

**ПСИХОЛИНГВИСТИКА
(ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ)**

Научная статья

УДК 808.5

Кристина Артемовна Кунгурцева

Калининградский филиал Санкт-Петербургского университета МВД России,

Калининград, Россия

atv310551@mail.ru

Научный руководитель: Т. В. Анисимова, доктор филологических наук,
профессор

**УСЛОВИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УБЕЖДЕНИЯ
КАК МЕТОДА АДМИНИСТРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Аннотация. Метод убеждения считается одним из наиболее универсальных и общеупотребительных методов, как в целом для сферы государственного управления, так и для работников правоохранительных органов, которые обязаны внедрять в сознание граждан уверенность в необходимости соблюдения всех законов и норм, действующих в обществе; воздействовать на волю и сознание человека средствами нравственного характера. Однако, чтобы этот метод оказался эффективным, необходимы конкретные разработки, объясняющие, как именно на практике, он должен применяться. Анализ результатов проведённого анкетирования продемонстрировал весьма слабое владение сотрудниками ОВД не только конкретными речевыми формами убеждающей речи, но и общим пониманием сущности и назначения указанного метода. Причиной этого явления автор считает отождествление в юридической практике метода убеждения с информированием: разъяснением гражданам норм и санкций законов. В статье

формулируются те критерии, по которым следует разграничивать информирование и убеждение. Далее для разрешения указанной проблемы предлагается при описании метода убеждения использовать междисциплинарный подход, требующий участия филолога в описании особенностей применения метода убеждения в юридических ситуациях. Филологическая составляющая такого сотрудничества складывается из трёх аспектов. Теоретический аспект находится в ведении метакоммуникации, объектом которой является анализ общих способов и форм построения диалога. Коммуникативный аспект находится в ведении риторики, которая разрабатывает особенности всех необходимых для работы юриста риторических жанров, а также описывает систему аргументации, повышающую эффективность воздействия на адресата. Подчинённый характер имеет культурологический аспект, требующий повышения общего культурного уровня сотрудников полиции, что гарантирует творческое применение метода убеждения в различных ситуациях профессионального общения.

Ключевые слова: риторика, убеждение, принуждение, методы воздействия, эффективность воздействия

Для цитирования: Кунгурцева К. А. Условия повышения эффективности убеждения как метода административного управления // Евразийский филологический вестник. 2025. Вып. 3 (11). С. 129–145.

PSYCHOLINGUISTICS (PHILOLOGICAL SCIENCES)

Original article

UDC 808.5

Kristina A. Kungurtseva

Kaliningrad Branch of St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Kaliningrad, Russia

atv310551@mail.ru

Scientific supervisor: T. V. Anisimova, Doctor of Philology sciences, professor

CONDITIONS FOR INCREASING THE EFFECTIVENESS OF PERSUASION AS A METHOD OF ADMINISTRATIVE MANAGEMENT

Abstract. The method of persuasion is considered one of the most universal and commonly used methods both in general for the sphere of public administration and for law enforcement officials, who are obliged to instill in the minds of citizens confidence in the need to comply with all laws and norms in force in society; to influence the will and consciousness of a person by moral means. However, in order for this method to be effective, specific developments are needed explaining exactly how it should be applied in practice. An analysis of the results of the survey showed a very poor command of the ATS staff not only of specific speech forms of persuasive speech, but also of a general understanding of the essence and purpose of this method. The author considers the reason for this phenomenon to be the identification in legal practice of the method of persuasion with information: explaining to citizens the norms and sanctions of laws. The article formulates the criteria by which information and persuasion should be distinguished. Further, to solve this problem, it is proposed to use an interdisciplinary approach in describing the method of persuasion, which requires the participation of a philologist in describing the specifics of using the method of persuasion in legal situations. The philological component of such cooperation consists of three aspects. The theoretical aspect is under the jurisdiction of metacommunication, the object of which is the analysis of common ways and forms of building a dialogue. The communicative aspect is under the jurisdiction of rhetoric, which develops the specifics of all the rhetorical genres

necessary for a lawyer's work, and also describes a system of argumentation that increases the effectiveness of influencing the addressee. Subordination has a cultural aspect that requires an increase in the general cultural level of police officers, which guarantees the creative application of the method of persuasion in various situations of professional communication.

Keywords: rhetoric, persuasion, coercion, methods of influence, effectiveness of influence

For citation: Kungurtseva K. A. Conditions for increasing the effectiveness of persuasion as a method of administrative management // Eurasian Philological Bulletin. 2025; 3 (11): 129–145. (In Russ.).

Введение

Одним из наиболее универсальных и общеупотребительных методов государственного управления считается метод убеждения. Он применяется во всех отраслях и сферах управления и как самостоятельный, и в совокупности с другими методами.

В административном праве убеждение характеризуется как процесс целенаправленного воздействия субъекта управления на управляемый объект, в результате которого идеи, ценности, установки субъекта становятся внутренними идеями, личными установками объекта управления [11]. Результатом применения указанного метода является добровольное соблюдение адресатом требований должностных лиц и норм права. Одним из основных достоинств административного убеждения профессор Д. Н. Бахрах считает возможность обеспечения с его помощью добровольного выполнения норм права, в конечном счёте – формирование привычки законопослушания [7, с. 424].

Наиболее важными направлениями работы в сфере управления, где особенно востребован этот метод, являются согласование деятельности органов исполнительной власти и структурных подразделений; разъяснение законов и

иных актов, как до вступления их в силу (знакомство с проектом), так и после вступления в силу; обучение персонала; работа с жалобами и обращениями граждан; агитация (привлечение людей к активной общественно-полезной деятельности) и пропаганда (популяризация идей, знаний, учений). Важно обратить внимание на то, что работники сферы управления должны не просто понимать свои задачи по координации действий всех структур управления, но и уметь грамотно пользоваться теми речевыми формами, в которые облекается их речь при использовании метода убеждения. Все перечисленные формы работы актуальны и для работников правоохранительных органов, которые обязаны повышать уровень правовой осведомлённости граждан; внедрять в их сознание уверенность в необходимости соблюдения всех законов и норм, действующих в обществе; воздействовать на волю и сознание человека средствами нравственного характера.

Как видно из этого перечня, сфера применения метода убеждения весьма широка и многообразна. В связи с этим его освоение всеми участниками процесса управления должно проводиться целенаправленно и на высоком научном уровне. Чтобы эта цель была достигнута, недостаточно общего описания назначения метода убеждения. Необходимы конкретные разработки, объясняющие как именно на практике он должен применяться. Это свидетельствует о высокой степени актуальности исследования тех конкретных умений и навыков, которые следует формировать у юристов для полноценного использования рассматриваемого метода в процессе административного управления в различных государственных органах власти.

Целью нашего исследования является определение тех условий, которые должны быть соблюдены для того, чтобы применение метода убеждения привело к запланированному оратором результату.

Соответственно, в задачи исследования входило:

1) Определение имеющегося у работников правоохранительных органов исходного уровня правовых и коммуникативных знаний о сути и назначении

метода убеждения; о степени эффективности использования убеждения в правоприменительной административной деятельности сотрудников полиции; о конкретных речевых формах, используемых субъектом в процессе применения метода убеждения.

2) Описание содержания и назначения метода убеждения.

3) Доказательство необходимости междисциплинарного подхода к изучению специфики метода убеждения, гарантирующего полноценное понимание всех особенностей его функционирования.

Исследовательские результаты и их интерпретация

Чтобы определить исходный уровень владения сотрудниками полиции методом убеждения, мы подготовили анкету из 25 вопросов. В рамках проведённого исследования в опросе приняли участие представители 13 учебных групп, обучающихся в Калининградском филиале Санкт-Петербургского университета МВД России по специализированной программе повышения квалификации, предназначенной для сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации. Общее количество респондентов составило 352 человека. При подсчёте результатов все опрашиваемые были разделены на две группы: в первую отнесены лица, обучающиеся по основной программе профессионального обучения (рядовые), – 207 человек; ко второй – лица младшего (67 человека) и среднего (82 человека) начальствующего состава.

Результаты проведённого исследования демонстрируют, что респонденты в целом адекватно интерпретируют сущность метода убеждения в контексте административной деятельности полиции. Однако, когда речь заходит о конкретных формах реализации метода убеждения, результаты оказываются неутешительными.

Так, на вопрос, какие они знают конкретные речевые формы, используемые для реализации метода убеждения, 68 % опрашиваемых из первой группы и 82 % участников опроса из второй группы поставили прочерк,

показав полное отсутствие понимания ситуации, в которой проходит убеждение. 20 % и, соответственно, 7 % опрошиваемых назвали некоторое количество форм, среди которых были как правильные (пропаганда, критика, дисциплинарная беседа, профилактическая беседа, агитационная речь), так и неуместные формы (педагогика, психология, использование сети Интернет, инструктаж, сводка) Наконец, 12 % и, соответственно, 11 % указали только такие формы, которые, действительно, пригодны для использования в ситуации убеждения.

Далее на вопрос: «Если бы вам поручили убедить слушателей своей нынешней учебной группы сделать что-то, что они сейчас не хотят делать, справились бы вы с заданием?» 71 % опрошиваемых из первой группы и, соответственно, 58 % из второй ответили «нет», 22 % из первой и 35 % из второй – «не уверен», и лишь по 7 % из каждой группы – «да». Причём, на следующий уточняющий вопрос: «Приходилось ли вам когда-либо в своей практике убеждать людей сделать нечто», абсолютно все ответившие положительно на предыдущий вопрос, ответили «нет». Таким образом, оказывается, что их уверенность в том, что они могут справиться с таким заданием, не основана ни на каком конкретном опыте.

В целом, анализ результатов анкетирования демонстрирует весьма слабое владение сотрудниками ОВД (не только рядовыми, но и начальствующим составом) не только конкретными речевыми формами убеждающей речи, но и общим пониманием сущности и назначения указанного метода. Такое положение дел во многом обусловлено тем, что в программе обучения юристов гораздо больше внимания уделяется анализу метода принуждения, чем убеждения, а освоение тех речевых форм, которые требуются для грамотного использования метода убеждения не предусмотрено совсем.

Изучение литературы по этому вопросу показывает, что в юридической практике метод убеждения, как правило, приравнивается к просветительской работе с гражданами. Так, К. Ю. Сливко обращает внимание на необходимость

усиления борьбы с наркотиками, для чего предлагает использовать «комплекс мер социальной защиты, судебно-исправительного, медицинского либо медико-педагогического характера» [13, с. 269]. Основная проблема при этом формулируется так: «лицам, желающим употребить запрещённые вещества, зачастую неизвестно, что... наркотики способны вызывать у них паническое, стрессовое и опасное состояние, влекущее наступление разного рода отрицательных последствий» [13, с. 269]. Для борьбы с этой проблемой предлагается обязать участковых уполномоченных полиции проводить профилактические беседы с потенциальными наркоманами. Участковый «наиболее эффективно применяет в своей служебной деятельности метод убеждения» [5, с. 269], т. е. рассказывает в своих беседах о вреде наркотиков, поскольку «наше общество должно быть осведомлено о том, что наркотики способны причинить серьёзный вред здоровью человека» [13, с. 270]. Однако многочисленные примеры из практики показывают, что ни наркоманы, ни алкоголики, ни курильщики не отказываются от своих пагубных пристрастий в результате простого информирования о вреде их увлечений.

Таким образом, причиной крайней неэффективности применения метода убеждения на практике часто бывает элементарное непонимание сотрудниками полиции, использующими этот метод, разницы между информационной и убеждающей речью. В частности, при описании методики проведения *профилактических бесед* даже в научных работах в соседних абзацах можно встретить взаимоисключающие определения указанного вида деятельности. С одной стороны, «суть профилактической беседы состоит в устном разъяснении профилактируемому правовой и моральной ответственности перед обществом, государством и иными субъектами за социальные и юридические последствия продолжения антиобщественного поведения» [9, с. 156], а с другой стороны, «целью проведения профилактических бесед должно быть формирование у профилактируемого желания сознательно <...> отказаться от антисоциальных установок, а также убеждённости в необходимости прикладывать возможные

усилия для избавления от пагубных привычек и аморальных потребностей» [9, с. 156–157]. Однако указанные цели не могут относиться к одной и той же речи, поскольку *разъяснение* направлено на простую передачу сведений от одного субъекта к другому, ориентируется на тезис речи, а *формирование убеждения* направлено на изменение отношения адресата к рассматриваемому в речи объекту, ориентируется на ценности адресата. Неразличение этих ситуаций приводит к риторической неудаче. Анализируя предлагаемую в юридических статьях методику проведения *профилактических бесед*, Т. В. Анисимова указывает: «чтобы добиться эффекта, оратор должен проанализировать индивидуальные особенности профилактируемого лица и подобрать соответствующую его ценностям и взглядам аргументацию. Предусмотреть «ораторские предосторожности», поскольку прямолинейные назидания не приводят к желаемому результату» [5, с. 281]. Далее в работе приводится оптимальная композиция *профилактической беседы* и перечисляются типы аргументов, эффективных в каждой части.

Чтобы добиться взаимопонимания между юристами и филологами по этому вопросу, необходимо установить прочные междисциплинарные связи между административным правом и коммуникативной лингвистикой. В основе этих связей должен лежать такой принцип: когда в юридических науках речь заходит о тех или иных профессионально значимых коммуникативных ситуациях, к их изучению и описанию обязательно следует привлекать квалифицированного филолога, способного грамотно оценить риторическую составляющую рассматриваемой коммуникативной ситуации и разработать необходимые аспекты её изучения. В рамках риторики описываются все важные для работы специалиста жанры, а также система аргументации, повышающая эффективность воздействия на адресата [2–3].

Именно риторический подход позволяет юристу понять, что именно и как следует сказать, чтобы повысить эффективность своей коммуникации. Убеждение другого обязательно содержит эмоционально-нравственный

компонент и должно быть признано равноценной доказательству формой воздействия. Только с помощью использования эмоциональных аргументов можно посеять сомнения в правильности имеющейся у адресата позиции или хотя бы подготовить почву для такого сомнения. Языковые возможности (многозначность, метафоричность) позволяют гибко внедрить в чужое сознание новый взгляд: с помощью помещения идеи в соответствующий контекст адресант интерпретирует сложившееся у адресата мнение в выгодном для себя направлении [15, с. 18]. Важно при этом, чтобы все приведённые в речи аргументы опирались на ценности адресата.

Этот подход давно и успешно применяется не только в политической и рекламной речи, но и в рамках судебных прений. В то же время административное убеждение далеко не всегда использует эмоциональные и ценностные элементы аргументации. Вместе с тем, в этой области, кроме разнообразных универсальных (*неприкосновенность жизни человека, истина и справедливость, экономическое благосостояние, свобода и равенство, показатели личного успеха, достоинство и защищённость граждан*) и общеправовых (*прозрачность принимаемых решений, доступность правосудия, равенство всех перед законом, защита прав граждан*) ценностей [12], могут быть использованы и ценности, характерные для административного права. Так, В. А. Юсупов считает наиболее важными три вида административных ценностей: 1) разрешение возникших противоречий в обществе, государстве, работе органов государственного управления или между участниками конкретных административных правоотношений; 2) устранение препятствий для осуществления субъективных административных прав; 3) создание новых возможностей саморазвития субъекта административных правоотношений [14, с. 39–40]. Эти ценности лежат в основе гарантий соблюдения прав человека и гражданина, что получает законодательное закрепление и становится той ценностью, на которую могут в дальнейшем опираться ораторы. Так, в интервью члена совета директоров Всемирной

ассоциации экомаркировки (GEN), руководителя центрального органа системы экологической сертификации «Листок жизни» Юлии Грачевой в основе всей аргументации лежат ценности, закреплённые в законе № 280-ФЗ «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который установил правовые основы регулирования отношений в области производства органической продукции:

В России компании, решившие объявить свой продукт «зелёным», а настоящую сертификацию не проходить, действуют несколькими способами. Самый примитивный – поддельная маркировка несуществующей организации. Второй способ – взять известную маркировку и поставить её без подтверждения сертификации. С этим ещё можно бороться. Мы отслеживаем такие истории с «Листком жизни» и требуем от производителей убрать эту маркировку. Есть ещё третий приём. Сейчас в России появилось много псевдосертификаций: например, «Росэкопродукт», «Международный экологический фонд» и другие. Почему я называю их псевдо? Потому что сам орган по сертификации (проверяющая организация) не имеет государственной аккредитации, хотя это требуется по закону. Существуют также организации, которые просто за деньги выдают сертификаты без какой-либо проверки товаров [8].

Здесь ценностью является право граждан на безопасный экологически чистый продукт, а гарантией соблюдения этого права – проведение независимой экспертизы.

Однако часто для того, чтобы добиться запланированного результата, одних юридических ценностей недостаточно, и оратор должен обращаться к групповым и даже личным ценностям адресата. Так, основная ошибка при организации *профилактических бесед* состоит в том, что оратор просто воспроизводит соответствующие статьи закона. Как показывает практика, более действенным оказывается вариант, когда говорящий сначала задумывается, ради чего слушающие его люди могли бы захотеть сделать то, к чему он их

призывает. Например, большая часть девушек мечтает выйти замуж и завести детей. Поэтому лекция об опасности женского алкоголизма, учитывающая эту ценность, окажется более эффективной, чем лекция сугубо информационная:

Клинические наблюдения и эксперименты свидетельствуют о том, что мертворождаемость, ранняя детская смертность, задержка физического развития, эпилепсия у детей – следствие алкогольной интоксикации женщин во время беременности. Злоупотребление алкоголем ведёт к токсикозу, выкидышам, преждевременным родам, замедленным темпам психофизического развития ребёнка даже при отсутствии пороков развития нервной системы. В старые времена, хоть и не существовало мудреной терминологии: «планируемая беременность», «врожденный алкогольный синдром», «олигофрения в стадии дебильности», народы всех стран обратили внимание, что дети, появляющиеся на свет после религиозных, государственных, народных и семейных праздников, сопровождающихся винопитием, часто рождаются неполноценными. Не случайно в Древнем Риме запрещали пить вино до 30 лет, в Спарте – до свадьбы, а в Норвегии, Дании, Голландии запрещалось употребление спиртных напитков до тех пор, пока не рождались дети. Наиболее чувствителен к алкоголю зародыш в первые дни и недели внутриутробного развития, то есть тогда, когда женщина может ещё и не подозревать о беременности. В этот период начинается интенсивное деление клеток в зародыше, и образуются зачатки будущих органов и систем человека. Все питательные вещества зародыш получает из крови матери. Если в ней есть алкоголь, то он обязательно попадает к плоду...[1].

Хотя эта лекция имеет форму информационного высказывания, однако факты подбираются так, чтобы вызвать у слушательниц чувство страха (родить неполноценного ребёнка). Для воздействия используются аргументы к науке (*клинические наблюдения и эксперименты*), к историческому опыту людей разных стран (*Рима, Спарты, Скандинавии*), подробно объясняется механизм

отравления ребёнка алкоголем. Всё это существенно повышает эффективность послания.

Заключение

Таким образом, чтобы освоить метод убеждения, сотруднику полиции совершенно недостаточно одного ознакомления с административным законодательством. Умения и навыки, необходимые для полноценного убеждающего воздействия на адресата, вырабатываются в процессе изучения риторики, где студенты получают возможность освоить теорию аргументации и познакомиться с жанрами профессионального общения, что позволяет им использовать полученные знания для выполнения своих профессиональных обязанностей. В рамках риторики формируется профессионально ориентированная коммуникативная компетенция юриста, позволяющая ему свободно пользоваться речью в любой ситуации профессионального общения [4; 6; 10]. Вместе с тем, в рамках самой риторики, убеждение, как метод административного управления, не рассматривается ни в теоретическом, ни в практическом аспекте, что создаёт затруднения для практического применения этого метода.

Список литературы:

1. Алкоголь и потомство: беседа по профилактике алкоголизма. URL: <https://nsportal.ru/npo-spo/obrazovanie-i-pedagogika/library/2017/12/02/besedy-po-profilaktike-pravonarusheniy> (дата обращения: 20.11.2024).
2. Анисимова Т. В. Исследование системы ценностей подсудимого как способ объяснения мотивов преступления // Общество и человек. 2011. № 1 (2). С. 12–14.
3. Анисимова Т. В. Назначение ценностного аргумента в системе судебной аргументации // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2008. № 10. С. 78–83.

4. Анисимова Т. В. Содержание риторической компетенции выпускника юридического вуза // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2023. № 1 (71). С. 127–131.

5. Анисимова Т. В. Юридическая риторика: учебное пособие. Калининград: Калининградский филиал Санкт-Петербургского университета МВД России, 2024. 336 с.

6. Анисимова Т. В., Пригарина Н. К. Коммуникативная компетенция: состав и принципы описания // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2024. № 3. С. 121–129.

7. Бахрах Д. Н., Россинский Б. В., Стариков Ю. Н. Административное право: учебник для вузов. Москва: «Норма», 2005. 799 с.

8. Гринвошинг в России: какие есть примеры и как с ним борются. URL: <https://ecounion.ru/press/grinvoshing-v-rossii-kakie-est-primery-i-kak-s-nim-boryutsya/> (дата обращения: 20.11.2024).

9. Кириллов С. И., Уткин В. А., Шмарион П. В. Содержание и методика проведения профилактических бесед с лицами, состоящими на учёте в органах внутренних дел // Вестник Воронежского института МВД России. 2019. № 3. С. 153–160.

10. Ковшикова Е. В., Шиндряева И. В. Коммуникативные компоненты методики преподавания русского языка в образовательных организациях МВД России // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2024. № 4 (78). С. 176–182.

11. Макарейко Н. В. Административное право: учебное пособие для вузов. Москва: Юрайт, 2025. 308 с.

12. Сердобинцев К. С. О важности философии // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2023. № 2 (72). С. 131–135.

13. Сливко К. Ю., Сливко Н. К., Бондаренко Д. М. К вопросу об эффективности метода убеждения, как средства реализации отдельных

направлений государственной политики // Право и государство: теория и практика. 2024. № 9 (237). С. 266–270.

14. Юсупов В. А. Социальная и управленческая ценность административного права // Журнал административного судопроизводства. 2022. № 2 С. 38–48.

15. Badaloni N. Politics, persuasione, decisione // Languaggio, persusione, verita. Padova. 1984. 320 p.

References:

1. Alkogol` i potomstvo: beseda po profilaktike alkogolizma. URL: <https://nsportal.ru/npo-spo/obrazovanie-i-pedagogika/library/2017/12/02/besedy-po-profilaktike-pravonarusheniy> (data obrashheniya: 20.11.2024).

2. Anisimova T. V. Issledovanie sistemy` cennostej podsudimogo kak sposob ob`yasneniya motivov prestupleniya // Obshhestvo i chelovek. 2011. № 1 (2). S. 12–14.

3. Anisimova T. V. Naznachenie cennostnogo argumenta v sisteme sudebnoj argumentacii // Aktual`ny`e problemy` filologii i pedagogicheskoy lingvistiki. 2008. № 10. S. 78–83.

4. Anisimova T. V. Soderzhanie ritoricheskoy kompetencii vy`pusknika yuridicheskogo vuza // Vestnik Kaliningradskogo filiala Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii. 2023. № 1 (71). S. 127–131.

5. Anisimova T. V. Yuridicheskaya ritorika: uchebnoe posobie. Kaliningrad: Kaliningradskij filial Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii, 2024. 336 s.

6. Anisimova T. V., Prigarina N. K. Kommunikativnaya kompetenciya: sostav i principy` opisaniya // Vestnik Kaliningradskogo filiala Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii. 2024. № 3. S. 121–129.

7. Baxrax D. N., Rossinskij B. V., Starilov Yu. N. Administrativnoe pravo: uchebnik dlya vuzov. Moskva: «Norma», 2005. 799 s.

8. Grinvoshing v Rossii: kakie est` primery` i kak s nim boryutsya. URL: <https://ecounion.ru/press/grinvoshing-v-rossii-kakie-est-primery-i-kak-s-nim-boryutsya/> (data obrashheniya: 20.11.2024).

9. Kirillov S. I., Utkin V. A., Shmarion P. V. Soderzhanie i metodika provedeniya profilakticheskix besed s liczami, sostoyashhimi na uchyote v organax vnutrennix del // Vestnik Voronezhskogo instituta MVD Rossii. 2019. № 3. S. 153–160.

10. Kovshikova E. V., Shindryaeva I. V. Kommunikativny`e komponenty` metodiki prepodavaniya russkogo yazy`ka v obrazovatel`ny`x organizatsiyax MVD Rossii // Vestnik Kaliningradskogo filiala Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii. 2024. № 4 (78). S. 176–182.

11. Makarejko N. V. Administrativnoe pravo: uchebnoe posobie dlya vuzov. Moskva: Yurajt, 2025. 308 s.

12. Serdobincev K. S. O vazhnosti filosofii // Vestnik Kaliningradskogo filiala Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii. 2023. № 2 (72). S. 131–135.

13. Slivko K. Yu., Slivko N. K., Bondarenko D. M. K voprosu ob e`ffektivnosti metoda ubezhdeniya, kak sredstva realizacii otдел`ny`x napravlenij gosudarstvennoj politiki // Pravo i gosudarstvo: teoriya i praktika. 2024. № 9 (237). S. 266–270.

14. Yusupov V. A. Social`naya i upravlencheskaya cennost` administrativnogo prava // Zhurnal administrativnogo sudoproizvodstva. 2022. № 2 S. 38–48.

15. Badaloni N. Politics, persuasione, decisione // Languaggio, persuasione, verita. Padova. 1984. 320 r.

Информация об авторе:

К. А. Кунгурцева – курсант, Калининградский филиал Санкт-Петербургского университета МВД России

Information about the author:

К. А. Кунгурцева – the cadet, Kaliningrad Branch of St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 27.12.2024; одобрена после рецензирования 14.06.2025; принята к публикации 10.09.2025.

The article was published 27.12.2024; approved after reviewing 14.06.2025; accepted for publication 10.09.2025.