

– подготовить кадры из ряда клиницистов, имеющих широкие компетенции и опыт в части применения отдельных медиативных техник в процессе общения с представителями «трудного типа клиентов».

Важно отметить, что внедрение медиации в работу юридических клиник должно основываться на трех основных принципах: поэтапной подготовке, компетентности и практической направленности обучения.

На первом этапе студенту-консультанту необходимо найти не только правовой способ решения проблемы, но и установить психологический контакт с клиентом (ами). Второй этап направлен на выяснение позиции (ий) клиента (ов) и их цели (ей). Третий этап включает в себя поиск студентом оптимального варианта решения спора с учетом интересов клиента (ов).

Таким образом, применяя медиацию, студент-клиницист приобретает важный для последующей его деятельности инструментарий возможностей и компетенций. Выделим следующие компетенции, формирующиеся у студентов-консультантов при оказании юридической помощи с использованием медиативных процедур:

– коммуникативная компетенция (предполагает овладение навыками понимания чужих моделей поведения, умение переключаться в процессе общения с одного стиля на другой);

– переговорная компетенция (например, умение вести переговорной процесс с отдельными людьми на основе взаимоуважения);

– медиативно-технологическая компетенция (умение выявлять причины возникновения, структуру и динамику конфликта).

Подводя итоги вышеизложенному, хочется еще раз подчеркнуть преимущества такого направления деятельности юридических клиник, как медиативная подготовка студентов юридических клиник к работе с клиентом. Данная направленность позволяет гражданам не только получить безвозмездную юридическую помощь, но и минимизировать сложные аспекты психолого-правового состояния клиента в конфликтной ситуации.

Шевякова В. Д.

СПОСОБЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЮРИДИЧЕСКОЙ КЛИНИКИ

*Шевякова Виктория Дмитриевна, студентка 3 курса Белорусского
государственного университета, г. Минск, Беларусь,
viktoria.shevyakova@gmail.com*

Научный руководитель: преподаватель Шилко В. В.

В своей деятельности юридическая клиника преследует две основные цели, которые взаимосвязаны и не могут существовать одна без другой: образовательная (повышение профессионального уровня студентов и применение полученных знаний на практике) и социальная (оказание бесплатной юридической помощи социально незащищенным группам населения).

Вместе с тем если сравнить количество всех студентов, обучающихся на юридическом факультете, и тех, кто реализует себя в работе юридической клиники, то можно прийти к выводу, что число последних значительно меньше. Происходит это по различным причинам: отсутствие желания либо ресурсов на работу в юридической клинике вне учебного времени, неготовность связывать свою жизнь с юриспруденцией после окончания университета, а во многих случаях – незнание о существовании такой возможности. Кроме того, многие граждане, которые нуждаются в юридической помощи, не знают о наличии при университете структуры, готовой оказать бесплатную правовую консультацию. Полагаем, это предопределяет необходимость популяризации юридической клиники.

Все способы популяризации можно разделить на две группы в зависимости от того, на кого они ориентированы: на студентов и клиентов.

1. К способам популяризации юридической клиники среди студентов можно отнести:

- *информирование первокурсников* посредством проведения организационных собраний представителями юридической клиники с целью формирования представления о наличии возможности обучиться практическим навыкам юриста;

- *использование ресурсов социальных сетей*, позволяющих ознакомиться с деятельностью юридической клиники и работой студентов-клиницистов;

- *мероприятия в рамках юридического факультета для клиницистов* (турниры, олимпиады, научные конференции, предназначенные как студентов юридических клиник Беларуси, так и зарубежных участников);

- *создание собственного дизайна*. Дизайн – это показатель имиджа организации, выражение ее отношения к сотрудникам и потенциальным клиентам, именно поэтому его наличие так важно в деятельности юридической клиники. Дизайн в целом можно разделить на два основных блока: графический дизайн и дизайн интерьера. Первый выражается посредством комбинации символов, изображений, шрифтов текста и цветовой гаммы. Он применяется для создания:

- эмблемы, т. е. символа, который выражает концепцию деятельности юридической клиники;

- визиток, которые используются не только для назначения даты и времени следующей встречи с клиентом, но и как средство распространения информации об основных направлениях деятельности клиники;

- продукции с символикой юридической клиники: кружки, значки, ручки, блокноты;

- средств индивидуализации юридической клиники в социальных сетях.

Под дизайном интерьера понимается оформление внутреннего пространства помещения для обеспечения удобства и эстетически приятной среды взаимодействия с гражданами. Таким образом, у клиентов будет

складываться впечатление о профессиональном уровне оказания юридической помощи.

2. К способам популяризации юридической клиники среди клиентов можно отнести:

- выступления на телевидении и радио, листовки, объявления в газете, на досках объявлений, что позволит информировать большое количество граждан, нуждающихся в получении бесплатной юридической помощи, о такой возможности; информационные буклеты, размещаемые в организациях, оказывающих социальную, медицинскую, психологическую помощь населению (центры занятости населения, территориальные центры социального обслуживания и т. д.);

- повышение уровня оказываемой юридической помощи, благодаря чему складывается позитивный имидж юридической клиники и студентов-консультантов;

- разработка нормативного регулирования деятельности юридических клиник.

Таким образом, способы популяризации юридической клиники достаточно вариативны, рассчитаны на различные группы населения, однако в совокупности помогут повысить значение клинического образования и правовой культуры граждан в целом. Эффективность рассмотренных способов зависит от вовлеченности, желания и креативности самих студентов-клиницистов, помощи кураторов, а в некоторых случаях и от финансовых возможностей определенной юридической клиники.