

Таким чином, вміння красивого поведження завжди вважалося необхідним компонентом культури та є актуальним у сучасному світі.

Список використаних джерел:

1. Білик Е. В. Сучасна енциклопедія етикету: 1000 правил і корисних порад / Е. В. Білик. – Донецьк: ТОВ ВКФ БАО, 2005. – 384 с.
2. Красніцька Г. М. Етикет у міжнародних ділових стосунках / Г. М. Красніцька // Гілея. Науковий вісник. Збірник наукових праць. – 2014. – Випуск 108 – С. 147–149.
3. Кибанов А. Я. Етика ділових відносин / А. Я. Кибанов, Д. М. Захаров, У. Р. Коновалова. – Москва: ИНФРА-М, 2002.
4. Малахов В. Етика спілкування: навч. посіб. / В. Малахов. – К.: Либідь, 2006. – 400 с.
5. Машир Н. П. Сучасний етикет та секрети гостинності: навч. посіб. / Н. П. Машир. – К.: Кондор, 2009. – 216 с.

Крюченко Ю.Ю.

викладач,

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНЦІЇ ПЕРЕКОНАННЯ СТУДЕНТІВ – МАЙБУТНІХ ЮРИСТІВ

Компетенції переконання та аргументації довгий час зовсім не розглядалися в психологічному та філософському аспектах. Згодом це питання набуває актуальності та поширеної зацікавленості вчених. Найбільш відомими дослідниками цієї проблеми в соціальній психології були В. Бехтерев, Т. Володимирський, В. Куликов, Б. Паригін, Б. Поршнев, Г. Тард, Ф. Тома та ін., вони визначають такі механізми, як переконування, навіювання, наслідування.

Безумовно, до числа цих механізмів належить також мистецтво аргументації та переконання, яке набуло своєї популярності ще в Античній Греції. Перші спроби узагальнити та диференціювати інформацію про ці методи було здійснено за часів розвитку античної риторики. Саме стародавніх греків надзвичайно зацікавило питання: чому одна промова здатна переконати аудиторію, а інша – ні? Відповідь на це досить складне питання знаходять античні оратори Сократ та Платон, що активізує розвиток діалектики та логіки. Згодом під впливом праць Платона і Аристотеля антична традиція в риторичі характеризується органічним поєднанням емоційно-психологічних, логіко-філософських та моральних принципів переконання.

Як про самостійний напрям досліджень про теорію аргументації та переконання почали говорити лише в 40-і роки минулого століття. Однак теоретичним підґрунтям її виникнення були ті засоби і методи переконання, які застосовувалися ще в античній риторичі, а саме діалектиці Сократа та логіці Платона.

Тлумачення терміна переконання досить широке та неоднозначне, тому в науці панує два основних визначення цього поняття. Перше визначає переконання як систему поглядів, уявлень, яких дотримується особистість,

друге – як певний спосіб впливу, який передбачає аргументоване і логічно витримане доведення істинності тієї чи іншої думки [5].

Вагомого значення для студентів – майбутніх юристів набуває саме оволодіння прийомами та методами переконання. Адже професія юриста вимагає не тільки високих моральних якостей та професійної майстерності, але й високого рівня загальнокультурної підготовки та вміння використовувати доречні засоби переконання. Мова юриста представляє собою цілеспрямовану та структуровану одиницю, передбачає досягнення запланованого ефекту, певного впливу на адресатів.

До основних прийомів переконання належать інформування, роз'яснення, доказ, спростування і бесіда. До структурного складу переконання входять гіпотеза, аргументи (докази) і демонстрація. Функцію гіпотези виконують теоретичні положення, які вимагають аргументованого доказу. Аргументом у процесі переконання виступає думка, істинність якої доведена і не вимагає додаткової перевірки. Під демонстрацією в цьому випадку розуміють логічне розмірковування, під час якого із доказів (аргументів) доводять істинність чи хибність гіпотези [4, с. 14].

Дослідники також зазначають, що для досягнення переконуючого характеру промови треба дотримуватись певних правил переконливого спілкування. До головних таких правил належить правило Гомера, в якому зазначається, що послідовність наведення аргументів впливає на їх переконливість і найпереконливішим це правило вбачає такий порядок наведення аргументів під час промови: сильні – середні – найсильніші. Ще одним відомим правилом переконливого спілкування є правило Сократа – для одержання позитивного рішення з важливого для вас питання поставте його на третє місце, а перед ним – два коротких, простих для співрозмовника питання, на які він без ускладнень скаже вам «так» [3, с. 401].

Процес переконання являє собою певний вид мистецтва і опанувати його можна тільки на практиці, поступово і наполегливо вдосконалюючи свою майстерність. Великої уваги опануванню та доведенню до досконалого рівня цього виду мистецтва мають приділяти студенти – майбутні юристи, тому що успіх їх подальшої професійної діяльності безпосередньо залежить від вміння будувати переконуючу промову.

Юристу доводиться вирішувати різноманітні комунікативні завдання в різних мовних формах. Він повинен вміти аргументовано викладати свої думки в усній і письмовій формі, переконливо виступити у судовому засіданні, вести допит, задушевну або виховну бесіду, ґрунтовно, послідовно і конкретно ставити питання, аналізувати відповіді і т. д. Оратор за допомогою переконливих фактів досягає раціонального впливу на співрозмовника. Якщо він не боїться ставити гострі питання і знаходити їм правильне рішення, його промова звучить переконливо.

Таким чином, оволодіння логічними основами переконання, уважне ставлення до побудови промови і логічного викладу відіграє важливу роль у професійній діяльності майбутнього юриста та дозволить майбутньому фахівцю досягти переконливості промови.

Список використаних джерел:

1. Культура ділового спілкування // Уклад.: Зубенко Л.Г., Немцов В.Д. – К.: ЕксОб, 2002 – 200 с.
2. Мацько Л.І. Риторика. Навч. посіб. – К.: Вища шк., 2006. – 311 с.
3. Самыгин С. И., Столяренко Л. Д. Психология управления: Учеб. пособие. – Ростов на Дону: Феникс, 1997. – 512 с.
4. Татенко В.О. Психологія впливу: суб'єктна парадигма // Наукові студії із соціальної та політичної психології: Збірник статей. – К.: Сталь, 2000. – Вип. 3(6). – С. 3-18.
5. Цимбалюк І.М. Психологія спілкування. – К.:Професіонал, 2004. – 304 с.