, взял себе в голову постулат, что зэк, отбывший наказание, такой же человек, как и все. С правовой точки зрения, это так или почти так. Но наш правозащитник пошел дальше отстаивания этого постулата в различных инстанциях и собственным примером демонстрировал в действии милость к падшим, возведенную в абсолют. Он не только консультировал «отсидентов», не только бегал за них по различным инстанциям, но, стирая границу между работой и остальной жизнью (работа и была смыслом его жизни), зачастую приводил клиентов домой и работал с ними там. Несомая им как хоругвь догма «Они такие же, как мы» заслонила от его мысленного взора тот простой факт, что люди, освобожденные от наказания, очень разные: кто-то сидел не за дело, а кто-то – за дело, кто-то переосмыслил жизнь и, говоря языком казенного протокола, встал на путь исправления, а кто-то, увы, нет. И вот в один недобрый день привел он домой очередного отсидента, разговаривал с ним, чаем поил, советы давал, а тот положил глаз на кое-какие вещички. И вот через несколько дней, когда наш герой убежал в очередную инстанцию ходатайствовать за очередного бедолагу, а мать героя пошла в магазин, означенный выше неблагодарный свин, залез в квартиру нашего героя. И пес бы с вещами, но мать нашего правозащитника на свою беду забыла дома кошелек и вернулась, и свин из домушника стал мокрушником, а наш правозащитник – сиротой.

Этой трагедии не произошло бы, если бы наш герой отделял профессиональную и общественную деятельность от личной жизни, от своего личного пространства и личного пространства членов своей семьи.

Не рекомендую давать клиентам личные номера телефонов (мобильного и домашнего) и, тем более, домашний адрес. Предупредите сотрудников организации о том, чтобы они тоже не давали: некоторые клиенты бывают настойчивы и весьма убедительны, говоря что-то типа: «Он просил меня позвонить».

6. Заключение

Естественно, что в этом небольшом материале невозможно дать советы на все случаи жизни, но я надеюсь, что он поможет вам справиться с некоторыми трудностями, избежать некоторых ошибок, задуматься над проблемами, которые возникают в работе консультанта, до того, как они возникнут в вашей практике.

Санкт-Петербург, 2013

Материал подготовлен при поддержке Благотворительного фонда «ПСП-фонд» для Межрегиональной Сети «За преодоление социальной исключенности»