

# Тема № 3

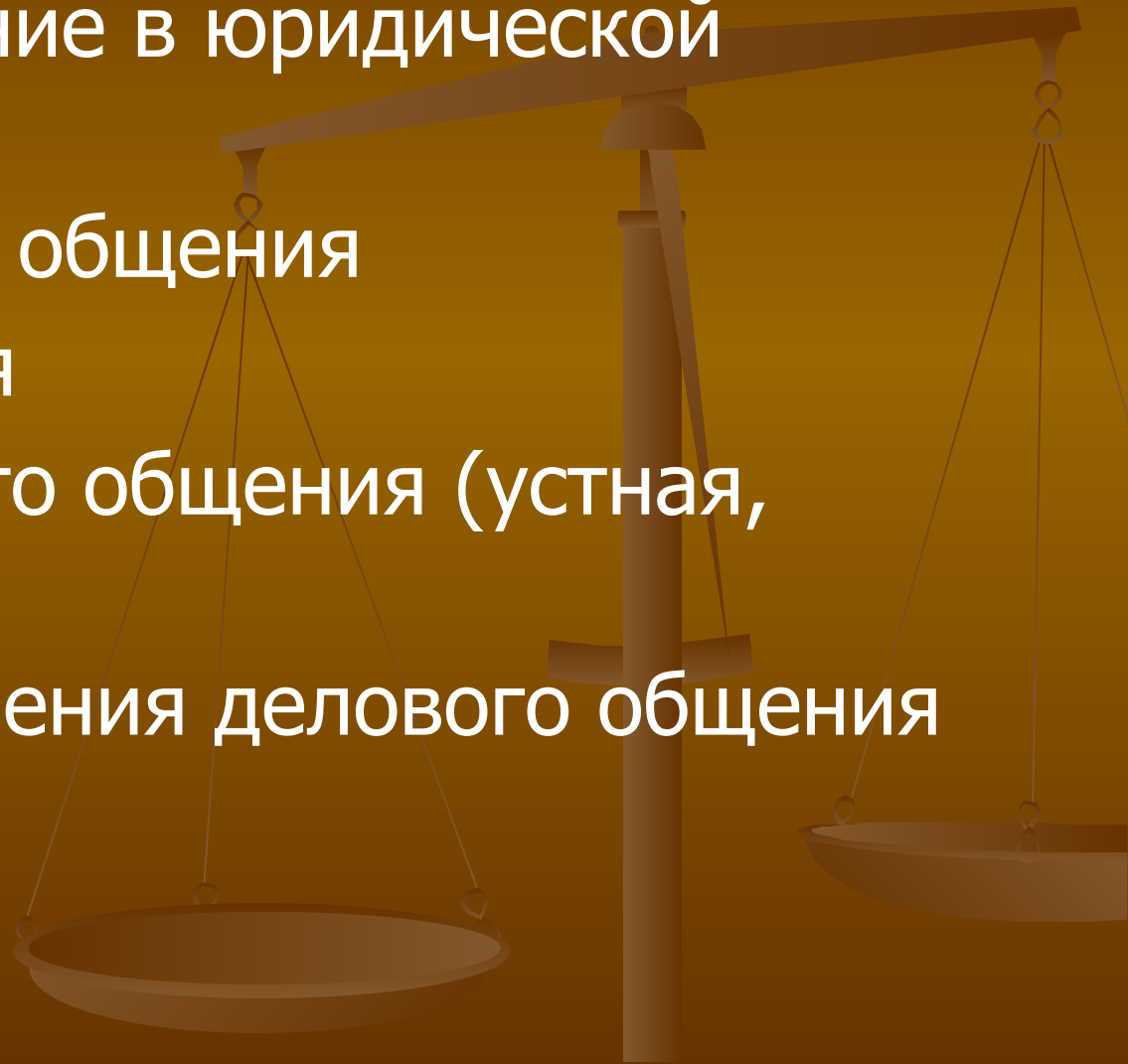
## Профессиональное общение юристов

**Закирова Татьяна Ивановна**

доцент кафедры психологии и педагогики  
кандидат педагогических наук

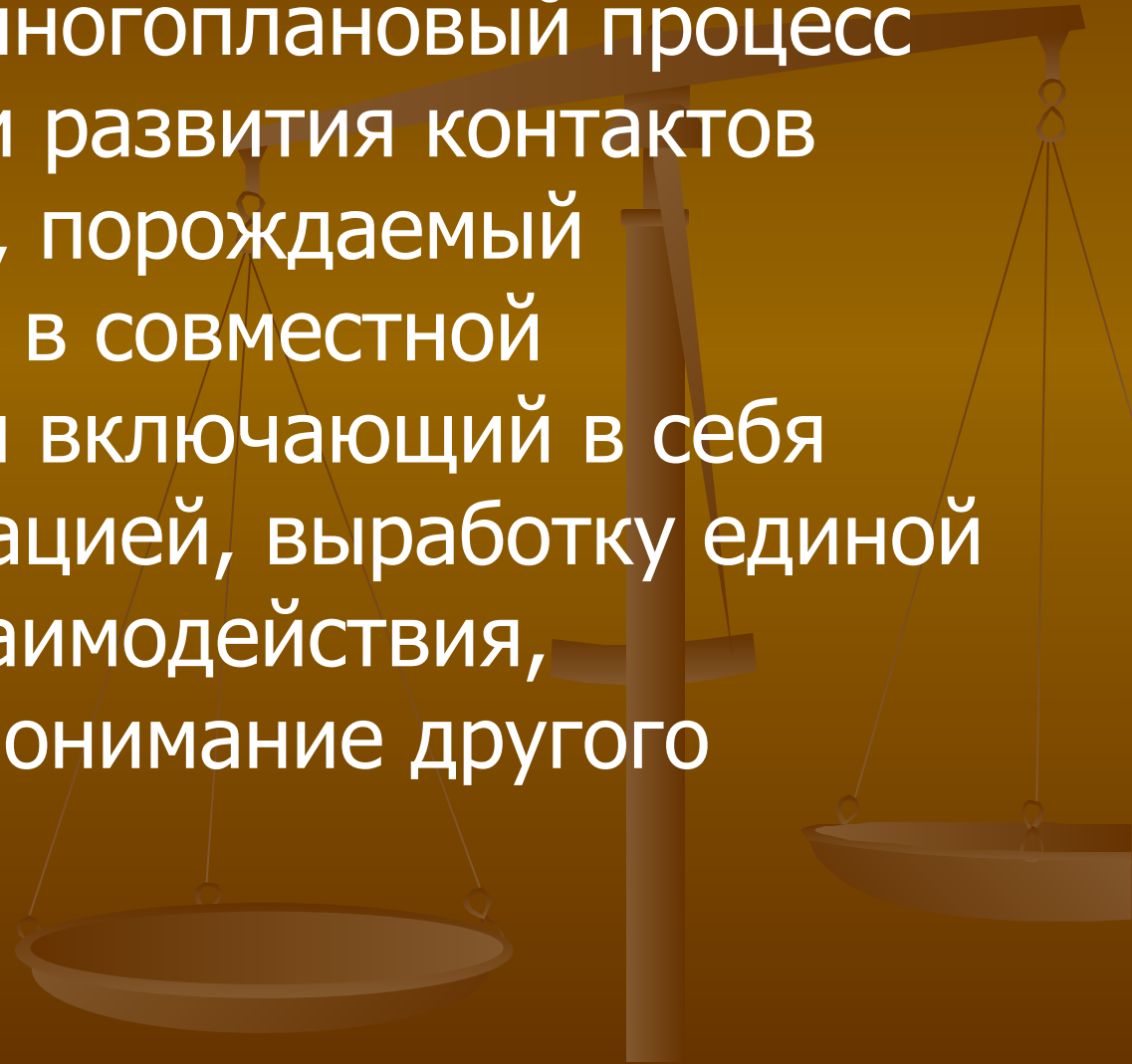
# Учебные вопросы

- Деловое общение в юридической деятельности
- Виды делового общения
- Этапы общения
- Формы делового общения (устная, письменная)
- Приемы повышения делового общения

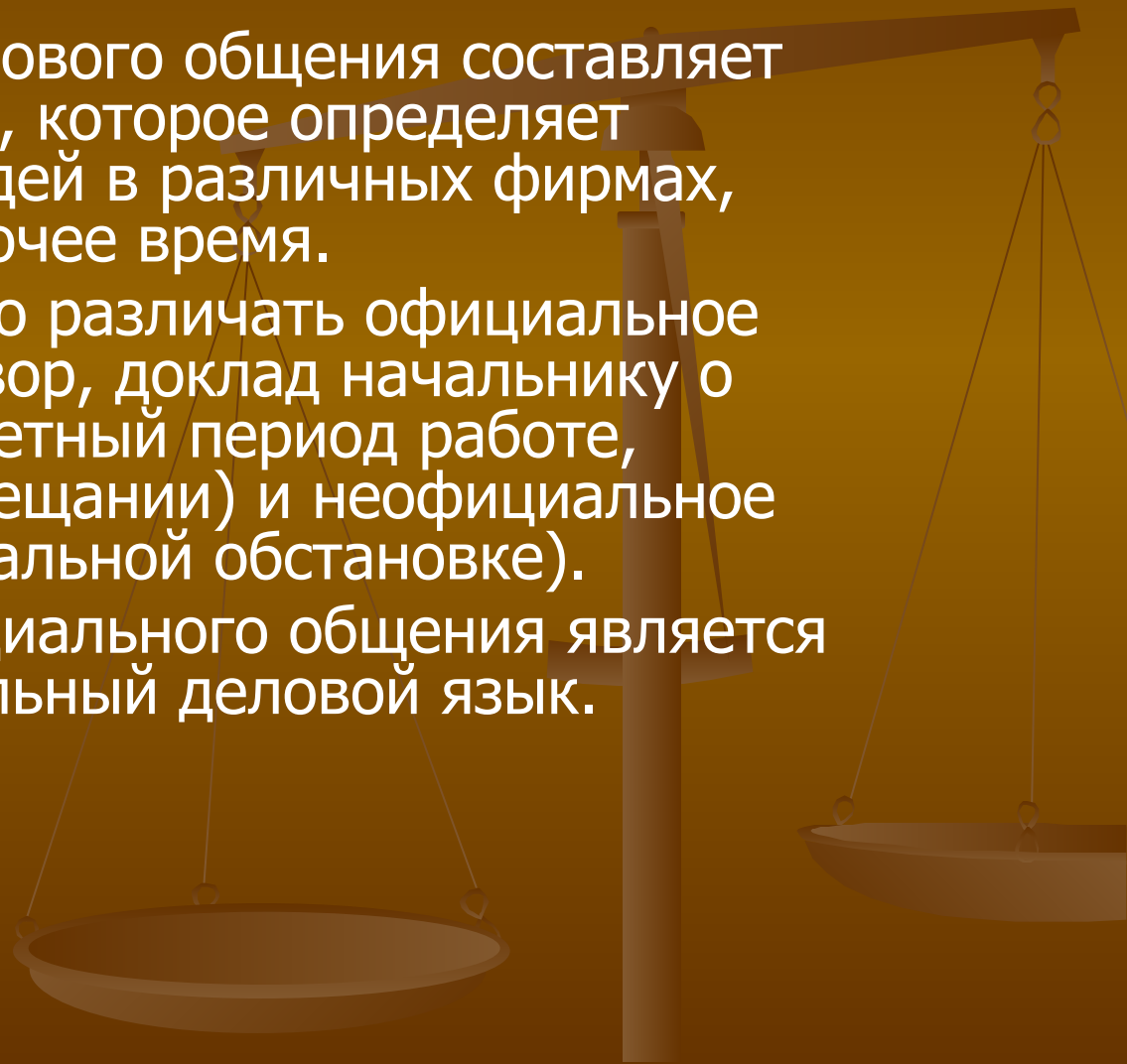


# Общение

- это сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии и взаимодействия, восприятие и понимание другого человека

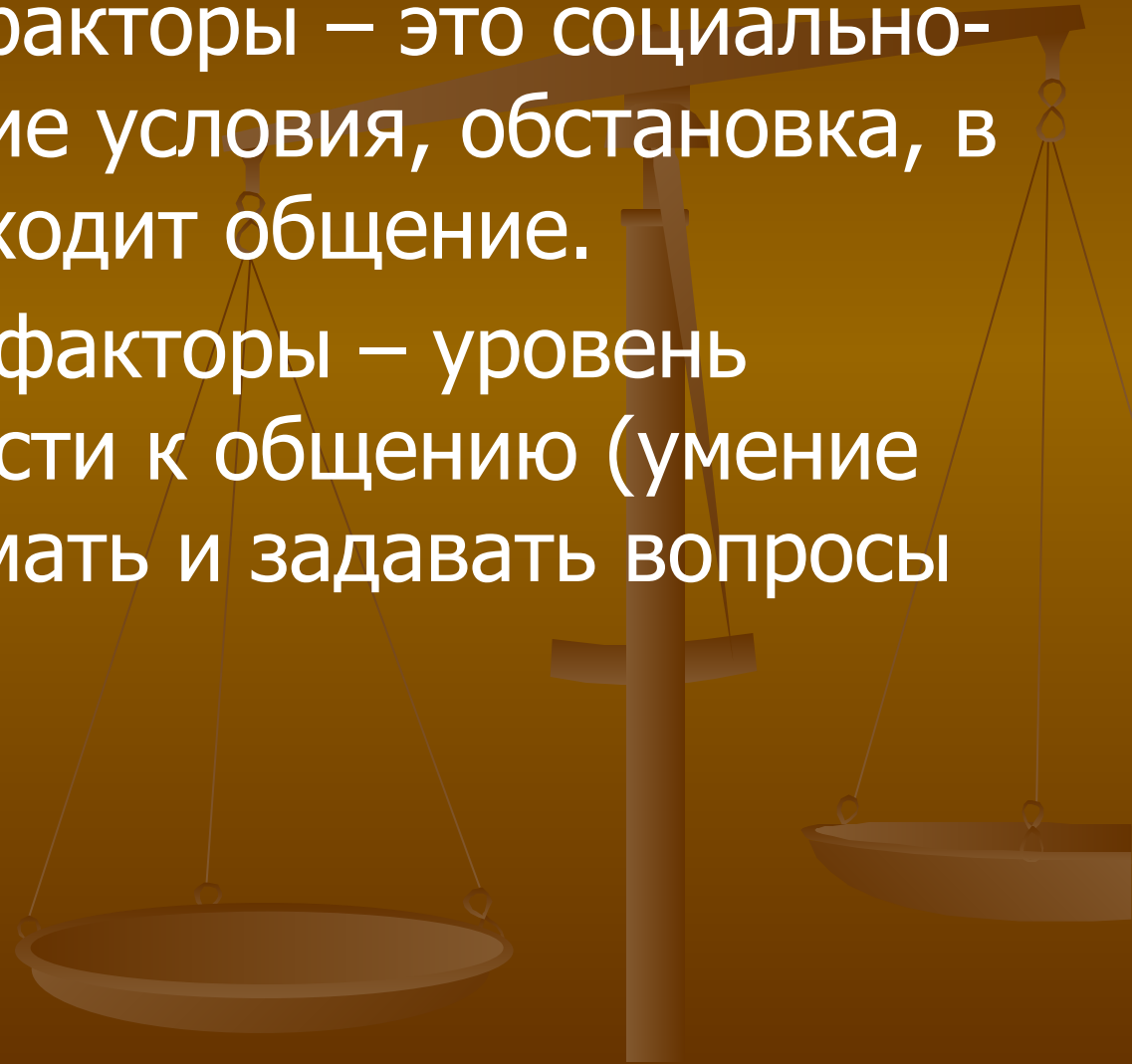


- Вид деятельности предполагает возникновение делового общения, при котором стороны выступают в формальных (официальных) статусах. Деловое общение определяет нормы и стандарты поведения людей.
- Основную часть делового общения составляет служебное общение, которое определяет взаимодействие людей в различных фирмах, организациях в рабочее время.
- На практике принято различать официальное (телефонный разговор, доклад начальнику о проделанной за отчетный период работе, выступление на совещании) и неофициальное общение (в неформальной обстановке).
- Особенностью официального общения является строгий, документальный деловой язык.

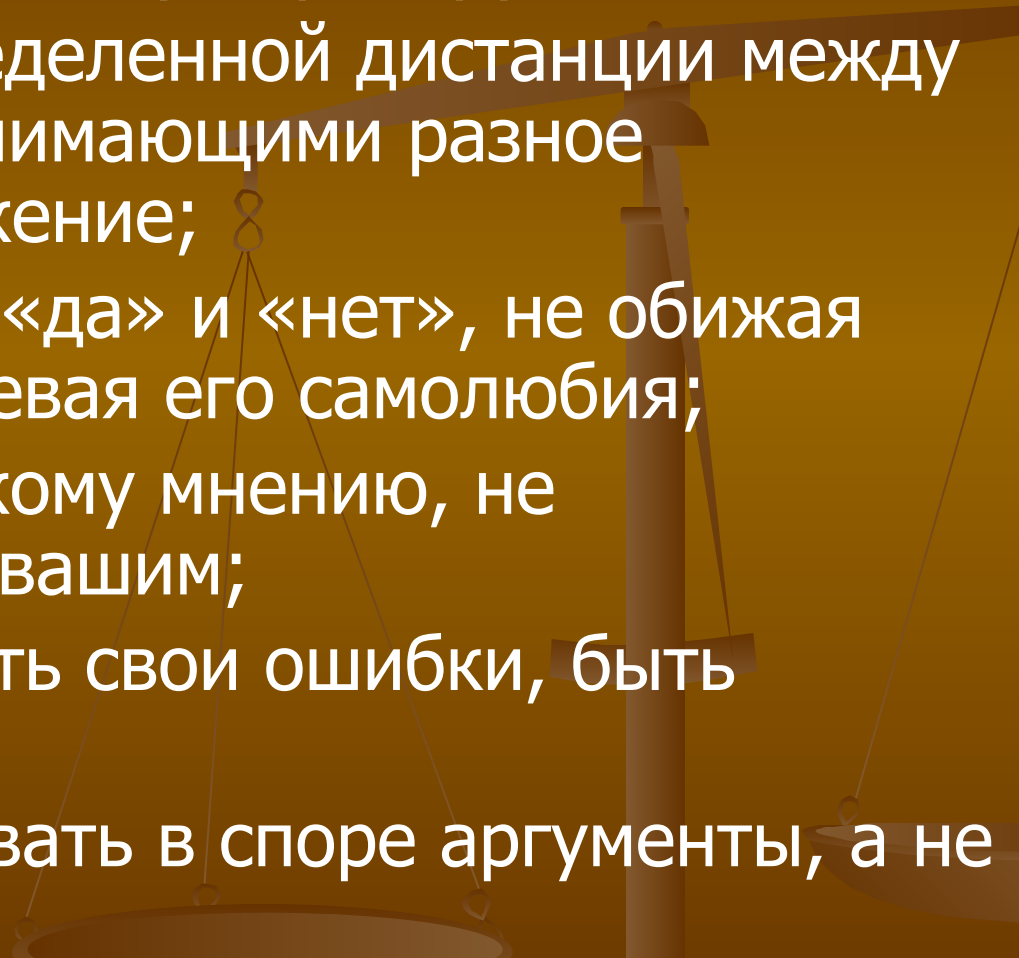


# Факторы общения

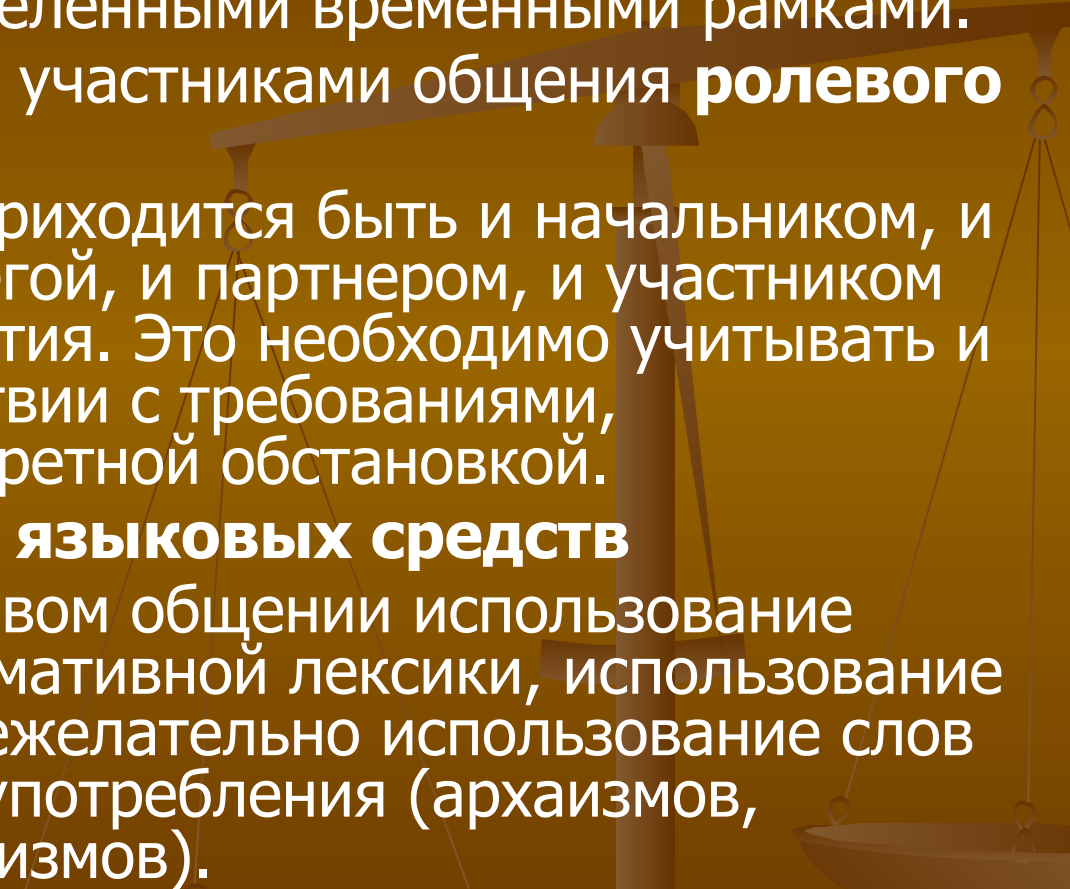
- Объективные факторы – это социально-психологические условия, обстановка, в которой происходит общение.
- Субъективные факторы – уровень подготовленности к общению (умение слушать, понимать и задавать вопросы и т.д.).



# Правила делового общения

- вежливое, уважительное и доброжелательное отношение к деловому партнеру;
  - соблюдение определенной дистанции между работниками, занимающими разное служебное положение;
  - умение говорить «да» и «нет», не обижая партнера, не задевая его самолюбия;
  - терпимость к чужому мнению, не совпадающему с вашим;
  - умение признавать свои ошибки, быть самокритичным;
  - умение использовать в споре аргументы, а не авторитеты.
- 

# Характеристики делового общения

- **Регламентированность** предполагает соблюдение делового этикета: правила приветствия и представления, нормы поведения, нормы речевого этикета; ограниченность определенными временными рамками.
  - Строгое **соблюдение** участниками общения **ролевого амплуа**.
  - В процессе общения приходится быть и начальником, и подчиненным, и коллегой, и партнером, и участником какого-либо мероприятия. Это необходимо учитывать и вести себя в соответствии с требованиями, предъявляемыми конкретной обстановкой.
  - **Строгое** соблюдение **языковых средств**
  - Не допускается в деловом общении использование бранных слов и ненормативной лексики, использование просторечных слов, нежелательно использование слов ограниченной сферы употребления (архаизмов, диалектизмов, жаргонизмов).
- 

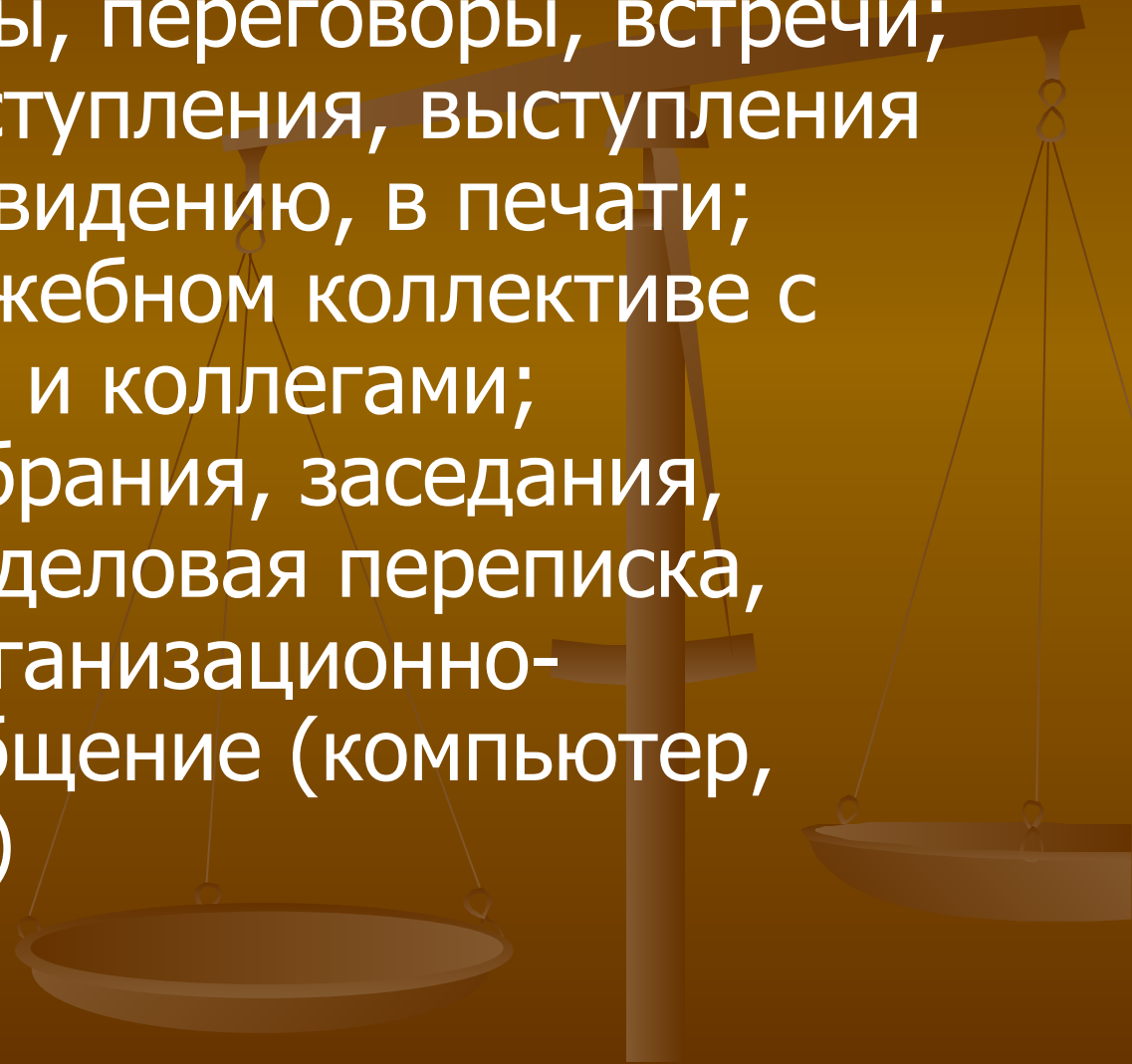
# Этапы общения:

- установление контакта с участниками общения (формируется впечатление о партнере);
- ориентация в ситуации (необходимо понять цели и мотивы поведения партнеров, их установки и ожидания, определить стратегию и тактику ведения общения);
- обсуждение вопроса и принятие решения (обоснование каждой стороной своей позиции, преодоление разногласий по какому-либо поводу, устранение конфликтной ситуации);
- выход из контакта (независимо от результатов стороны должны показать свое расположение друг к другу, желание сотрудничать в дальнейшем).



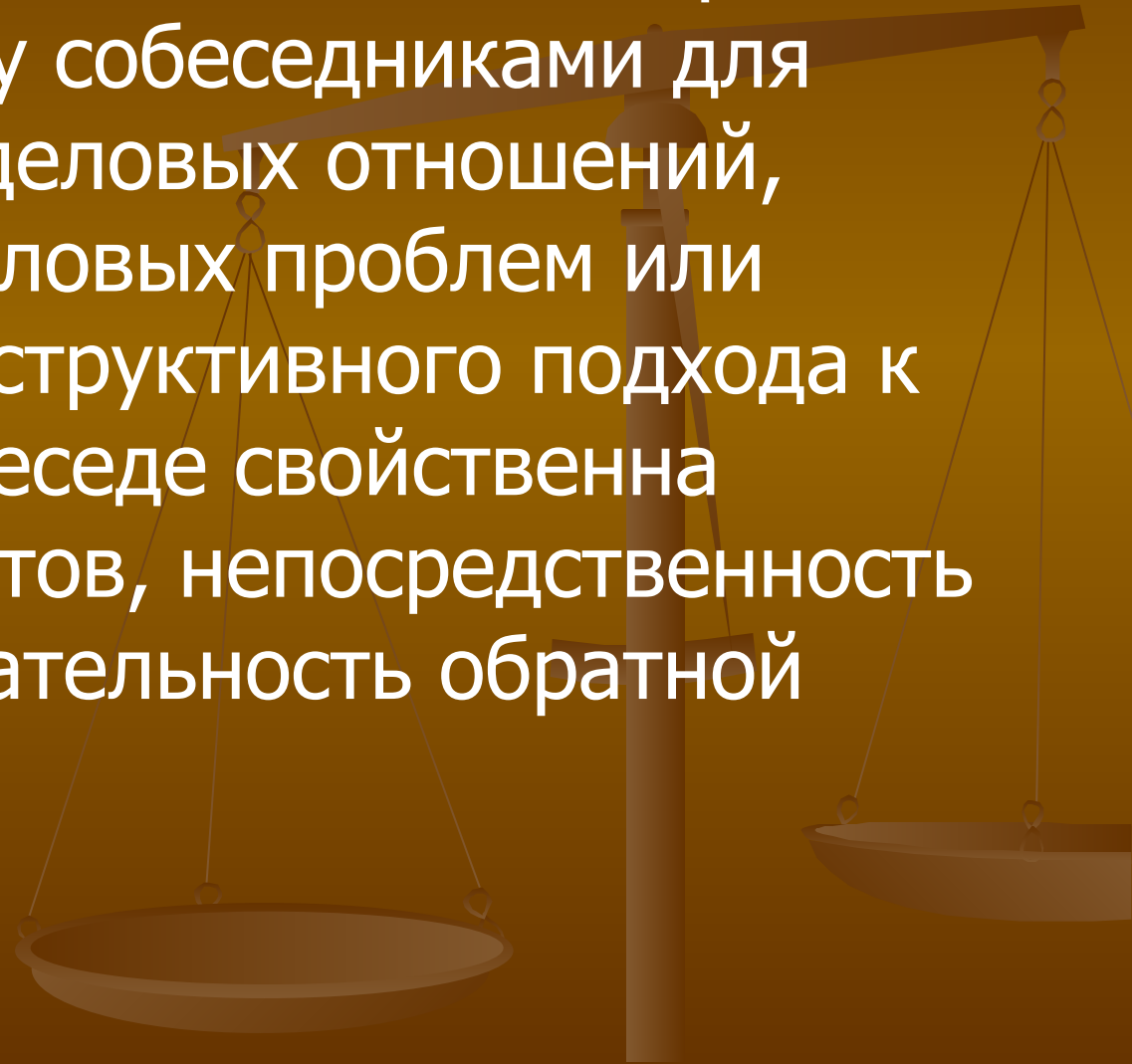
# *Формы общения:*

- деловые беседы, переговоры, встречи; публичные выступления, выступления по радио, телевидению, в печати; общение в служебном коллективе с руководителем и коллегами; совещания, собрания, заседания, конференции; деловая переписка, резолюции; организационно-техническое общение (компьютер, факс, телефон)



# Виды общения

- Под *деловой беседой* понимают речевое общение между собеседниками для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению. Беседе свойственна теснота контактов, непосредственность общения, обязательность обратной связи.

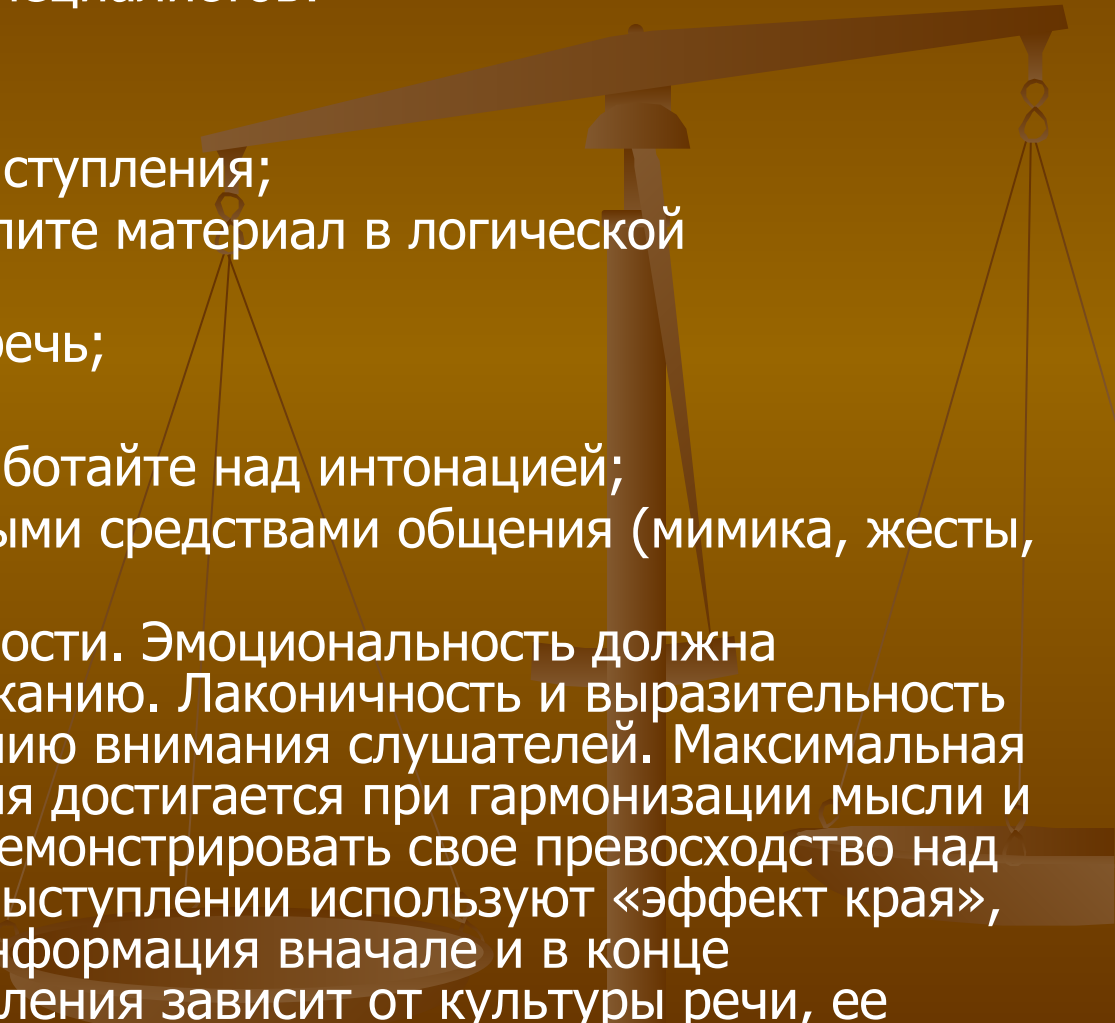


# Деловая беседа по телефону

- Телефон – удобное средство для непосредственных контактов с деловыми партнерами. Прежде чем снять телефонную трубку, подумайте, какую информацию Вы хотите получить или передать. Если может возникнуть ссылка на какие-либо документы или факты, они должны быть заранее подобраны и систематизированы на вашем рабочем столе.
- Выбирайте время для звонка.
- Если вы говорите по телефону из кабинета, в котором работают другие сотрудники, не делайте их соучастниками разговора.
- В общей комнате по телефону (и всегда) следует разговаривать вполголоса и кратко.
- Рекомендуется избегать обсуждения по телефону:
  - любых вопросов с людьми, если у вас ранее не было контактов или не сложились отношения;
  - вопросов, по которым предполагается противоположное вашему мнению собеседника;
  - острых или деликатных вопросов, касающихся самого собеседника или организации, а также персональных (личных) проблем;
  - спорных вопросов взаимоотношений, координации, субординации деятельности между вами или представляемыми вами организациями;
  - вопросов, касающихся третьих лиц или организаций, представители которых могут оказаться в комнате вашего собеседника в момент вашего звонка.
- Следует также избегать сообщения по телефону отрицательных решений по запросам.

# Публичное выступление

- выступление перед большой аудиторией. Чтобы преодолеть тревожные ощущения при публичном выступлении необходимо готовится. Рекомендации специалистов:
  - узнайте круг слушателей;
  - определите цель речи;
  - определите содержание выступления;
  - составьте план и распределите материал в логической последовательности;
  - литературно обработайте речь;
  - заучите текст речи;
  - произнесите речь вслух, работайте над интонацией;
  - работайте над невербальными средствами общения (мимика, жесты, взгляд).
- В речи избегайте монотонности. Эмоциональность должна соответствовать его содержанию. Лаконичность и выразительность речи способствует удержанию внимания слушателей. Максимальная эффективность выступления достигается при гармонизации мысли и слова. Оратор не должен демонстрировать свое превосходство над аудиторией. В публичном выступлении используют «эффект края», т.е. лучше запоминается информация вначале и в конце выступления. Успех выступления зависит от культуры речи, ее богатства и информационной насыщенности. Используйте вовремя



# приемы общения и правила убеждения

## ■ *Умение слушать собеседника*

■ *Нерефлексивное слушание* – умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника. Слушание с использованием невербальных средств общения: кивков, мимических реакций, контакта глазами. Речевые приемы «угу», «да-да», «да, я согласен», «да, я понимаю».

■ *Рефлексивное слушание* – это процесс расшифровки смысла сообщений и установления активной обратной связи.

## ■ *Приемы рефлексивного слушания:*

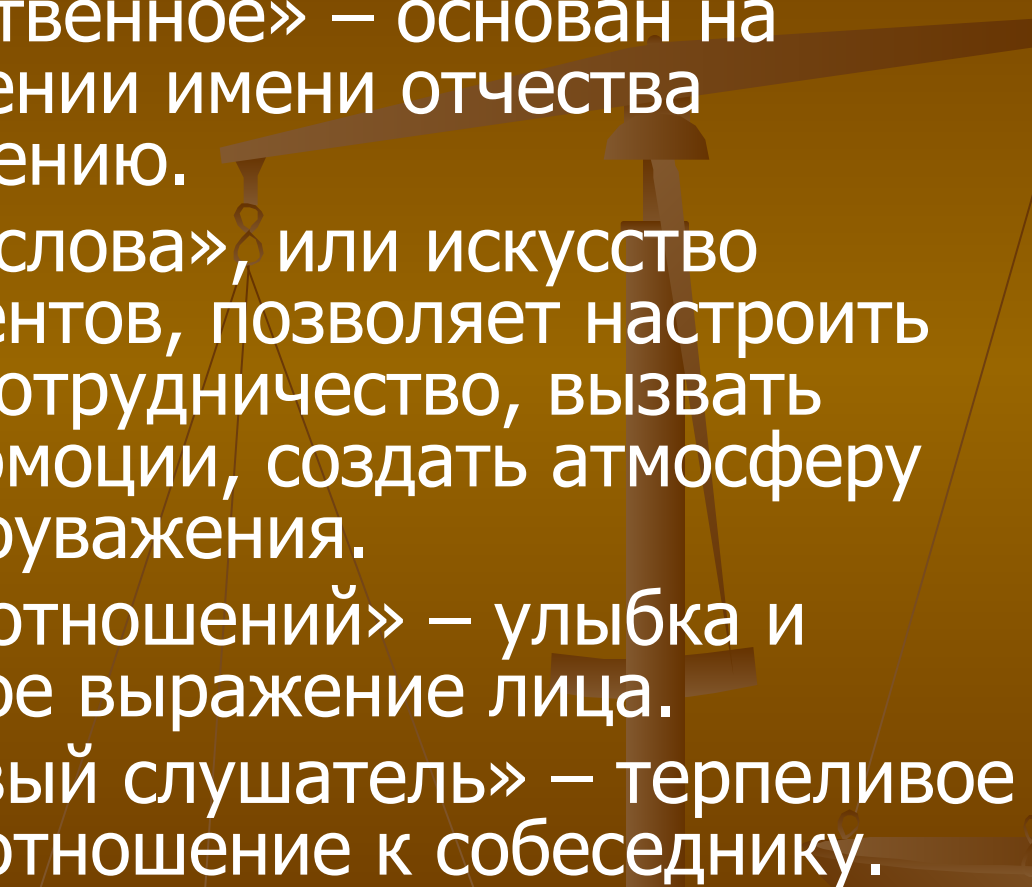
■ *Выяснение* – прямое обращение к говорящему при помощи фраз «Я не понял», «Пожалуйста, уточните».

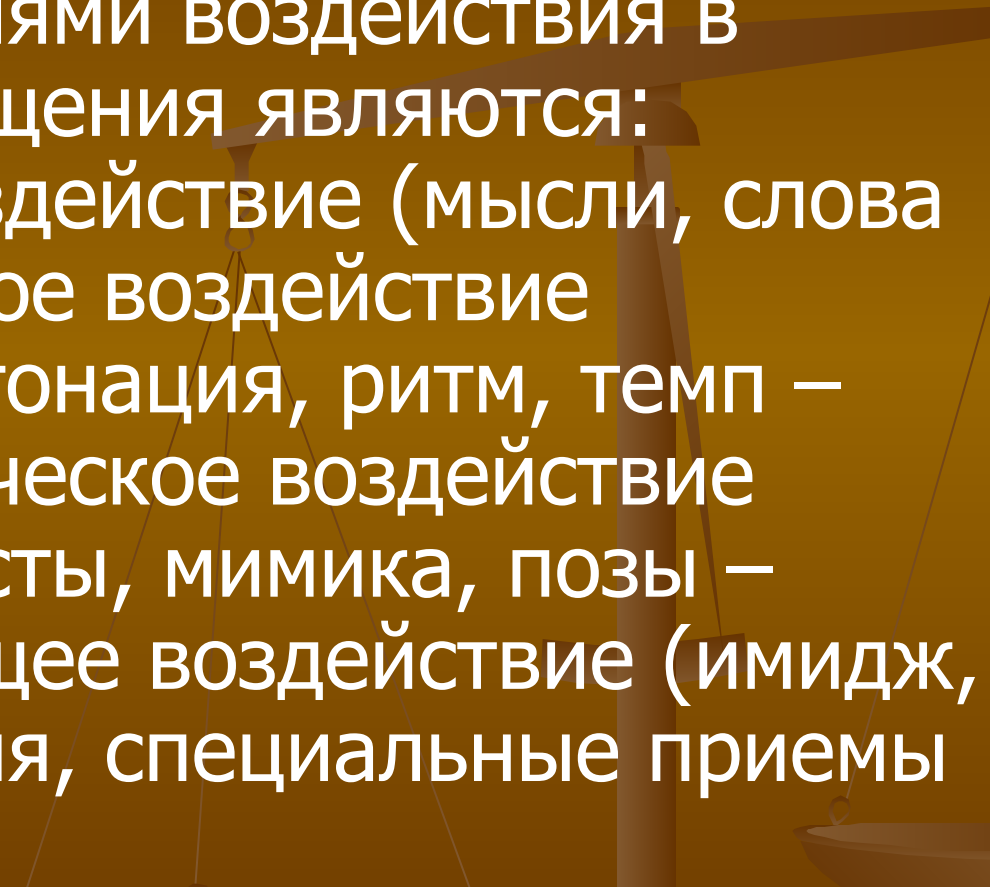
■ *Отражение чувств* – внимание обращается на отражение слушающим эмоционального состояния говорящего при помощи фраз «Вы немного расстроены», «Очевидно, вы чувствуете...».

■ *Перефразирование* – собственная формулировка сообщения говорящего для проверки точности понимания. «Если я вас правильно понял...», «Другими словами вы считаете...», «По вашему мнению...»

■ *Резюмирование* – подытоживание основных идей, чувств говорящего. «Итак, вы считаете, что...», «Если подвести итог сказанному...»

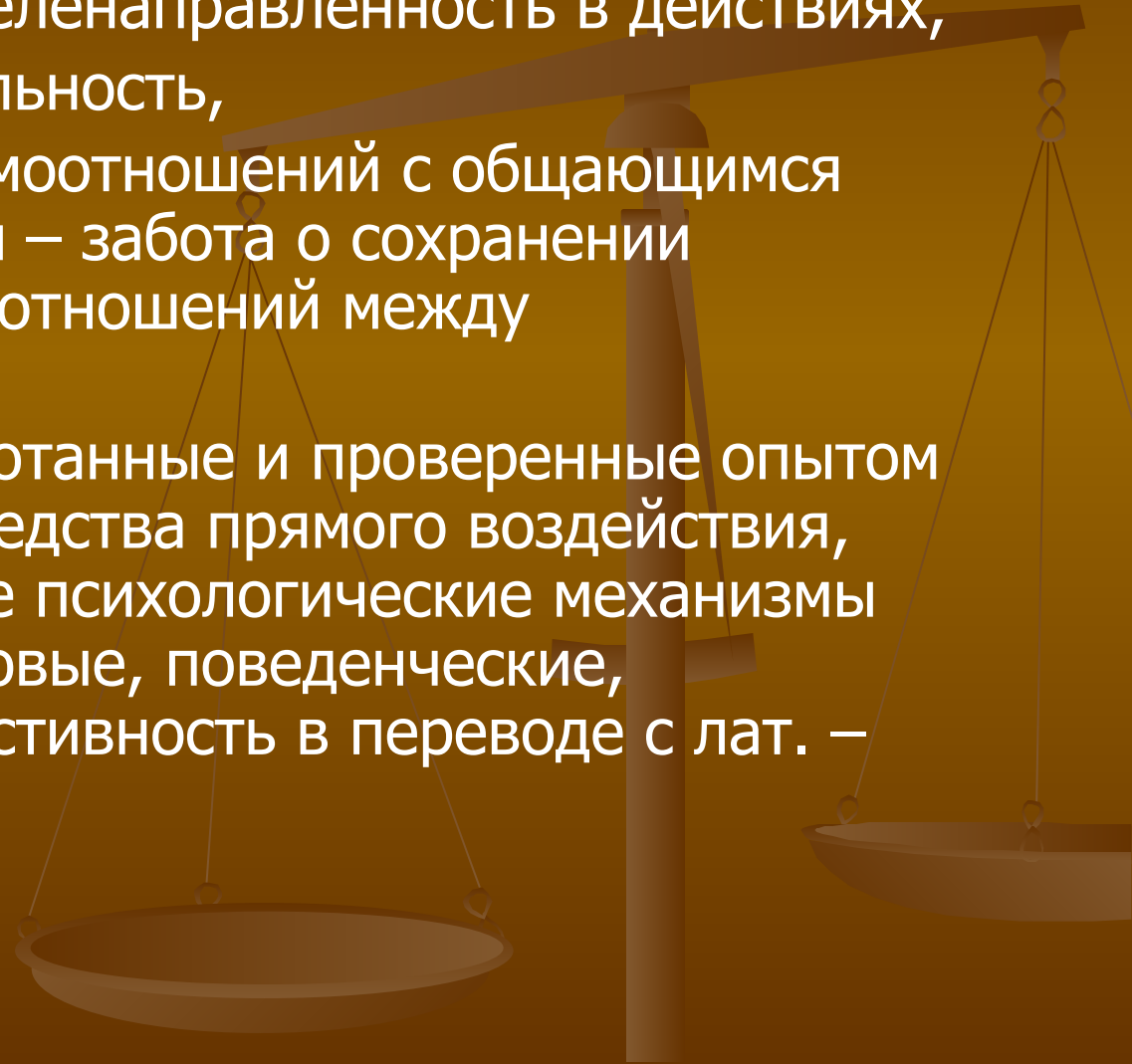
# Приемы повышения эффективности общения (техники общения):

- Прием «имя собственное» – основан на частом произнесении имени отчества партнера по общению.
  - Прием «золотые слова», или искусство подачи комплиментов, позволяет настроить собеседника на сотрудничество, вызвать положительные эмоции, создать атмосферу доверия и взаимоуважения.
  - Прием «зеркало отношений» – улыбка и доброжелательное выражение лица.
  - Прием «терпеливый слушатель» – терпеливое и внимательное отношение к собеседнику.
- 

- Основными целями воздействия в управлении общения являются:  
вербальное воздействие (мысли, слова – 7%), голосовое воздействие (громкость, интонация, ритм, темп – 38%), поведенческое воздействие (движения, жесты, мимика, позы – 55%), внушающее воздействие (имидж, стиль поведения, специальные приемы – дополнение).
- 

# критерии успешно общающегося человека

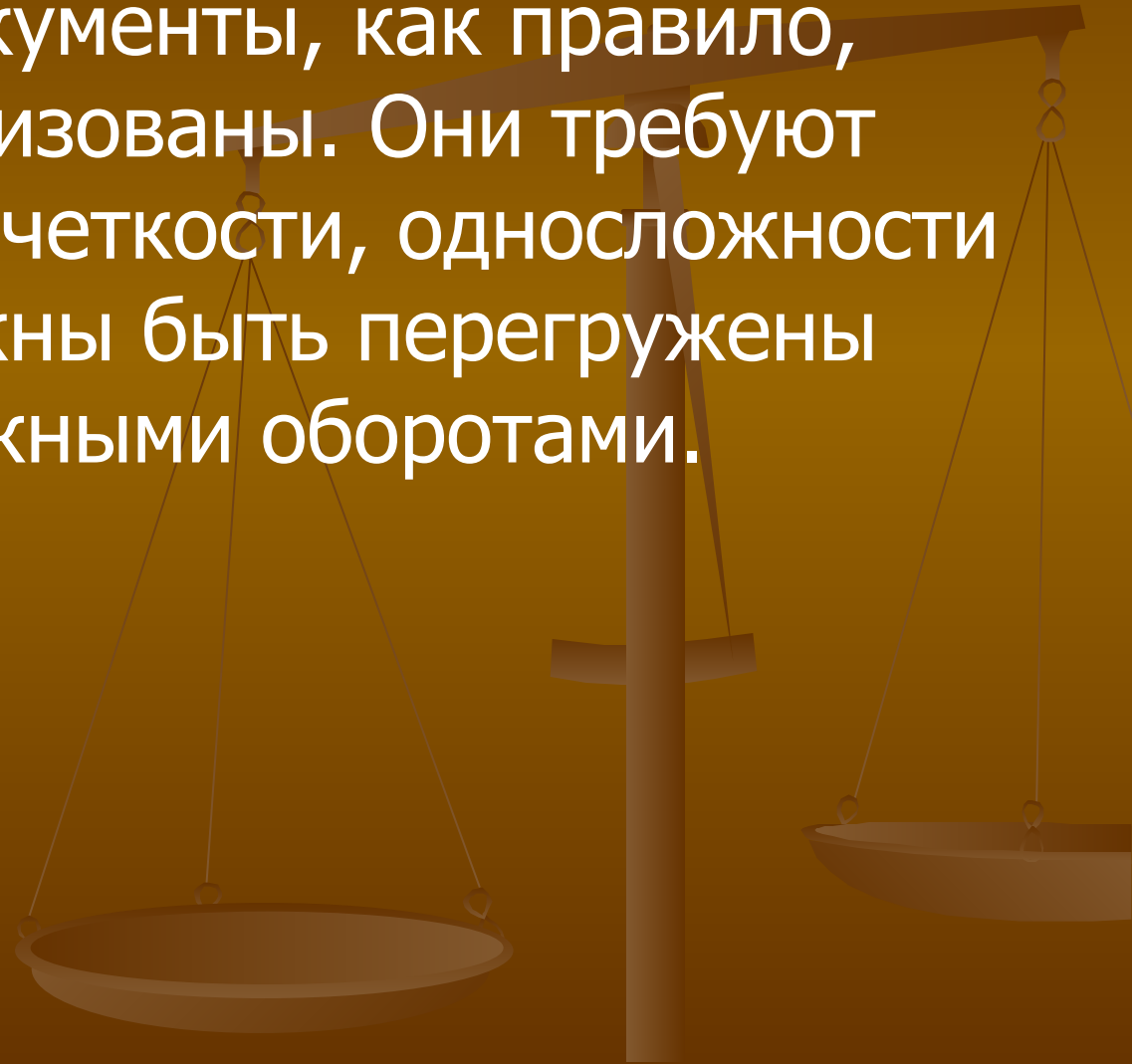
- осознание цели и целенаправленность в действиях,
- гибкость и внимательность,
- экологичность взаимоотношений с общающимся объектом, (экология – забота о сохранении целостности взаимоотношений между собеседниками),
- использовать отработанные и проверенные опытом приемы, методы, средства прямого воздействия, хорошо работающие психологические механизмы (вербальные, голосовые, поведенческие, суггестивные (суггестивность в переводе с лат. – внушение, намек ).





# Письменное общение (ведение деловой переписки)

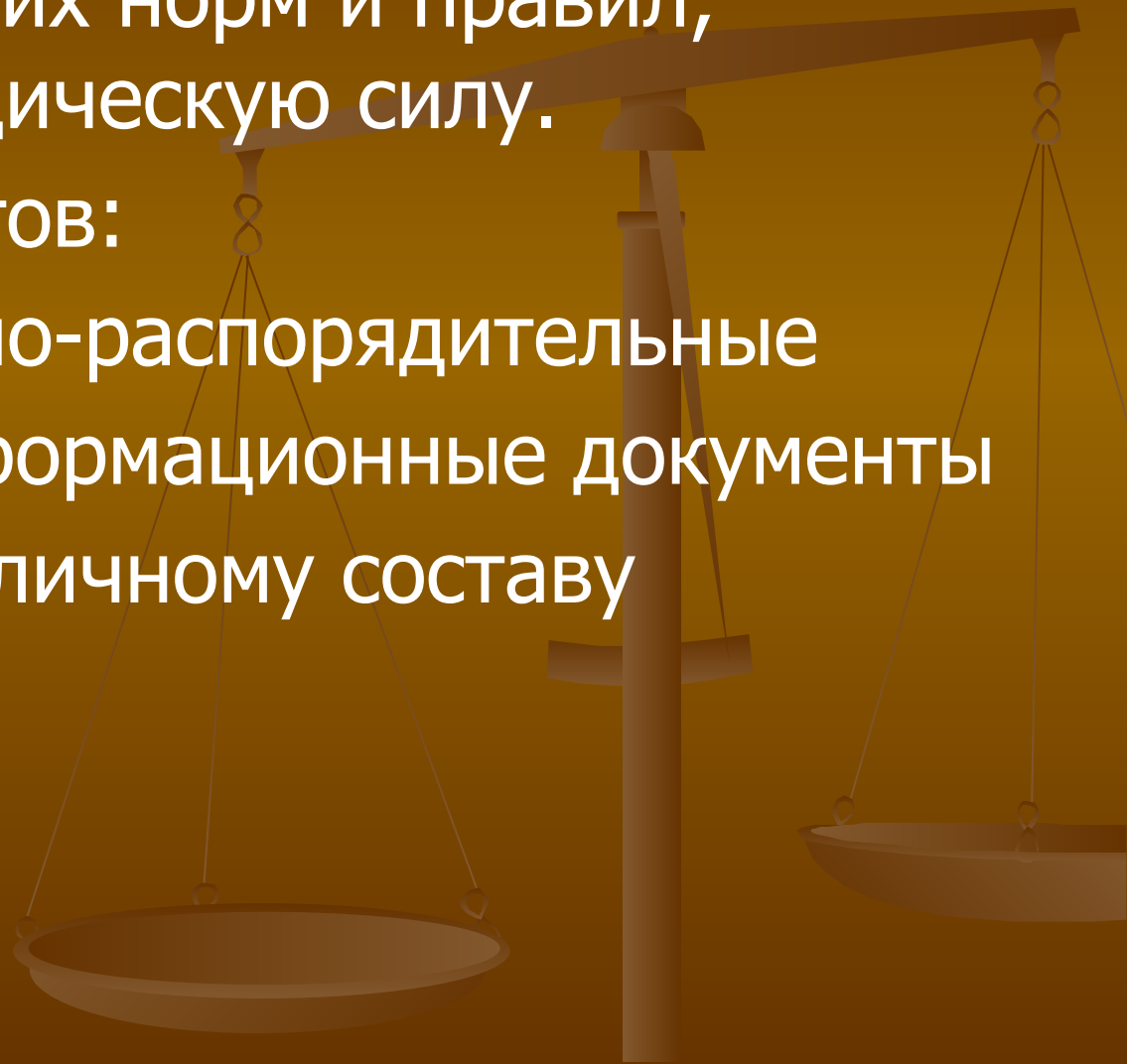
- Служебные документы, как правило, строго формализованы. Они требуют лаконичности, четкости, односложности языка, не должны быть перегружены словами, ненужными оборотами.



- Документ – это деловая бумага, оформленная с учетом соответствующих норм и правил, имеющая юридическую силу.

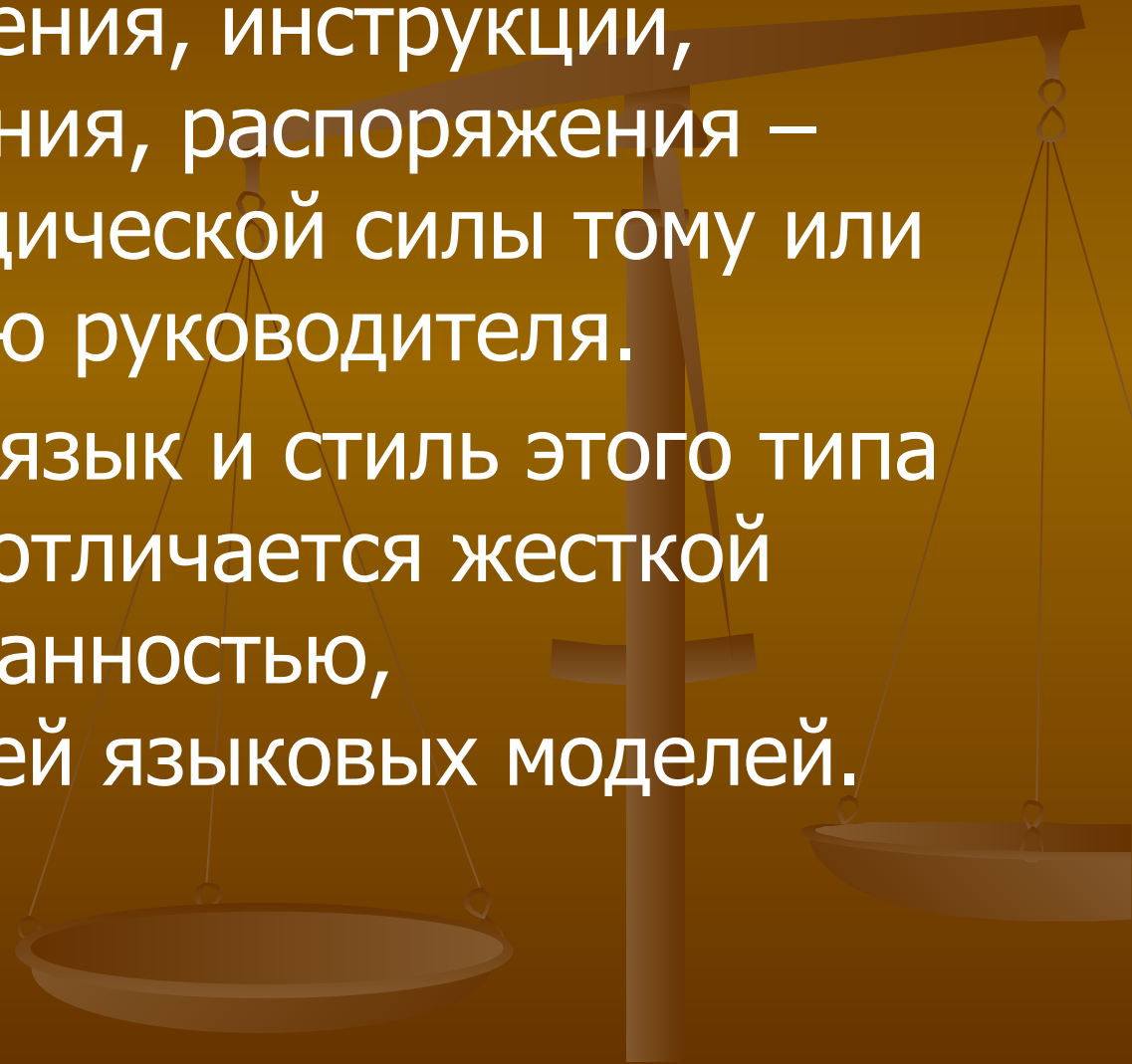
Виды документов:

- Организационно-распорядительные
- Справочно-информационные документы
- Документы по личному составу

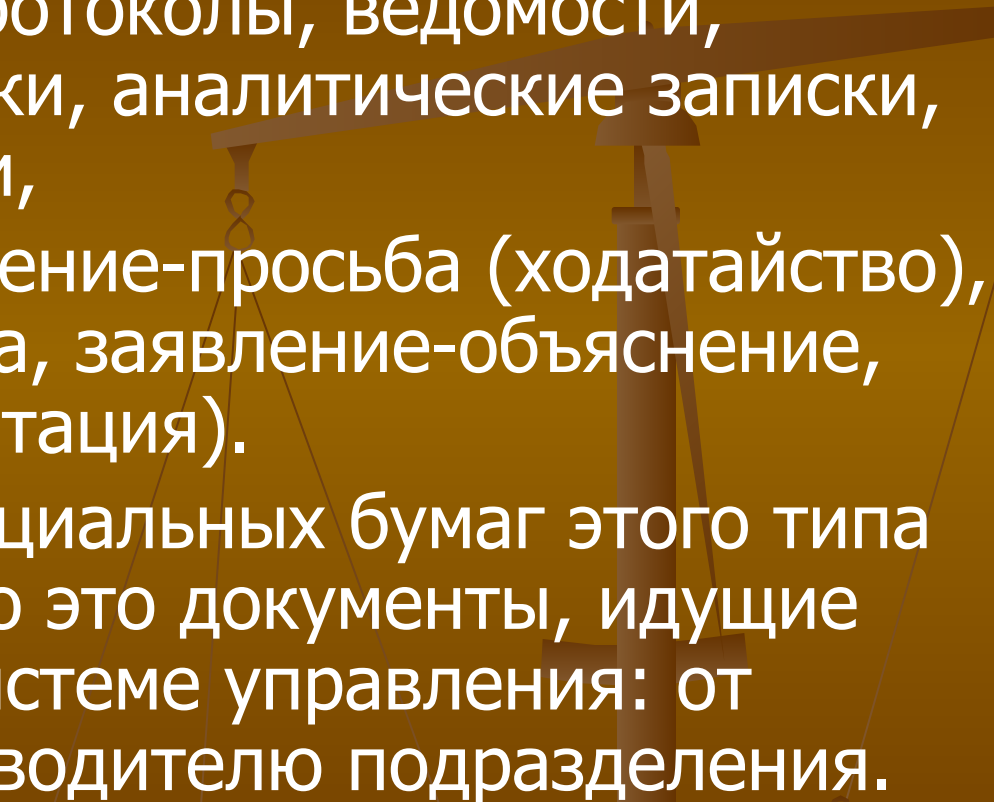


# *организационно- распорядительные документов*

- Уставы, положения, инструкции, приказы, решения, распоряжения – придание юридической силы тому или иному действию руководителя.
- В связи с этим язык и стиль этого типа документации отличается жесткой регламентированностью, стандартизацией языковых моделей.

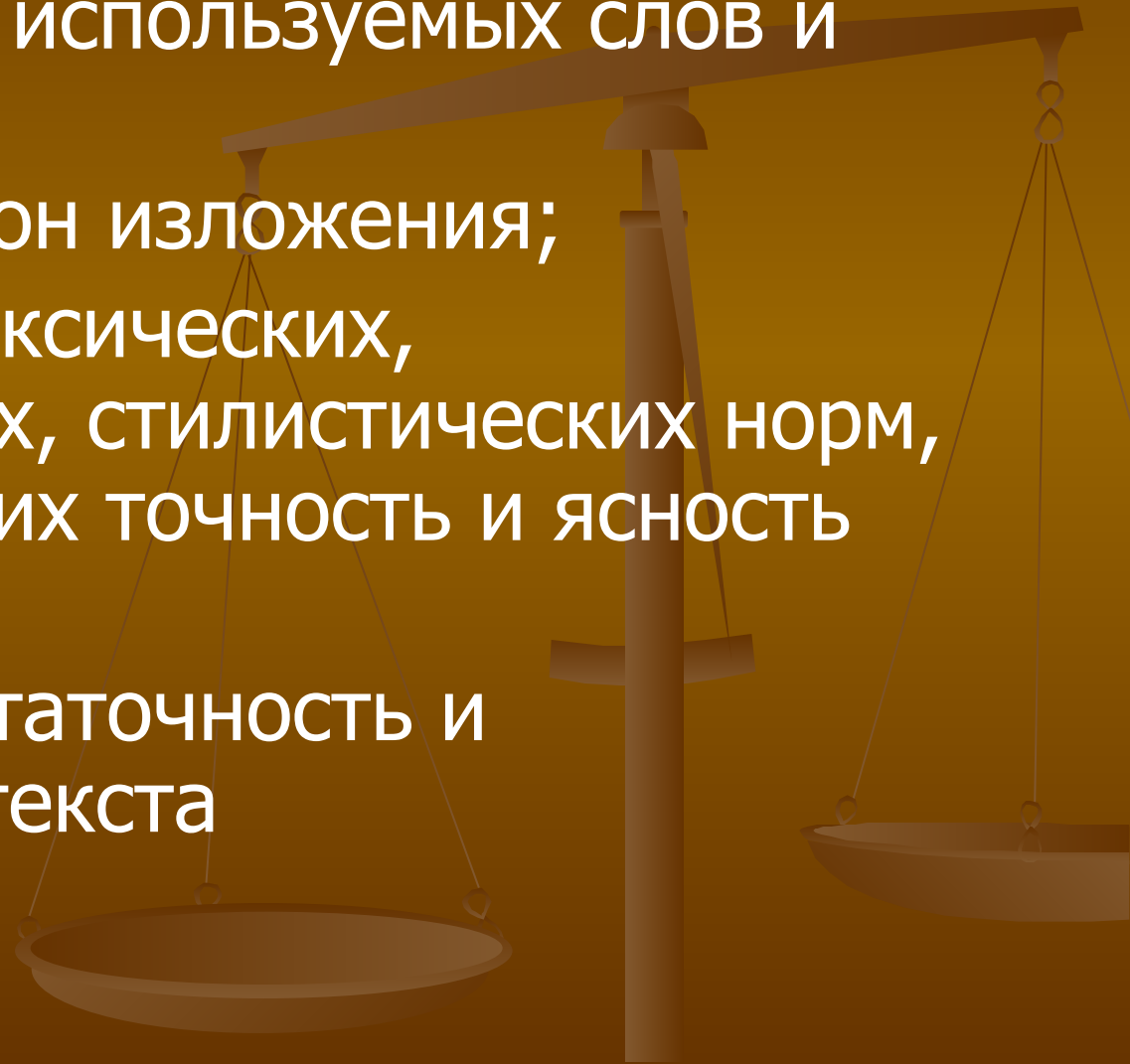


## *Справочно-информационные и справочно-аналитические документы*

- Акты, справки, протоколы, ведомости, служебные записки, аналитические записки, обзорные записки,
  - Заявления (заявление-просьба (ходатайство), заявление-жалоба, заявление-объяснение, заявление-констатация).
  - Особенность официальных бумаг этого типа состоит в том, что это документы, идущие снизу вверх по системе управления: от работника к руководителю подразделения.
- 

# Требования, предъявляемые к документам

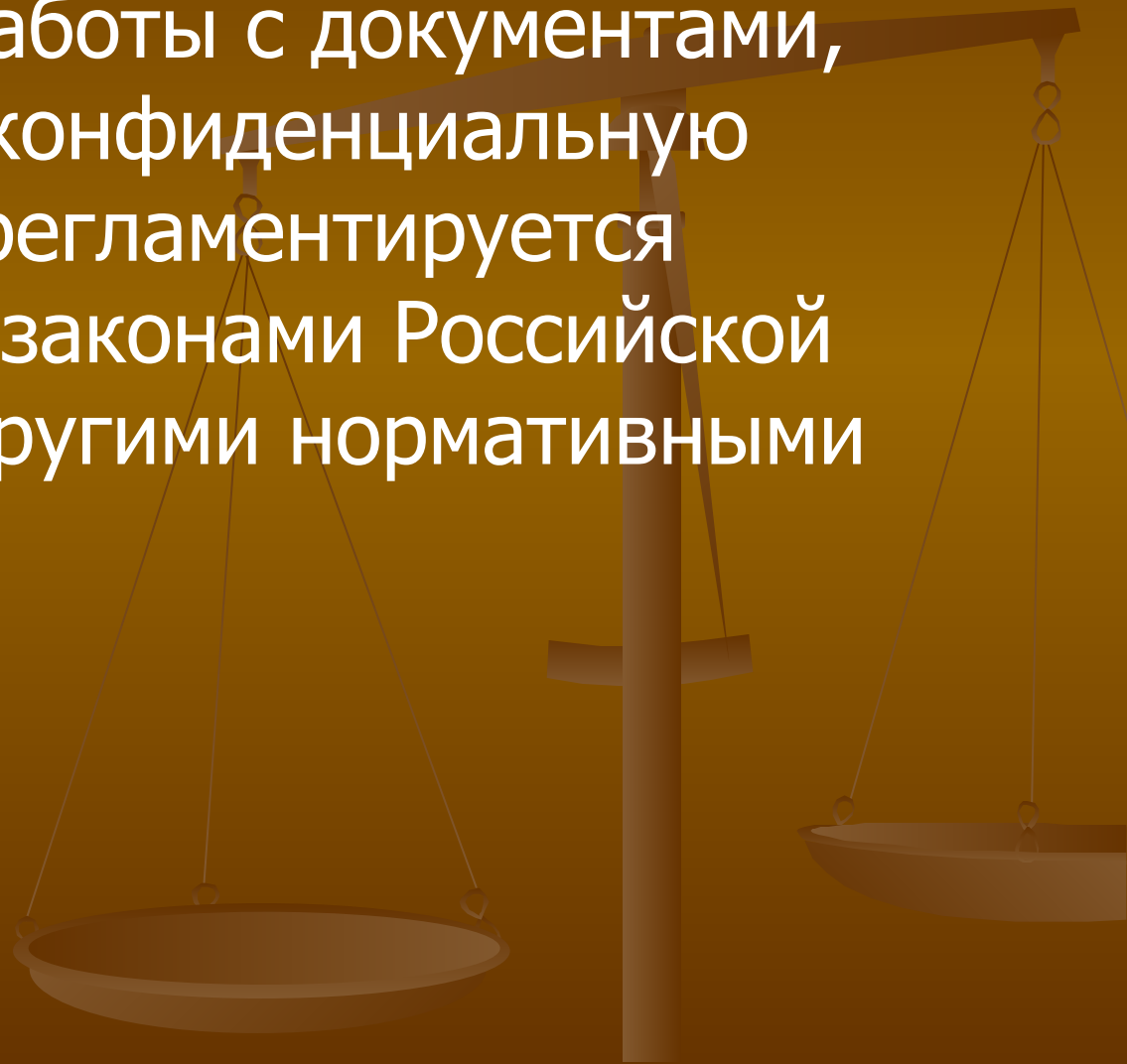
- однозначность используемых слов и терминов;
- нейтральный тон изложения;
- соблюдение лексических, грамматических, стилистических норм, обеспечивающих точность и ясность изложения;
- смысловая достаточность и лаконичность текста



- **«конфиденциальные документы» и «коммерческая тайна»**

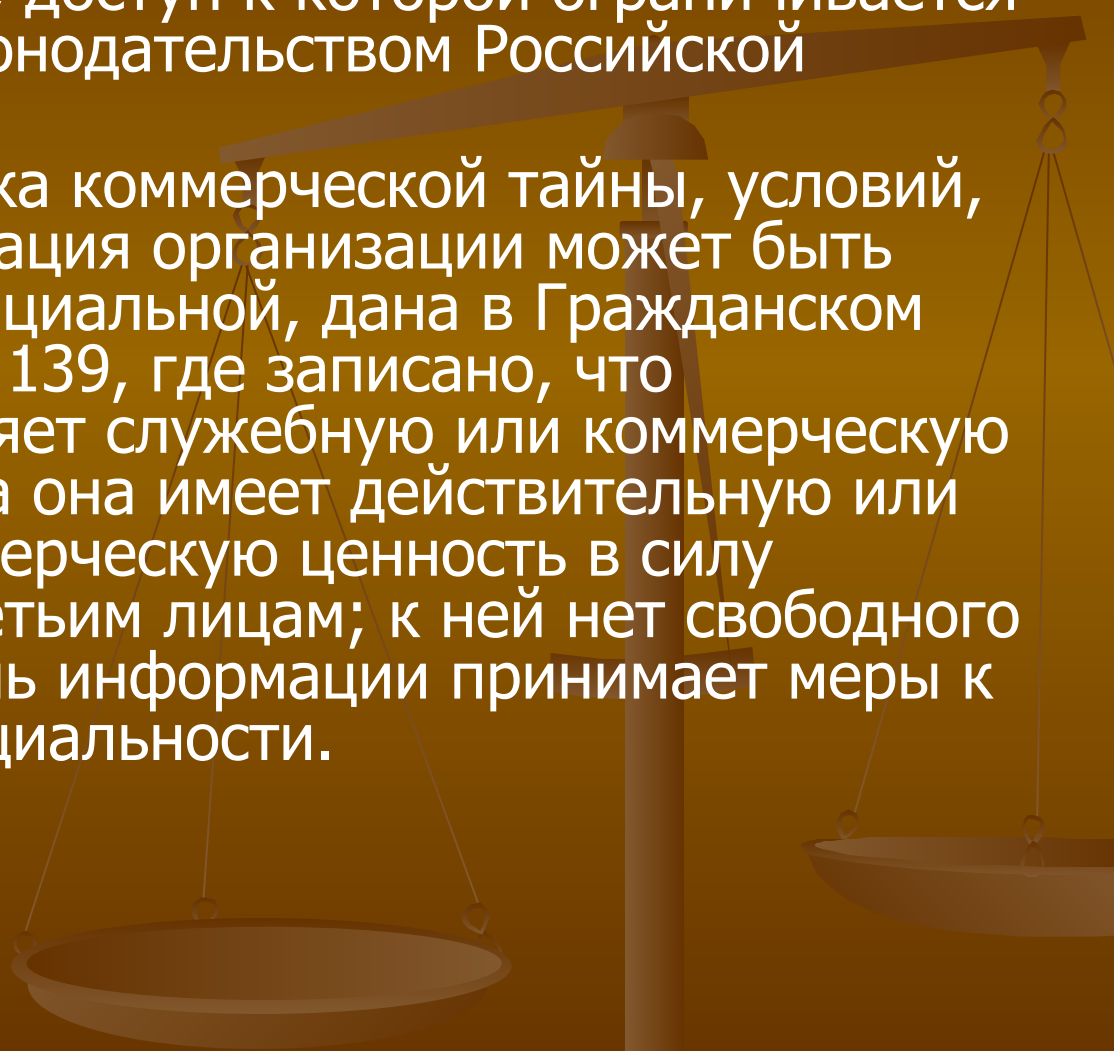


- Организация работы с документами, содержащими конфиденциальную информацию, регламентируется специальными законами Российской Федерации и другими нормативными актами.



# Конфиденциальная информация

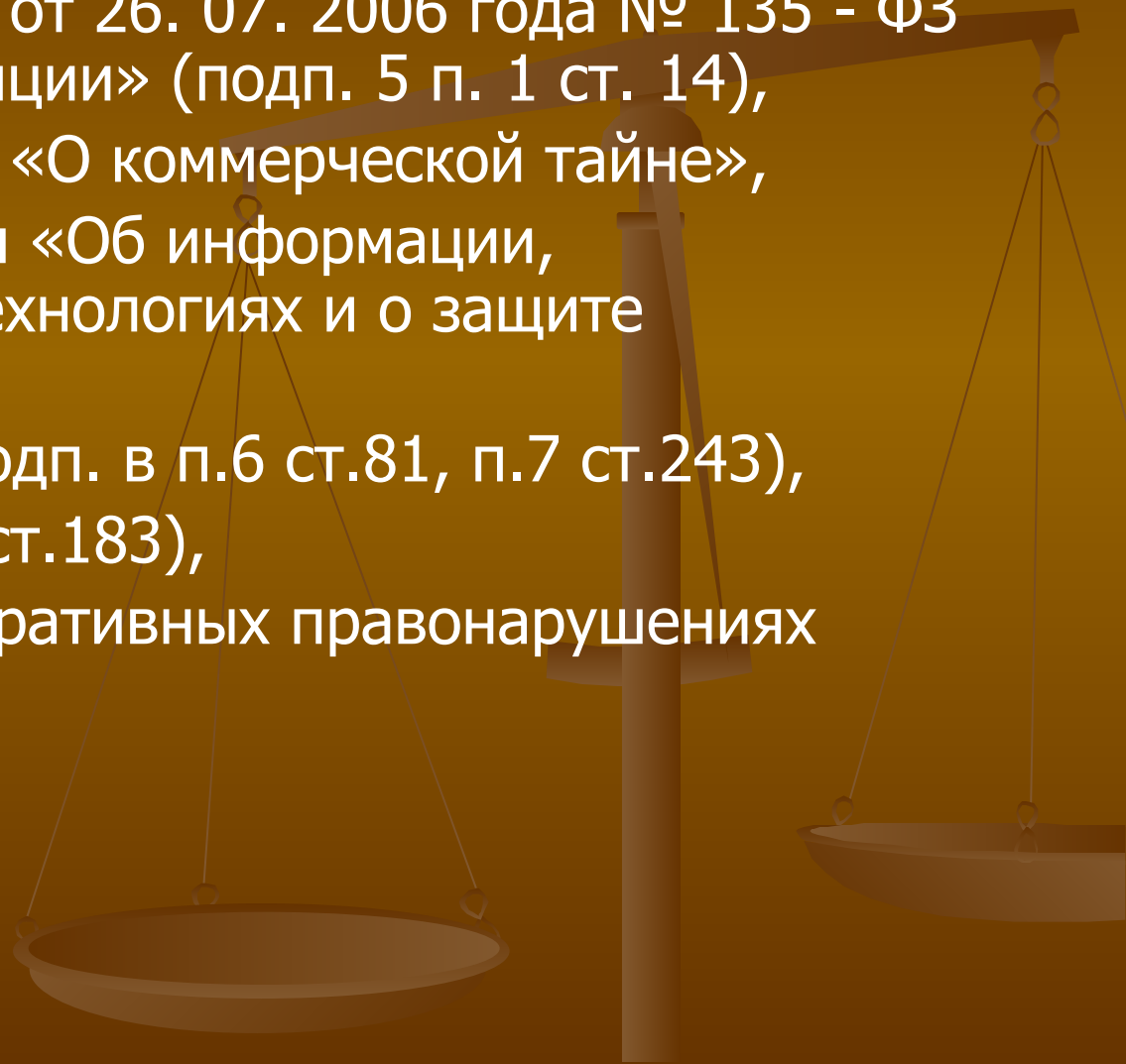
- – это документированная информация, содержащая коммерческую тайну, доступ к которой ограничивается в соответствии с законодательством Российской Федерации.
- Общая характеристика коммерческой тайны, условий, при которых информация организации может быть отнесена к конфиденциальной, дана в Гражданском кодексе РФ, в статье 139, где записано, что информация составляет служебную или коммерческую тайну в случае, когда она имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам; к ней нет свободного доступа, и обладатель информации принимает меры к охране ее конфиденциальности.





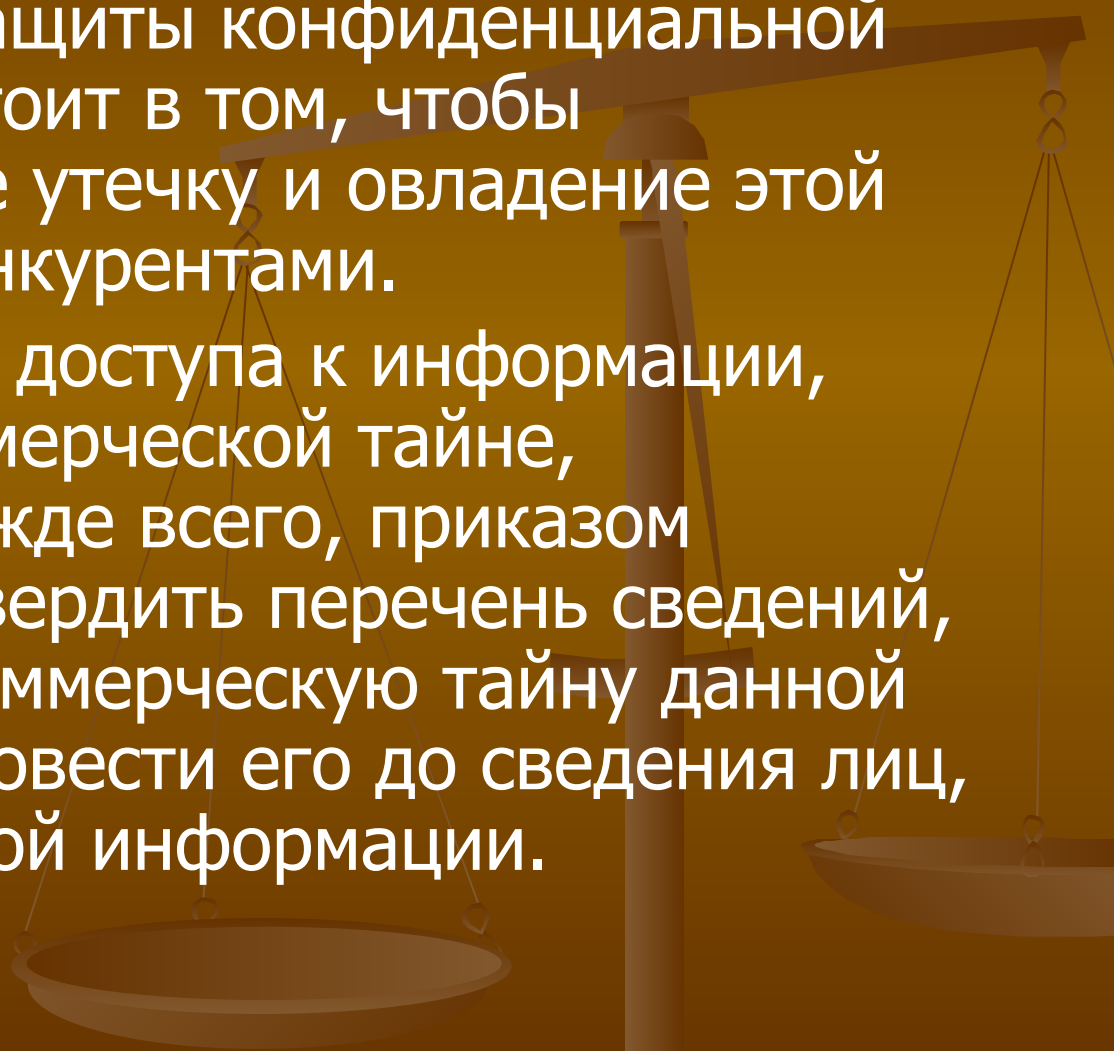
# Санкции за незаконное получение и разглашение коммерческой тайны

- Федеральный закон от 26. 07. 2006 года № 135 - ФЗ «О защите конкуренции» (подп. 5 п. 1 ст. 14),
- Федеральный закон «О коммерческой тайне»,
- Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
- Трудовой кодекс (подп. в п.6 ст.81, п.7 ст.243),
- Уголовный кодекс (ст.183),
- Кодекс об административных правонарушениях (ст.13, 14),



# Защита конфиденциальной информации

- Основная цель защиты конфиденциальной информации состоит в том, чтобы предотвратить ее утечку и овладение этой информацией конкурентами.
- Для ограничения доступа к информации, относимой к коммерческой тайне, необходимо, прежде всего, приказом руководителя утвердить перечень сведений, составляющих коммерческую тайну данной организации, и довести его до сведения лиц, допущенных к этой информации.



# Защита конфиденциальной информации

- Второй этап – обеспечение режима коммерческой тайны, включающего в себя разработку нормативно-методических документов организации по защите коммерческой тайны (КТ): это и инструкция по конфиденциальному делопроизводству, и положение о службе безопасности, и памятка о сохранении коммерческой тайны, и должностные инструкции сотрудников, допущенных к конфиденциальным сведениям.