

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»



АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

СБОРНИК СТАТЕЙ XXIV МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 10 НОЯБРЯ 2022 Г. В Г. ПЕНЗА

ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2022

УДК 001.1
ББК 60
А43

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

А43

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ:
сборник статей XXIV Международной научно-практической конференции. – Пенза:
МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – 316 с.

ISBN 978-5-00173-535-9

Настоящий сборник составлен по материалам XXIV Международной научно-практической конференции «**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ**», состоявшейся 10 ноября 2022 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022
© Коллектив авторов, 2022

ISBN 978-5-00173-535-9

Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

Агаркова Любовь Васильевна – доктор экономических наук, профессор
Ананченко Игорь Викторович – кандидат технических наук, доцент
Антипов Александр Геннадьевич – доктор филологических наук, профессор
Бабанова Юлия Владимировна – доктор экономических наук, доцент
Багамаев Багам Манапович – доктор ветеринарных наук, профессор
Баженова Ольга Прокопьевна – доктор биологических наук, профессор
Боярский Леонид Александрович – доктор физико-математических наук
Бузни Артемий Николаевич – доктор экономических наук, профессор
Буров Александр Эдуардович – доктор педагогических наук, доцент
Васильев Сергей Иванович – кандидат технических наук, профессор
Власова Анна Владимировна – доктор исторических наук, доцент
Гетманская Елена Валентиновна – доктор педагогических наук, профессор
Грицай Людмила Александровна – кандидат педагогических наук, доцент
Давлетшин Рашит Ахметович – доктор медицинских наук, профессор
Иванова Ирина Викторовна – кандидат психологических наук
Иглин Алексей Владимирович – кандидат юридических наук, доцент
Ильин Сергей Юрьевич – кандидат экономических наук, доцент
Искандарова Гульнара Рифовна – доктор филологических наук, доцент
Казданиян Сусанна Шалвовна – кандидат психологических наук, доцент
Качалова Людмила Павловна – доктор педагогических наук, профессор
Кожалиева Чинара Бакаевна – кандидат психологических наук

Колесников Геннадий Николаевич – доктор технических наук, профессор
Корнев Вячеслав Вячеславович – доктор философских наук, профессор
Кремнева Татьяна Леонидовна – доктор педагогических наук, профессор
Крылова Мария Николаевна – кандидат филологических наук, профессор
Кунц Елена Владимировна – доктор юридических наук, профессор
Курленя Михаил Владимирович – доктор технических наук, профессор
Малкоч Виталий Анатольевич – доктор искусствоведческих наук
Малова Ирина Викторовна – кандидат экономических наук, доцент
Месеняшина Людмила Александровна – доктор педагогических наук, профессор
Некрасов Станислав Николаевич – доктор философских наук, профессор
Непомнящий Олег Владимирович – кандидат технических наук, доцент
Оробец Владимир Александрович – доктор ветеринарных наук, профессор
Попова Ирина Витальевна – доктор экономических наук, доцент
Пырков Вячеслав Евгеньевич – кандидат педагогических наук, доцент
Рукавишников Виктор Степанович – доктор медицинских наук, профессор
Семенова Лидия Эдуардовна – доктор психологических наук, доцент
Удут Владимир Васильевич – доктор медицинских наук, профессор
Фионова Людмила Римовна – доктор технических наук, профессор
Чистов Владимир Владимирович – кандидат психологических наук, доцент
Швец Ирина Михайловна – доктор педагогических наук, профессор
Юрова Ксения Игоревна – кандидат исторических наук

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ	11
РЕОЛОГИЧЕСКИЕ И РЕЛАКСАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОМПОЗИЦИЙ НА ОСНОВЕ ПОЛИОЛЕФИНОВЫХ ЭЛАСТОМЕРОВ КРАСНОВ КОНСТАНТИН ВЛАДИМИРОВИЧ, ЧАЛАЯ НАТАЛЬЯ МИХАЙЛОВНА	12
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ СНАБЖЕНИЕ КАК ОСНОВА УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ СТРОИТЕЛЬСТВА ВЕРХОШАПОВ ДМИТРИЙ СЕРГЕЕВИЧ	17
ОЦЕНКА НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ВЕРХОШАПОВ ДМИТРИЙ СЕРГЕЕВИЧ	21
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПРИМЕРЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ ВЕРХОШАПОВ ДМИТРИЙ СЕРГЕЕВИЧ	25
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ВЫБОРА СПОСОБА РАЗРАБОТКИ ВЕБ-РЕСУРСА МЕТОДОМ ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК КОМАРОВ ТИМОФЕЙ ИГОРЕВИЧ	29
ЭЛЕМЕНТЫ СТРУКТУРЫ ПРОЕКТА ЭФФЕКТИВНОЙ УТИЛИЗАЦИИ БЕСПОДСТИЛОЧНОГО НАВОЗА ПО МОДЕЛИ ОСТЕРВАЛЬДЕРА ХОХЛОВА КРИСТИНА ВЛАДИМИРОВНА	32
ПОГРЕШНОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОЛОЖЕНИЯ ДИАМЕТРАЛЬНОЙ ПЛОСКОСТИ СУДНА С ПОМОЩЬЮ РАЗНЕСЕННЫХ НАВИГАЦИОННЫХ ПРИЕМНИКОВ МЕЛЬНИКОВ МИХАИЛ АЛЕКСЕЕВИЧ, ПЛЮЩАЕВ ВАЛЕРИЙ ИВАНОВИЧ.....	35
ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ВУЗОВ НАПРАВЛЕНИЯ 44.03.05 ПУТЕМ СРАВНЕНИЯ С ЭТАЛОННЫМ ПРОФИЛЕМ СТУДЕНТА КАЗАРИНОВА НАТАЛЬЯ ЛЕОНИДОВНА, КУДРЕВАТЫХ ВИТАЛИЙ АНАТОЛЬЕВИЧ.....	39
ОСОБЕННОСТИ ПОЖАРНОЙ ОПАСНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ФАНЕРЫ ВАСИЛЬЕВ ВАСИЛИЙ ИГОРЕВИЧ, БЕЛЯК АЛЕКСАНДР ЛЕОНИДОВИЧ.....	42
ИССЛЕДОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОЕВЫХ ФОСФОЛИПИДОВ ПОЛУЧЕННОГО ИЗ МЕСТНОГО СЫРЬЯ МУХАММАДИЕВ АСКАР УМБАР УГЛИ, ХОДЖАЕВ САРВАР ФАХРЕДДИНОВИЧ, БАЛТАЕВ УМИДБЕК СОТИМБАЕВИЧ	46
НЕЛИНЕЙНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБОЛОЧЕЧНЫХ КОНСТРУКЦИЙ КУДАСОВА АННА СЕРГЕЕВНА, ГАРЬКАВЫЙ ВЛАДИМИР ОЛЕГОВИЧ, ТИТАРЕНКО НИКИТА ВИКТОРОВИЧ, ВОЙТОВ АНДРЕЙ АНДРЕЕВИЧ	49
АНАЛИТИЧЕСКИЙ РАСЧЕТ ПИД-РЕГУЛЯТОРОВ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ, ПОЛУЧЕННЫХ ПО МЕТОДУ ЦИГЛЕРА-НИКОЛЬСА МИРОСЛАВСКИЙ ДМИТРИЙ ЕВГЕНЬЕВИЧ	52

LEFT AND RIGHT HAND TRACKER BASED ON CONVOLUTIONAL NEURAL NETWORK XIE ZHOUYI, HU WEIJUN, ZHU JING, LI BOYI, WU YANYOU, HE WEILONG, LIU XIAOBIN	61
ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ	68
ВЛАСТЬ И МАТРИМОНИАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В МОСКОВСКОЙ РУСИ В XVI ВЕКЕ ГАЁВА МАРИНА НИКОЛАЕВНА	69
ВОЕННЫЕ ПЛАНЫ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ В 1916 ГОДУ И ИХ ИТОГИ ЦЫГАНЕНКО ГЕОРГИЙ ЮРЬЕВИЧ	72
БИОГРАФИЯ НАПОЛЕОНА БОНАПАРТА ДОНСКИХ АДЕЛИНА АЛЕКСЕЕВНА	75
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	79
РАЗВЁРНУТЫЙ ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ: СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ, ЭКОНОМИЧЕСКИХ, ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ, ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК, ОБЪЁМ И ЧАСТОТЫ ПОКУПОК; ИХ МЕСТА И Т.Д. (НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ «NIKE») БРИТ АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА.....	80
ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЯСА ПТИЦЫ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ AGILE- МАРКЕТИНГА ИВАНЧЕНКО АЛЕКСАНДР ВАЛЕРЬЕВИЧ	83
ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН ПРОЦЕССЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ РЕГИОНОВ СОРОКИНА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА.....	86
ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕКАРИАТА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА ОРЛОВ ПАВЕЛ АЛЕКСЕЕВИЧ.....	89
СПЕЦИФИКА ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ БЫСТРЫЙ АЛЕКСАНДР АНДРЕЕВИЧ, ШУРЫГИН АЛЕКСАНДР ВИКТОРОВИЧ.....	94
СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ РАСЧЕТОВ ПО СОЦИАЛЬНОМУ СТРАХОВАНИЮ И ОБЕСПЕЧЕНИЮ СЕНЕЦКИЙ НИКОЛАЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ	98
АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ И СБОРОВ В ФЕДЕРАЛЬНЫЙ БЮДЖЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЮСУФОВА СЕВИЛЕ РЕШАТОВНА	102
ИНВЕСТИЦИИ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА ПОВЫШЕНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ (С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РЕЙТИНГА РА) ПАРСАДАНЯН ТАТЕВИК СМБАТОВНА, ОВНАНЯН ЛЕВОН АШОТОВИЧ.....	106
ВОДОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ УПРАВЛЕНИЕ В СТРАНАХ ВЕКЦА МУРАДЯН МЕРИ АМБАРЦУМОВНА.....	108
КАК ОБЕСПЕЧИТЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ СУВЕРЕНИТЕТ РОССИИ? АРУТЮНОВА ГАЛИНА ИВАНОВНА	111

АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ В МКДОУ №274 ХАЧАТРЯН ЛИЛИТ СЕЙРАНОВНА	115
«УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД» - УГРОЗА ИЛИ ВЫГОДА? КАК ОБОРНУТЬ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ «МИНУСЫ» В «ПЛЮСЫ» НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ИГНАТЕНКО АНАСТАСИЯ ЕВГЕНЬЕВНА.....	117
ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРОГРАММЫ В ЦЕЛЯХ ПЛАНИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ КАК МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПОДХОД К БЮДЖЕТНОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ БАЙКОВА ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА	123
АНАЛИЗ ЭТАПОВ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИЙ В ГОСУДАРСТВЕ ПАНОВА АНИФЕ МАРАТОВНА	128
ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА БИЗНЕСВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НА РЫНКЕ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ КОНДРАТЬЕВ СЕРГЕЙ АНДРЕЕВИЧ	131
ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ	134
СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ СОЛОВЬЕВА ЛЮДМИЛА НИКОЛАЕВНА.....	135
СОВЕТСКАЯ РЕФОРМА ШКОЛЫ И ПОСТАНОВЛЕНИЕ О СВЕТСКОЙ ШКОЛЕ КАК ПРОБЛЕМА ДЛЯ НОВОГО СОЦИАЛИЗМА НЕКРАСОВ СТАНИСЛАВ НИКОЛАЕВИЧ	139
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	146
ЦВЕТОНАИМЕНОВАНИЯ В ШОТЛАНДСКОЙ БАЛЛАДЕ "ТАМ ЛИН" И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК ВЛАСОВА ОКСАНА ВЛАДИСЛАВОВНА, ПАВЛОВА МАРИЯ НИКОЛАЕВНА.....	147
БИБЛЕЙСКАЯ ТЕМАТИКА В РАННИХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ А.П. ЧЕХОВА (НА МАТЕРИАЛЕ РАССКАЗА «СВЯТОЮ НОЧЬЮ») ХАТКОВА ИРИНА НАЛЬБИЕВНА	151
КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕКСТА КОММЕРЧЕСКОГО ПИСЬМА В ДИСКУРСЕ ТОРГОВОЙ СДЕЛКИ КОВЗАНОВИЧ ОЛЬГА ВАЛЕРЬЕВНА	155
ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ	160
ПРАВОВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ МОЛОДЕЖИ КУВАЕВА САИДА АСКЕРОВНА, ТЛЕХАТУК АСКЕР КАСЕЕВИЧ.....	161
СПОРНЫЕ ВОПРОСЫ И НЕСОВЕРШЕНСТВА УГОЛОВНОГО ЗАКОНА ЗА ОБЩЕСТВЕННО ОПАСНЫЕ ДЕЯНИЯ В СФЕРЕ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ КАРНАУШЕНКО АЛЕКСАНДР СЕРГЕЕВИЧ	164
ОБЩЕЕ И СПЕЦИАЛЬНО-КРИМИНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЙ КУРСАНТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ФСИН РОССИИ УРУСОВА ТАТЬЯНА ЕВГЕНЬЕВНА.....	167

ПРОЦЕССУАЛЬНЫЙ СТАТУС ЛИЦА, В ОТНОШЕНИИ КОТОРОГО ВЕДЕТСЯ ПРОИЗВОДСТВО О ПРИМЕНЕНИИ ПРИНУДИТЕЛЬНЫХ МЕР МЕДИЦИНСКОГО ХАРАКТЕРА: ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ВОЛОБУЕВА ВАЛЕРИЯ ГРИГОРЬЕВНА	170
ON THE PRACTICE OF APPLICATION OF THE SYSTEM OF ELECTRONIC MONITORING OF CONTROLLED PERSONS IN THE SCANDINAVIAN COUNTRIES NURATDUNOV SRAJATDIN KAMALATDINOVICH.....	173
ДОГОВОРЫ С УЧАСТИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ЗАКЛЮЧАЕМЫЕ ПОСРЕДСТВОМ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ТРУШИН МАКСИМ ДМИТРИЕВИЧ.....	177
АНАЛИЗ СУДЕБНЫХ РЕФОРМ КАК ЧАСТИ АДМИНИСТРАТИВНОЙ РЕФОРМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ САМОХИНА АНАСТАСИЯ ЕВГЕНЬЕВНА	181
ОТСТУПЛЕНИЕ ОТ СОБЛЮДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА АБДУЛЛАХАКОВА НОИЛАХОН РАВШАНОВНА, ФРОЛОВА ЕЛЕНА РОМАНОВНА.....	186
ВОПРОСЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ НА ПЕРВОНАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ РАССЛЕДОВАНИЯ ПОЛУЧЕНИЯ ВЗЯТКИ СОТРУДНИКОМ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ АЛЕКСАНЯН АЛЛА АРМЕНОВНА	191
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	195
ОБНОВЛЕННЫЕ ФГОС – ЧТО ЭТО? ХУНОВА САИДА ЮРЬЕВНА	196
ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ УМЕНИЙ У ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ПОСРЕДСТВОМ ОРГАНИЗАЦИИ СЮЖЕТНО-РОЛЕВЫХ ИГР ЧЕРНОВА Е.И., НАВАЛЬНЕВА М.А., ЦАПКОВА А.Г., ПАВЦЬО Ю.В.	199
ПРАВОВОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ КАК МЕРА ПО ПРОФИЛАКТИКЕ КОРРУПЦИОННОЙ ПРЕСТУПНОСТИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ КАЛЮНИНА АНГЕЛИНА ЭДУАРДОВНА.....	202
АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЫ В СПО В УСЛОВИЯХ НЕПРЕРЫВНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КОРОЛЕНКО НАТАЛЬЯ ВЯЧЕСЛАВОВНА	206
ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ ДЕТЕЙ ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ФГОС 3 ПОКОЛЕНИЯ ГОЛЬБИНА НАТАЛЬЯ МИХАЙЛОВНА, АРТИЩЕВА ОКСАНА ЛЕОНИДОВНА, МОРГУЛИНА СВЕТЛАНА ПЕТРОВНА	209
ХАРАКТЕРИСТИКА НАРУШЕНИЙ ПИСЬМА У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ С СОХРАННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ С АРТИКУЛЯТОРНО-АКУСТИЧЕСКОЙ ДИСГРАФИЕЙ ЗАХАРОВА ВАЛЕНТИНА АЛЕКСАНДРОВНА	213
ПРОБЛЕМНОЕ ОБУЧЕНИЕ НА УРОКАХ МАТЕМАТИКИ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ ПО ФГОС КОНОПЛЕВА ЕЛЕНА ВАЛЕНТИНОВНА, ДОКУЧАЕВА НАТАЛЬЯ ГЕННАДЬЕВНА	217

ГАДЖЕТЫ КАК СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ КУДИНА АННА НИКОЛАЕВНА.....	220
ВЛИЯНИЕ МЫСЛИТЕЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ НА ХУДОЖЕСТВЕННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИСАКОВА АНАСТАСИЯ ДМИТРИЕВНА, МАРКОВА РОСТИСЛАВА СЕРГЕЕВНА	223
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИДАКТИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ПЛЫКИНА АЛИНА ДМИТРИЕВНА	226
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В РАБОТЕ ПО ЗАПУСКУ РЕЧИ ПРИ МОТОРНОЙ АЛЛАЛИИ АВДОНИНА НАДЕЖДА ВИТАЛЬЕВНА	229
ТЕМА ДЕТСТВА В ТВОРЧЕСТВЕ ЧУВАШСКОГО ПИСАТЕЛЯ А.С. САВЕЛЬЕВА-САС КАРПОВА ГАЛИНА ВЛАДИМИРОВНА.....	235
ПРАВОВАЯ КУЛЬТУРА: ПРОБЛЕМЫ И АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ У СОТРУДНИКОВ ОВД КРАВЦОВ ОЛЕГ ИГОРЕВИЧ, БЕЛОВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА	238
ПРОЕКТ «НЕСКУЧНАЯ ХИМИЯ» КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ РАННЕЙ ПРОФОРИЕНТАЦИИ ДЕТЕЙ СТЕПАНОВА МАРИНА НИКОЛАЕВНА	242
МЕТОДИКА РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ 9-Х КЛАССОВ В ДОПОЛНИТЕЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ ПО ГЕОГРАФИИ В ПРОЦЕССЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУОВА ТАМАРА ГИССОВНА.....	246
ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ БИОЛОГИИ ГОНЧАРОВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА	250
ВИДЫ АРТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ПОСПЕЛОВА НАДЕЖДА ВЛАДИМИРОВНА, РАМАЗАНОВА ЛУИЗА ИЛЬДАРОВНА	254
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНОГО ОБРАЗОВАНИЯ БАРАКИНА АННА НИКОЛАЕВНА.....	257
ВОСПИТАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ В ЛЕТНЕМ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ЛАГЕРЕ ЕРШОВА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА.....	259
МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ	261
ПРИМЕНЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ГРАЖДАН ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СТАНДАРТА ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ, ОКАЗЫВАЕМОЙ В АМБУЛАТОРНЫХ УСЛОВИЯХ ПРОТАСОВА ЛЮБОВЬ МУРАТОВНА.....	262
ПРИМЕНЕНИЕ КОМБИНИРОВАННОЙ ТЕРАПИИ ПЕРАПАРАТАМИ ИНГИБИТОРОВ ЦИТОКИНОВ И РЕМДЕСИВИРА У ПАЦИЕНТОВ С ТЯЖЕЛЫМ ТЕЧЕНИЕМ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ КАЗАКОВ КОНСТАНТИН ВИКТОРОВИЧ, КИПТИК АЛЕКСАНДР ЮРЬЕВИЧ	266

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ПАРАМЕТРОВ ЗАБОЛЕВАЕМОСТИ ХРОНИЧЕСКИМ ГИПЕРПЛАСТИЧЕСКИМ ЛАРИНГИТОМ КИПТИК АЛЕКСАНДР ЮРЬЕВИЧ, КАЗАКОВ КОНСТАНТИН ВИКТОРОВИЧ	269
РЕЗОНАНСНАЯ БАЛАНСИРОВКА ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ УЛАНОВ ВЛАДИМИР МИХАЙЛОВИЧ	272
ВРОЖДЕННАЯ ДУОДЕНАЛЬНАЯ КИШЕЧНАЯ НЕПРОХОДИМОСТЬ У НОВОРОЖДЕННЫХ АШИРБАЙ КАНАТ СЕРИКОВИЧ, ХАИРОВ КОНСТАНТИН ЭДУАРДОВИЧ, КУРБАНБЕКОВ НУРСУЛТАН АУЕЛБЕКОВИЧ, АЙТБАЕВА ЭЛЬМИРА БАХТИЯРОВНА	275
АНЕСТЕЗИЯ ПРИ ОПЕРАЦИИ ЛАЗЕРНОЙ КОАГУЛЯЦИИ СЕТЧАТКИ ПРИ РЕТИНОПАТИИ НЕДОНОШЕННЫХ АЛИМХАНОВА ГУЛЬШАТ НУРМУРАТОВНА, КУРБАНБЕКОВ НУРСУЛТАН АУЕЛБЕКОВИЧ, ТЯН ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА, ЖУМАНАЗАРОВ БАУЫРЖАН МАРАТОВИЧ	277
ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ	280
ИСПОЛНИТЕЛЬСКИЙ АНАЛИЗ ВОКАЛЬНОГО ЦИКЛА Д. СМОЛЬСКОГО НА СТИХИ А. ВОЗНЕСЕНСКОГО БАРТКЕВИЧ ВЛАДИСЛАВ ИВАНОВИЧ	281
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	285
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛИННИКОВА АЛЕКСАНДРА ВИКТОРОВНА	286
ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ИСТОЩЕНИЕ УЧИТЕЛЕЙ В ПЕРИОД COVID-19: ОБЗОР ЗАРУБЕЖНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ ЧАГИНА АЛИНА ВЛАДИМИРОВНА	289
АРТ-ТЕРАПИЯ КАК СРЕДСТВО КОРРЕКЦИИ ДЕЗАДАПТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ БЫВШЕВА ЕЛИЗАВЕТА СЕРГЕЕВНА	293
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	296
ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ОДИНОЧЕСТВО КАК ФАКТОР ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ БУЛЛИНГА В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ ГЕЛИВЕРЯ ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВНА	297
НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ ШАНГИРЕЕВА АЛСУ МУНЯВЯРЕВНА	300
OCCUPATIONAL SEGREGATION IN GENDER INEQUALITY KHALILOVA NASIBA DJAMOLOVNA, NATHAN G.V.	303
ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ	306
СЕВЕРНАЯ КОРЕЯ АКТИВНО ПРОВОДИТ ИСПЫТАНИЯ СВОИХ БАЛЛИСТИЧЕСКИХ РАКЕТ, СПОСОБНЫХ НЕСТИ ЯДЕРНЫЙ ЗАРЯД ИВАНОВ РОМАН ВАЛЕРЬЕВИЧ	307

НАУКИ О ЗЕМЛЕ	310
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ РЕГИОНА ТЕУЧЕЖ ФАТИМА ДАУТОВНА.....	311

УДК 811.111'42(045)

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕКСТА КОММЕРЧЕСКОГО ПИСЬМА В ДИСКУРСЕ ТОРГОВОЙ СДЕЛКИ

КОВЗАНОВИЧ ОЛЬГА ВАЛЕРЬЕВНА

старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»

Аннотация: Статья посвящена исследованию воздействующего потенциала текста коммерческого письма в дискурсе торговой сделки. Дается обоснование использования теории речевой коммуникации к изучению письменного модуса коммерческого дискурса. Акцентируется интерактивная природа корпоративной стратегической бизнес коммуникации в сфере коммерции, взаимозависимость и взаимная координация деятельности бизнес коммуникантов с целью оптимизации процесса осуществления торговой сделки. Коммерческий дискурс находится в фокусе изучения с точки зрения практического подхода к анализу эффективности речевого воздействия на бизнес партнера. В ходе исследования было установлено, что убеждение является ключевой характеристикой эффективного коммуникативного воздействия в коммерческом бизнесе. Реализация убеждающего потенциала осуществляется через текст коммерческого письма в качестве «коммуниката», выполняющего координационно-деятельностную функцию. Выделены специфические параметры для анализа многообразия коммуникативных ситуаций в коммерческом дискурсе.

Ключевые слова: речевая коммуникация, речевое воздействие, текст, манипулятивное убеждение, аргументация, коммуникативная ситуация.

COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC POTENTIAL OF THE TEXT OF A COMMERCIAL LETTER IN THE DISCOURSE OF A TRADE DEAL

Kovzanovich Olga Valerievna

Abstract: The article is devoted to the study of the influencing potential of the text of a commercial letter in the discourse of a commercial transaction. The rationale for using the theory of speech communication to study the written mode of the commercial discourse is given. The interactive nature of corporate strategic business communication in the field of commerce, interdependence and mutual coordination of the business communicators' performance in order to optimize the process of implementing a trade transaction are emphasized. The commercial discourse is in the focus of study from the standpoint of the practical approach to analyzing the effectiveness of speech influence on a business partner. The study found that persuasion is a key characteristic of the effective communicative influence in the commercial business. The realization of the persuasive potential is carried out through the text of a commercial letter as a «communicate» that performs the business coordination and performance functions. The specific parameters to analyze the variety of communicative situations in the commercial discourse are identified.

Key words: speech communication, speech influence, text, manipulative persuasion strategy, argumentation, communicative situation.

Актуальность статьи не вызывает сомнений, так как сотрудничество стран БРИКС в сфере международной коммерции становится жизненно необходимым в современных экономико-политических условиях. Несмотря на тот факт, что бизнес дискурс находится в фокусе внимания многих лингвистов, коммерческий дискурс является недостаточно исследованным с точки зрения практического подхода к анализу эффективности воздействия на бизнес партнера. В отечественной документной и бизнес лингвистике отсутствуют системные работы по прагмалингвистическому обоснованию особенностей использования языка и речи в сфере коммерческого предпринимательства. Изучение языковых и паралингвистических механизмов речевого воздействия в целях регуляции действий компании-партнера представляет собой не только научный, но и практический интерес в связи с возросшей торгово-экономической деятельностью со странами БРИКС и в решении проблемы координации деятельности участников корпоративной стратегической бизнес коммуникации в письменном модуле коммерческого дискурса.

В настоящей работе коммерческий дискурс определяется как речевая деятельность по созданию текста коммерческого письма, результат которой призван обеспечить успешную предметную деятельность (участие в продаже или содействии продаже товаров и услуг) компании-индуктора коммерческого предложения и бизнес коммуникантов в данной коммуникативной ситуации.

В парадигме данного исследования особое внимание уделяется проблеме соприкосновения (пересечений) разных типов дискурсов и выявлению их отличительных признаков. Соответственно, в контексте исследования мы разграничиваем понятия бизнес дискурс, или дискурс коммерческой сферы, и деловой дискурс, хотя мы не исключаем их пересечение и взаимодействие. Предметно-содержательное пространство бизнес дискурса распространяется на коммерческую и предпринимательскую сферы и соотносится с понятием профессионального дискурса. В рамках рассматриваемого нами дискурса торговой сделки предпринята попытка описать коммерческие реалии, процессы и явления, происходящие в сфере коммерческого предпринимательства, взаимодействие участников бизнес коммуникаций. Иначе говоря, коммерческий дискурс рассматривается как комплекс вербальных и невербальных действий, т.е. коммуникативное взаимодействие участников бизнес коммуникации непосредственно при заключении и проведении торговой (международной) сделки, а также как совокупность текстов коммерческих писем, объединенных бизнес тематикой, которые становятся основой практической деятельности. С позиций реализации прагматического потенциала в процессе бизнес коммуникации участников торговой сделки нами выделены четыре типа текстов коммерческих писем: информирующие/инициативные, аргументированные (убеждающие и побуждающие к действию), координационно-деятельностные/процедурно-процессуальные/коррекционно-регулирующие и эмоционально-экспрессивные, служащие развитию бизнес сотрудничества и партнерства.

В современном бизнес сообществе целью написания любого коммерческого письма является получение прибыли без причинения вреда собственным интересам в результате мотивированного взаимодействия и совместных усилий. Вслед за Дж. Кейнсом, анализируя психологические и социальные факторы, влияющие на поведение бизнес агентов, мы можем заметить, что для участников коммерческой переписки характерно профессиональное «экономическое поведение» [8, с. 358-373].

Таким образом, можно утверждать, что взаимодействие между коммерческими организациями, вовлеченными в торгово-экономические отношения, происходит с позиций выраженного прагматизма, в основе философии которого лежит деятельность, действие и практика. Представители бизнес сообщества стремятся извлечь выгоду от коммуникативного взаимодействия субъектов речевой коммуникации посредством согласования и объединения действий для достижения общего результата.

Цель статьи – выявить специфику реализации коммуникативно-прагматического потенциала коммерческой корреспонденции и обосновать применение теории речевой коммуникации и теории дискурса, разработанных российским исследователем профессором Е.В. Сидоровым, к изучению письменного модуля коммерческого дискурса, в частности дискурса (международной) торговой сделки, на материале англоязычных текстов коммерческих писем иностранных компаний.

Предметом исследования являются стратегии и тактики речевого воздействия для координации профессиональной деятельности участников корпоративной стратегической бизнес коммуникации в коммерческом дискурсе. Под корпоративной стратегической бизнес коммуникацией в данном исследовании

понимается процесс взаимодействия компаний-партнеров, направленный на оптимизацию совершения (международной) торговой сделки с целью достижения коммерческого результата, максимизации прибыли.

Методологическими подходами к изучению корпоративных стратегических бизнес коммуникаций в коммерческом дискурсе являются семиотический подход, т.е. анализ содержания текстового сообщения, и деятельностный подход, т.е. исследование бизнес коммуникации в сфере коммерции через осмысление понятия «деятельности» ее речевых субъектов, их коммуникативного намерения, их отношения друг к другу и к речевому сообщению. В нашем исследовании трактовка текста коммерческого письма как дискурсивной практики позволяет удерживать в поле изучения все составляющие текста – ситуацию, речевых субъектов акта коммуникации и само речевое сообщение в единстве его плана содержания и выражения. Следует также отметить, что в роли субъекта коммерческого дискурса в рамках коммерческого письма часто выступает некоторый коллективный субъект – компания, корпорация, деловая фирма. В ситуациях речевого взаимодействия данный коллективный субъект персонифицируется в виде конкретного лица, т.е. представителя данного субъекта.

Научная новизна исследования заключается в выявлении манипулятивной формы убеждения как способа реализации воздействующего потенциала в текстах коммерческих писем иностранных компаний, при этом сам текст выступает в качестве «коммуниката», выполняющего координационно-деятельностную функцию.

Интеграция когнитивно-дискурсивного и функционального подходов к анализу текстового материала позволяет рассмотреть категорию убеждения 1) как способ реализации речевого воздействия в бизнес коммуникациях и 2) как координационно-деятельностную функцию текста коммерческого письма в дискурсе торговой сделки. Таким образом, в основе данного дискурсологического исследования лежит когнитивный подход к анализу текстов, разработанный профессором Е.С. Кубряковой [4, с. 5-13], а также теория дискурса и теория речевой коммуникации, представленные в научных работах профессора Е.В. Сидорова.

В соответствии с целями исследования коммерческого дискурса в контексте коммуникативного взаимодействия, особо остановимся на рассмотрении теории дискурса с позиций коммуникативной теории Е.В. Сидорова. Мы полагаем, что для изучения речевого воздействия с целью координации/регуляции поведения и согласования определенных действий участников бизнес коммуникации в дискурсе торговой сделки важным является такой параметр, как деятельность.

Развивая идеи своих предшественников, посвященных теоретико-методологическим проблемам науки о языке, под речевой коммуникацией профессор Е.В. Сидоров понимает деятельность, в которой «...присутствуют одновременно все аспекты языка, трактуемого в широком смысле: языковая система, формы существования языка, его стили и механизмы речевой деятельности» [5, с. 26-27]. Таким образом, в основу изучения языка и речи Е.В. Сидоровым положена категория деятельности, а коммуникативный акт исследуется на основе выбранной им координационно-деятельностной парадигмы. По Е.В. Сидорову, акт речевой коммуникации – «социальное взаимодействие людей, осуществляющих деятельность» [7, с. 8], причем основная функция речевой коммуникации состоит «в знаковой координации деятельности людей» [6, с. 53].

Стоит также учесть, что в дискурсе торговой сделки согласование бизнес процедур и координация действий бизнес коммуникантов в силу определенных обстоятельств необходимости являются взаимными. Для того чтобы производимым выказыванием побудить компанию-реципиента к принятию адекватных решений и совершению необходимых для компании-индуктора действий необходимо соотнести деятельность индуктора с деятельностью компании-реципиента как адресата воздействия.

Таким образом, вслед за Е.В. Сидоровым, мы можем утверждать, что речевая коммуникация в коммерческом бизнесе, предполагающая взаимодействие субъектов речевой деятельности в определенных социальных ситуациях, обладает интерактивной природой [6, с. 53-54].

Исследуя формы и виды корпоративной коммуникации, О.Л. Гнатюк различает интеракционные и транзакционные коммуникации. По О.Л. Гнатюк, интеракционная коммуникация предполагает обратную связь между коммуникатором и реципиентом. Речевые субъекты равноправны, связаны взаимными ожиданиями и установками, общим интересом к предмету общения. Эффект коммуникационного взаимодействия, или интеракции, проявляется в сближении или отдалении позиций коммуникатора и реци-

пиента по поводу общего предмета, т.е. речь идет о расширении или сближении возможностей их взаимопонимания и сотрудничества, что в итоге приводит к достижению согласованных действий между бизнес-партнерами [2, с.117].

Гнатюк О.Л. подчеркивает значимость транзакционной коммуникации для тех компаний, которые заинтересованы в постоянных и долгосрочных взаимовыгодных отношениях с клиентами. В процессе осуществления коммерческих транзакций зачастую происходит смена коммуникативных ролей речевых субъектов, т.е. каждый участник бизнес коммуникации многократно может выступать как в роли коммуникатора, так и в роли реципиента [2, с. 117].

Следовательно, принимая рассуждения Е.В. Сидорова, мы склонны считать, что при рассмотрении структуры акта бизнес коммуникации в дискурсе торговой сделки следует учитывать такой параметр, как деятельность, а также феномен коммуникативного эффекта. При этом мы придерживаемся точки зрения Е.В. Сидорова, согласно которой текст в качестве центрального звена коммуникативного акта является и частью дискурса, и предметно-знаковым аспектом коммуникации, в то время как под дискурсом принято понимать деятельностный аспект коммуникации.

В результате функционально-коммуникативного и прагматического анализа коммерческого дискурса было выявлено свойство речевой коммуникации, суть которого состоит в координации деятельности бизнес партнеров посредством убеждающей функции текста коммерческого письма, которое, в свою очередь, является тем инструментом взаимодействия, предназначенным управлять процессом осуществления торговой сделки.

В процессе исследования коммуникативно-прагматического потенциала текстового материала основной акцент делается на оценивании степени комплексного воздействия текста коммерческого письма в условиях конкретной коммуникативной (референтной) ситуации. В ряде исследований принято различать понятие текста как языкового образования, т.е. макрознака, содержание которого определяется взаимодействием семантики составляющих его единиц, и текста как единицы коммуникации. В качестве единицы речевой письменной коммуникации текст коммерческого письма является своего рода «коммуникатом». Смысловое содержание коммуниката, т.е. текста, возникает при интеграции языкового макрознака в коммуникативную ситуацию. В исследовании коммерческого дискурса особое место занимает анализ коммуникативной ситуации и специфики ее основных параметров: цели письма, предмета коммуникации, роли компании-индуктора и компании-реципиента, характера отношений между субъектами коммуникации, средств и каналов коммуникации, условий передачи коммерческой информации, психолингвистических механизмов, фоновых знаний бизнес коммуникантов, их познавательных возможностей и того речевого воздействия, которое тексты коммерческих писем оказывают на адресата. В этом смысле мы полагаем, что в акте речевой коммуникации необходимо выделить такой параметр как коммуникативный эффект, означающий результат убеждающего воздействия со стороны коммерческого письма на бизнес коммуникантов. При критическом дискурсивном анализе текстов коммерческих писем также акцентируется внимание на необходимости учитывать экстралингвистические факторы, влияющие на процесс заключения и осуществления торговой сделки.

Л.В. Балахонская и Е.В. Сергеева определяют речевое воздействие как влияние на собеседника в процессе общения с помощью различных приемов с целью изменить его взгляды и мнения или побудить к каким-либо действиям. Кроме того, речевое воздействие понимается авторами как управление человеческим поведением, производимое с помощью речи и невербальных средств общения [1, с. 6].

Следовательно, мы можем говорить о степени взаимного влияния одного коммуниканта на другого в диалоговой форме коллективной корпоративной бизнес коммуникации.

По мнению Л.В. Балахонской, убеждение – это сочетание информирования, разъяснения и доказательства. При этом убеждение и манипуляцию автор называет специфическими стратегиями речевого воздействия.

Л.В. Балахонская отмечает, что убеждение, являясь специфической стратегией речевого воздействия, реализуется посредством аргументации, воздействующей на сознание людей [1, с. 6].

Соответственно, вслед за М.Ю. Коноваленко и В.А. Коноваленко под убеждающим воздействием в настоящем исследовании будем понимать «частную форму психологического воздействия, ... целью

которого является достижение необходимого адресанту результата» [3, с. 222].

В контексте коммерческого письма преподнесение информации осуществляется рационально-аргументированно и доказательно, и у того, на которого направлено убеждающее воздействие, имеет возможность осмыслить содержание коммерческого сообщения и самостоятельно принять решение.

В целом исследователи едины во мнении, что убеждение, наряду с манипуляцией, является одним из основных способов воздействия. Убеждение эксплицируется в речи с помощью логических доводов и аргументаций, являющихся частью целостного процесса убеждения. Манипуляция же носит имплицитный характер и акцентируется на эмоциональном воздействии.

Следует отметить, что в процессе бизнес коммуникации в коммерческом дискурсе сложно дифференцировать манипуляцию и убеждение, поскольку оба этих феномена находятся на пересечении. Иногда убеждение приравнивают к манипуляции. В процессе совершения торговой сделки убеждение может приобретать оттенок манипулятивности, что позволяет нам выделить такой вид речевого воздействия как манипулятивное убеждение. В его основе лежат следующие манипулятивные приемы: предоставление неполной информации, намек на более выгодные условия, навязывание выбора, требование немедленного ответа, срочность в принятии решения, умалчивание, искажение фактов, необъективный отбор аргументов, умышленное изъятие информации из контекста и т.д.

В исследуемой проблематике под убеждением также принято понимать такую функционально-прагматическую характеристику текста, которая связана с реализацией функции воздействия этого текста.

При рассмотрении прагматического аспекта изучения коммерческой корреспонденции мы пришли к выводу о том, что прагматический потенциал текста коммерческого письма сосредоточен в его целевой и коммуникативной направленности, которая предполагает передачу и разъяснение в письменной форме определённого объема информации реципиенту, затрагивающей деловые и партнерские интересы и ценности. Именно через коммерческое письмо бизнес коммуниканты пытаются воздействовать друг на друга, манипулируют сознанием, вызывая ту или иную реакцию, реализуют запланированные заранее прагматические установки.

В заключение мы приходим к выводу о том, что коммуникативно-прагматический потенциал текста коммерческого письма, являясь своего рода механизмом управления деятельностью бизнес агентов в системе коммуникативного акта, предопределяет реализацию координационно-деятельностной функции взаимного согласования и регулирования знаковых действий бизнес коммуникантов в коммерческом бизнесе.

Список источников

1. Балахонская, Л.В. Лингвистика речевого воздействия и манипулирования: учебное пособие / Л.В. Балахонская, Е.В. Сергеева. – 2-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2016. – С. 6.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 050400 «Социально-экономическое образование» / О.Л. Гнатюк. – Москва: КноРус, 2012. – 256 с.
3. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: учебник для вузов / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – С. 222.
4. Кубрякова, Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: Сборник обзоров. Серия «Теория и история языкознания». – М.: РАН. ИНИОН, 2000. – С. 5-13.
5. Сидоров, Е.В. Общая теория речевой коммуникации: учеб. пособие. – М.: Изд-во РГСУ, 2010. – 244 с.
6. Сидоров, Е.В. Онтология дискурса. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 232 с.
7. Сидоров, Е.В. Речевая коммуникация: фундаментальные необходимости. – М.: Изд-во РГСУ, 2009. – 154 с.
8. Keynes, J.M. Economic Possibilities for our Grandchildren, Essays in Persuasion. – N.Y.: W.W. Norton & Co., 1963, – p. 358-373.