



МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Ю. ВИТТЕ

Филиал в г. Сергиевом Посаде

Презентация лекции

по дисциплине «Гражданский процесс»

Тема № 3 «Типы вопросов при проведении интервьюирования и психологические аспекты интервьюирования»

Учебные вопросы:

1. Виды вопросов при проведении интервьюирования.
2. Введение в психологические аспекты интервьюирования

Сергиев Посад

1. Виды вопросов при проведении интервьюирования

Для того чтобы правильно выстроить любой диалог, в том числе и диалог с клиентом, необходимо **правильно использовать такой инструмент, как вопрос**. Правильно заданный вопрос – **ваш неоценимый помощник в проведении интервьюирования и составлении общей картины происходящего**.

Вопрос поможет не только прояснить ситуацию, но и снять напряжение, направить беседу в нужное русло, дать дополнительное время подумать, лучше узнать точку зрения собеседника.

Задавая одни вопросы, мы можем сразу же получить массу дополнительной информации, задавая другие, мы можем застопорить весь процесс сбора информации. Мало кто четко представляет себе разницу между так называемыми **открытыми и закрытыми вопросами**.

Закрытые вопросы обычно имеют следующую форму:

«А это ... важная деталь?»

«Вы ... нашли дорогу без труда?»

«Сможете ... кончить работу в срок?»

«Она ... останется с нами на ужин?»

«Разве это ... не пустяк?»

Закрытые вопросы предполагают **однозначный ответ**: «Да», «Нет», или «Не знаю». Во многих случаях вы не получите интересующей вас информации.

Открытые вопросы всегда начинаются с

вопросительного слова:

«Что ... вы думаете по этому вопросу?»

«Кто ... еще участвует в этой работе?»

«Почему ... это так важно для вас?»

«Как ... обстоят дела у вас на данный момент?»

«Где ... я могу посмотреть дополнительную информацию?»

«Когда ... истекает самый поздний срок для выполнения этой работы?»

Открытые вопросы хороши тем, что заставляют людей говорить. Они могут также углубить ваши познания по тому или иному предмету с помощью дополнительных, наводящих вопросов, если ответ на ваш первый вопрос показался вам недостаточно полным.

Открытые вопросы предоставляют собеседнику свободу. Закрытые – ограничивают. Рекомендуется чередовать закрытые вопросы с открытыми, чтобы разговор был интересным и глубоким.

Вопросы, проясняющие детали. Такие вопросы называют также **зондирующими**, и задают их для того, чтобы иметь более полную информацию о деталях.

«А сколько денег необходимо?»

«Как лично вы расцениваете этот шаг?»

«Что конкретно вы имели в виду, когда сказали, что это «неразумно»?»

«Каким образом?»

«Что конкретно?»

«Не могли бы вы объяснить это подробнее?»

Здесь полезны и вопросы, задавая которые, вы двигаетесь от общего к частному.

«Как именно вы собираетесь сделать это?»

«Что конкретно это означает?»

«Как именно вы собираетесь действовать?»

Вопросы, стимулирующие мышление. Такие вопросы задаются для того, чтобы побудить думать не только других, но и себя. И не просто думать, но и подключать элементы воображения, рисуя себе картины того, что может произойти в том или ином случае.

«А что, если мы внедрим совершенно новую систему?»

«А что, если нам пойти другим путем?»

Вопросы для налаживания обратной связи. Это вопросы, которые как бы резюмируют сказанное вами, и с помощью которых вы пытаетесь определить реакцию слушателя на свои слова или поступки.

«Какова ваша точка зрения?»

«А как вам представляется все это?»

«Вы довольны таким поворотом событий?»

Вопросы для затравки. Иногда вы не уверены, что ваш собеседник воспримет те или иные слова положительно. Нет ничего разумнее в подобной ситуации, как снова обратиться к вопросам.

«Как вы смотрите на то, чтобы двум нашим командам поработать вместе?»

«А что, если мы сначала рассмотрим X, а потом перейдем к Y?»

Выводы:

1. **Умение задавать вопросы** - это полезная технология, освоение которой может оказать неоценимую поддержку в дальнейшей профессиональной деятельности. Работа юриста – это постоянное общение, одной из главных составляющих которого являются вопросы.

2. **Грамотно сформулированные вопросы** помогают устанавливать и поддерживать контакт с человеком; помогают вести разговор в заданном направлении; помогают определить мотивы и потребности собеседника; помогают преодолевать возражения.



2. Введение в психологические аспекты интервьюирования

Основное назначение интервьюирования 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 удастся 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, продемонстрировав свои положительные качества, стремление объективно разобраться в его проблеме.

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 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 лекции.



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 большой 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 испытывают 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 беседу 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 вначале разговора вы увидите, что перед вами сидит **пожилой, наверняка, малограмотный человек** и скажете ему что-то 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 поза и голос 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, движение, 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 информации, чем все то, что 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, отвлекать, 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 опровергнуть утверждения клиента, даже если они выглядят не очень убедительными. Все, что нужно делать на 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.

Выводы:

1. 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.**

2. В большой степени способствовать достижению целей интервьюирования будет такое положение, когда **клиент сидит сбоку и при этом не слишком далеко от собеседника**.

3. После того, как клиент занял удобное место, 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.

4. Нужно помнить и о **важности невербальных элементов общения**, к которым относятся: **поза, движение, 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 информации, чем все то, что вам скажет на словах.

5. 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.**

6. Поскольку 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 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.

7. Стадия сбора фактов и определение 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. Другим приемом понимающего слушания является **перефразирование**. 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**.

8. Этап **завершения интервьюирования** 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. И, наконец, в тех случаях, когда прогнозируются последующие встречи с клиентом, **этап прощания служит своеобразной подготовительной частью будущего общения.**

Список используемой литературы

- * 1. Байков А.В., Васильев А.В., Воскобитова Л.А. и др. Юридическая клиника: опыт практического обучения юристов. Учебно-методическое пособие.- Санкт-Петербург «Равена», 1999.
- * 2. Воскобитова Л.А., Гутников А.Б., Захаров В.В. и др. Профессиональные навыки юриста: опыт практического обучения. - М.: Дело, 2001.
- * 3. Профессиональные навыки юриста: опыт практического обучения. - М.: Дело, 2001.
- * 4. Мейхерн К. Курсы выработки профессиональных навыков адвокатов. // Юридическое обслуживание неимущих и права человека. Конференция 4 - 9 июля 1998 года. Москва. Организаторы: Фонд Форда при содействии АВА СЕЕЛІ.

Спасибо за внимание!!!

