



Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»  
Branch of the Russian Historical Society in Penza

## **MIGHTY RUSSIA: FROM THE GLORIOUS HISTORY OF THE GREAT FUTURE**

Materials of the international scientific conference  
on June 5–6, 2016

Prague  
2016

**Mighty Russia: from the glorious history of the great future** : materials of the international scientific conference on June 5–6, 2016. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2016. – 46 p. – ISBN 978-80-7526-115-1

#### **ORGANIZING COMMITTEE:**

**Vladimir I. Shuvalov**, doctor of historical sciences, professor of the Penza State University.

**Tahir M. Mahamatov**, doctor of philosophical sciences, professor of Financial University under the Government of the Russian Federation.

**Zvonova Elena**, candidate of pedagogical sciences, assistant professor of Moscow State Pedagogical University.

**Umidjon R. Kushaev**, Ph.D., senior researcher applicant of Tashkent Islamic University.

**Ilna G. Doroshina**, candidate of psychological sciences, assistant professor, the chief manager of the Science Publishing Center «Sociosphere».

*Authors are responsible for the accuracy of cited publications, facts, figures, quotations, statistics, proper names and other information.*

These Conference Proceedings combines materials of the conference – research papers and thesis reports of scientific workers and professors. It examines the problematic of development Russian as a mighty state. Some articles deal with questions of military-political and cultural foundations of Russia's place in the world community. A number of articles are covered the main objectives of strengthening the spirit of patriotism among the Russians. Authors are also interested in trends and brands of the Russian economy.

**UDC 94:33:31:37**

**ISBN 978-80-7526-115-1**

*The edition is included into Russian Science Citation Index.*

© Vědecko vydavatelské centrum  
«Sociosféra-CZ», 2016.  
© Group of authors, 2016.

# CONTENTS



## I. NATURAL AND GEOGRAPHICAL FEATURES OF RUSSIA'S VAST EXPANSE

**Артемова С. Н., Кузнецова А. Д.**

Разработка схемы зон экологического равновесия

Пензенской области .....5

## II. RUSSIA AND THE WEST: THE ETERNAL CONFRONTATION OF CULTURES

**Бухтий В. В.**

«Патриотизм – национальная идея...» .....8

**Емельянова Е. Н.**

Внешнеполитические доктрины II и III Интернационалов:

сравнительный анализ ..... 11

## III. MILITARY-POLITICAL AND CULTURAL FOUNDATIONS OF RUSSIA'S PLACE IN THE WORLD COMMUNITY

**Федорова Т. В.**

Роль казачьих войсковых подразделений в формировании

Дальневосточного форпоста России

в конце XIX – начале XX веков ..... 15

## IV. THE MAIN OBJECTIVES OF STRENGTHENING THE SPIRIT OF PATRIOTISM AMONG THE RUSSIANS

**Белоглазова Л. А.**

Социальная реклама как механизм формирования российского

гражданского общества: социально-философский аспект ..... 23

**Пальцева Е. А., Агапова А. И., Эйтенеер Е. А.**

Ценностные ориентации студенческой молодежи в условиях

современного социокультурного пространства ..... 29

<b>Попова А. Н., Крайнов С. В.</b> Патриотическое воспитание студентов, как важнейший фактор становления будущих врачей.....	32
--	----

## V. TRENDS AND BRANDS OF THE RUSSIAN ECONOMY

<b>Наймушина А. А.</b> Анализ микросреды рекламной компании ООО «Сфера Принт» (г. Киров) .....	36
<b>Nichitenko I. D.</b> Tourist special economic zones of Russia .....	38
План международных конференций, проводимых вузами России, Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии, Казахстана, Узбекистана и Чехии на базе Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» в 2016 году .....	41
Информация о научных журналах .....	43
Издательские услуги НИЦ «Социосфера» – Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ».....	44
Publishing service of the science publishing center «Sociosphere» – Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ».....	45



# I. NATURAL AND GEOGRAPHICAL FEATURES OF RUSSIA'S VAST EXPANSE



## РАЗРАБОТКА СХЕМЫ ЗОН ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РАВНОВЕСИЯ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

С. Н. Артемова,  
А. Д. Кузнецова

*Кандидат географических наук, доцент,  
студентка,  
Пензенский государственный  
университет,  
г. Пенза, Россия*

---

**Summary.** This article provides an analysis of the ecological balance of the Penza region. The environmental problems and nature protection activities, zones of the ecological balance are discussed. The system of specially protected natural territories is analyzed.

**Keywords:** ecological balance; landscape; agriculture; Penza region.

---

Построение экологического каркаса территорий – наиболее важная задача экологической организации пространства. Корни большинства экологических проблем кроются в неустроенности ландшафта, разрушении важнейших основ его существования, поэтому ландшафт должен стать главным объектом природоохранной деятельности.

Пензенская область расположена в лесостепной зоне с плодородными почвами (более 65 % территории занято черноземами), благоприятными агроклиматическими ресурсами и является сельскохозяйственным районом. Около 71 % территории занято сельскохозяйственными угодьями, из которых 84 % составляют пашни. Длительное хозяйственное освоение привело к развитию деструктивных процессов в ландшафтах. Основные экологические проблемы, связанные с сельскохозяйственным освоением – эрозия, плоскостной смыв, заиление и обмеление малых рек, уменьшение запасов подземных рек. В области остро стоит проблема истощения водных ресурсов. Бессистемные природоохранные мероприятия (лесопосадки, снегозадержание и др.) не могут дать существенных результатов. Необходима научно обоснованная система рационального природопользования.

Цель настоящего исследования является разработка схемы зон экологического равновесия в пределах Пензенской области. Выделение зон природного каркаса, которые выполняют основные ресурсовоспроизводящие и средоформирующие функции, позволит вывести их из хозяйственного оборота и, после детального исследования, определить режим их использования. Прикладные исследования по обоснованию экологического

каркаса проводятся в рамках такого направления ландшафтоведения, как ландшафтное планирование.

Планирование экологического каркаса также как и ландшафтное планирование опирается на теорию взаимодействия общества и природы. По мнению Б. Б. Родомана [1] важнейшим элементом культурного ландшафта является пространственное сочетание элементов зон экологического равновесия и хозяйственного (экономического) каркаса. Зоны интенсивного хозяйственного использования (урбанизированные территории, транспортные магистрали, промышленные узлы, карьеры и др.) должны быть максимально удалены от природных охраняемых территорий и областей формирования водных ресурсов. В основе такого поляризованного ландшафта находится природный каркас. Зоны экологического равновесия и будут играть роль экологического каркаса, от которого зависит способность природного комплекса выполнять ресурсопроизводящую и средоформирующую роль.

Исходными материалами явились литературные и фондовые источники по гидрогеологическому строению, почвенно-растительному покрову. Центральным звеном привязи пространственной информации является общегеографическая ландшафтная карта Пензенской области, созданная ранее группой ученых под руководством доктора географических наук, профессора МГУ им. Н. П. Огарева г. Саранска А. А. Ямашкина [2].

Согласно теории Б. Б. Родомана [1] зоны экологического равновесия должны включать существующую систему особо охраняемых природных территорий, наиболее сохранившиеся природные геосистемы, а также экологические коридоры, соединяющие все элементы экологического каркаса.

Учитывая основные положения и рекомендации к выделению зон экологического равновесия нами был разработан алгоритм выделения зон экологического равновесия Пензенской области, включающий следующие этапы работы. 1) выявление закономерностей ландшафтной дифференциации и характеристика геосистем Пензенской области ранга вид местности; 2) исследование вертикальной структуры ландшафтов, выявление нижней границы геосистем разных рангов по глубине залегания подземных вод; 3) исследование водного режима и увлажненности геосистем, выявление областей питания подземных вод; 4) анализ существующей системы природоохраняемых территорий; 5) выявление наиболее уязвимых зон природного каркаса: областей питания подземных вод, областей наиболее подверженных эрозионным процессам, сохранившиеся участки лесов и степей с малоизмененной экосистемой.

К зонам регионального экологического равновесия, которые принимают наиболее активное участие в формировании природных геодинамических процессов или входов в природную структуру ланд-

шафта мы отнесли крупные лесные массивы Окско-Донской равнины. К зонам областного экологического равновесия – зеленые и водно-зеленые коридоры (участки активного развития экзогеодинамических процессов на крутых придолинных склонах водораздельных поверхностей, обособленные лесные массивы Засурья, долины рек и др.). К зонам экологического равновесия локального уровня – отдельные массивы лесов и степей. Предложенные результаты исследований являются исходными материалами дальнейших разработок по созданию целостной концепции экологического развития Пензенской области.

#### **Библиографический список**

1. Родман Б. Б. Поляризованная биосфера : сб. ст. – Смоленск : Ойкумена. – 2002. – 336 с.
2. Ямашкин А. А., Артемова С. Н., Новикова Л. А., Леонова Н. А., Алексеева Н. С. Ландшафтная карта и пространственные закономерности природной дифференциации Пензенской области // Проблемы региональной экологии, 2011. Вып. 1. – С. 49–56.



## II. RUSSIA AND THE WEST: THE ETERNAL CONFRONTATION OF CULTURES



### «ПАТРИОТИЗМ – НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕЯ...»

**В. В. Бухтий**

*Кандидат филологических наук, доцент,  
Брянский государственный университет  
им. акад. И. Г. Петровского,  
г. Брянск, Россия*

---

**Summary.** The article is devoted to the problems of preservation of the Russian cultural core, moral and spiritual values of Russia and its traditions. It is noted that the sociological studies in the country fixе gain citizens' orientation to transform Russia into a great power. Problems of perfection of patriotic education are raised, attention to the objectives of the state program "Patriotic Education of Citizens of the Russian Federation for 2016–2020 years" is drawn.

**Keywords:** cultural core; spiritual values; national idea; traditions; patriotism.

---

Национальные и духовные ценности России, особенности характера и культуры, русская национальная идея всегда были в центре общественного внимания, вызывали острые дискуссии [1, с. 58–68]. Так, русские философы Н. Бердяев, Е. Трубецкой связывали особое геополитическое положение России – евразийской страны – с такой чертой национального характера и культуры как осознание своей **богоизбранности, мессианства, чувства исключительной близости народа к истинной вере**. Ряд современных ученых считают, что у россиян находят отклик те идеи, которые как бы подпитывают русскую черту **богоизбранности**. Например, выход **страны в лидеры через поиск своего пути к цивилизации нового типа. Седьмым сценарием** развития страны назвал этот путь С. Кургинян в одноименной книге, вышедшей в 1991 году [6, с. 228–231].

Первый президент России Б. Ельцин в 1996 году актуализировал эти проблемы, призвав ученых сформулировать русскую национальную идею. Это было время ожесточенных споров, связанных со многими внутренними и внешнеполитическими проблемами страны. В 1992 году советник президента профессор А. Ракитов заявил, что русское культурное ядро несовместимо с постиндустриальным обществом, строящимся в России, поэтому в этом ядре нужно провести революционную ломку для генетического изменения [7, с.12]. Правда, в вышедшей три года спустя книге «Путь России: понять и жить» философ не столь категоричен. Отказ от национальной культуры он называет гибельным и говорит уже не о революционной ломке в ядре, а о его адаптивной модернизации [8, с. 40].



Споры по этому вопросу продолжаются до сегодняшнего дня. Так, по мнению профессора М. Деметрадзе, «модернизация напрямую связана с отказом от традиционализма», который вместе с его составляющими – традициями, обычаями, ритуалами, установками, ценностями – сдерживает и искажает развитие постсоветских обществ и в первую очередь России [3, с. 120]. А И. Гундаров, Л. Гримак и ряд других ученых считают, что попытки замены национальных систем ценностей на западные являются одной из причин вымирания страны.

Во многих выступлениях последних лет президент России В. Путин обращался к проблемам сохранения ценностных кодов страны, ее духовных, нравственных ценностей, подчеркивал необходимость уважать историю, традиции нашего многонационального государства, совершенствовать патриотическое воспитание. Так, о разрушительном ударе по культурному и духовному коду нации в современной России он говорил на собрании Международного дискуссионного клуба «Валдай» осенью 2013 года. А на встрече с активом «Клуба лидеров по продвижению инициатив бизнеса» в феврале 2016 года высказал мысль, что патриотизм и есть национальная идея России.

Его слова подтверждаются многими социологическими исследованиями. Если в 1998 году ориентацию на превращение России в великую державу поддерживали 8,9 % опрошенных (ИКСИ РАН), то после двадцати лет реформ это уже 17–18 % (ИС РАН «20 лет реформ глазами россиян»). Соцопрос Левада-центра в 2015 году показал, что 65 % граждан считают Родину великой державой [4, с. 1]. По результатам опроса исследовательского центра РОМИР, число граждан, которые гордятся народом России, выросло за последние 12 лет с 16 % до 32 %, а тех, кто гордится национальными традициями, – с 11 % до 25 % [5, с. 7].

Доклад Института социологии РАН констатирует, что с «середины 90-х в российском обществе происходит укрепление собственной идентичности...» Две трети сограждан «убеждены в том, что Россия – это особая цивилизация и западный образ жизни здесь никогда не привьется». Она сохраняет устойчивость ценностных ориентаций, несмотря на многолетние попытки реформаторов трансформировать русское культурное ядро. М. Горшков, член-корр. РАН, директор ИС РАН, подчеркивает, что «в их палитре заметное место занимают ценности свободы, справедливости, понимаемой как равенство возможностей, труда, патриотизма» [2, с. 7].

Президент России В. В. Путин в 2014 году поручил Министерству образования и науки подумать над повышением качества реализации государственной программы патриотического воспитания. Это поручение стало логическим развитием его выступлений, а также Указа «О совершенствовании государственной политики в области патриотического воспитания» (2012 г.) и Доктрины информационной безопасности России, при-

званной в частности защитить психику граждан от попыток девальвировать национальные и духовные ценности народа.

В январе 2016 года была утверждена государственная программа «Патриотическое воспитание граждан РФ на 2016–2020 годы». Она в частности нацеливает на развитие научного и методического сопровождения системы патриотического воспитания, совершенствование и развитие успешно зарекомендовавших себя форм и методов, содействие укреплению и развитию общенационального сознания, высокой нравственности, воспитание у граждан уважения к культуре, традициям и истории населяющих Россию народов, улучшение межэтнических и межконфессиональных отношений, активизацию интереса к изучению истории России, формирование чувства уважения к прошлому нашей страны, ее героическим страницам, повышение качества работы образовательных организаций и решение других актуальных задач патриотического воспитания в стране.

### Библиографический список

1. Бухтий В. В. Российское общество: социокультурные особенности развития // Гражданское общество и гражданин – Брянск, 1998.
2. Горшков М. К. Реформы в зеркале общественного мнения. // Социологические исследования. – 2011. – № 10.
3. Деметрадзе М. Р. Ядро традиционных ценностей как феномен постсоветских обществ // Социологические исследования. – 2012. – № 3.
4. За державу не обидно? // АиФ – 2015. – № 49.
5. Комсомольская правда. – 2015. – 4 сентября.
6. Кургинян С. Е. Седьмой сценарий. Ч. 1. – М., 1992.
7. Ракитов А. И. Цивилизация, культура, технология, рынок // Вопросы философии. – 1992. – № 10.
8. Ракитов А. И., Панов Е. Д. Путь России: понять и жить. Социально-философские этюды – М., 1995.

## ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКИЕ ДОКТРИНЫ II И III ИНТЕРНАЦИОНАЛОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Е. Н. Емельянова

*Кандидат исторических наук, доцент,  
Государственный социально-  
гуманитарный университет,  
г. Коломна, Московская область, Россия*

---

**Summary.** The article deals with two concepts of war and peace presented in the theoretical views and policy documents of Internationals II and III. Particular attention is paid to the analysis of differences in the social-democratic and communist theories on international issues. An attempt was made to understand why the original single doctrine of Marxism split into two areas that have evolved – one in the direction of liberalism, the other in the direction of authoritarianism, which determined the difference in foreign doctrines.

**Keywords:** theory of international relations; the Communist International; the Socialist International; war; peace.

---

Двадцатый век стал веком прихода к власти марксистских партий, как на Западе, так и на Востоке. Почему же не удалось создать единого сообщества народов, как предполагала марксистская теория? Почему единое учение распалось, как некогда христианство, на две ветви: западную и восточную? Почему не удалось добиться согласия по важнейшим вопросам человеческого бытия: предотвращения войны и сохранения мира?

Для ответа на эти вопросы используем в качестве примера взаимоотношения руководства Социнтерна и Коминтерна в 20-е годы XX в., в самом начале революционной эпохи.

Главную причину войны марксизм изначально видел в агрессивной экономической природе империализма. Но с приходом социалистов и большевиков к власти и те, и другие объявили о начале создания предпосылок для строительства нового социалистического общества. Тем самым был обоснован тезис о необходимости защиты социалистического отечества. Одни попытались построить социализм на базе либерально-демократической модели, другие – создать принципиально новое бесклассовое и негосударственное общество – советскую демократию, в основу которой все же изначально была заложена авторитарная идея – диктатура пролетариата и крестьянства, реально переросшая в диктатуру коммунистической партии. На тот момент это соответствовало менталитету русского народа, значительную часть которого составляло полупатриархальное крестьянство с традиционной верой в царя.

Выбор различных моделей развития привел к разному пониманию факторов, ведущих к войне. Коммунисты по-прежнему видели истоки войны во враждебной Советской России империалистической системе. Социалисты утверждали, что агрессия исходит от диктаторских режимов и, в

первую очередь, от большевистской диктатуры в России и фашистской в Италии.

Способы предотвращения войны также предусматривались различные. Коминтерн заявил в своих документах, что только ликвидация капиталистической системы через гражданские, революционные [4] и национально-освободительные войны позволит построить новое общество без военных конфликтов. Основанное не на конкуренции, а на международном научном планировании, не на национальных интересах, а представляющее собой негосударственное образование – Мировая советская республика устранил сами причины войн и позволит достичь вечного мира. Переходной ступенью к этому обществу должна стать Федерация советских республик по типу СССР [2, с. 31].

Социнтерн полагал, что достаточно продолжительного мира можно достичь уже при капитализме. Для этого нужно устранить диктаторские режимы, установив в этих странах демократическую систему; поддержать Лигу Наций как организацию, призванную с помощью международного права бороться за мир; ввести систему арбитража для наказания агрессора; допускать создание Соединенных Штатов Европы. При внешнем пацифизме эта программа предполагала ряд насильственных действий. Отрицая открытую интервенцию против СССР, Социнтерн ставил задачу демократизации Советской России изнутри, через политическую поддержку и финансирование оппозиционных партий, движений и групп в самой ВКП(б), а также через подчинение Советского государства международным законам. Выдвигая лозунг включения СССР в Лигу Наций, Социнтерн в то же время признавал обязательность ее решений для всех членов, а также наказания страны, не подчинившейся арбитражному суду насильственными мерами, вплоть до военных. Учитывая, что СССР был единственной страной с иной политической системой, нетрудно предположить, что эта мера предусматривалась, в первую очередь, против большевистского режима. Взяв за основу либеральную модель общественного устройства, Социнтерн фактически воспринял и либерально-идеалистическую концепцию международных отношений. Таким образом, два некогда единых учения эволюционировали в двух различных направлениях: одно – в сторону либерализма, другое – в сторону авторитаризма, хотя изначально целью его была ликвидация государства как аппарата насилия. Два союзника стали врагами.

Существовала ли возможность примирения? Такие попытки были предприняты в 1922 и 1935 гг. В 1922 году руководство Советской России пыталось включить страну в мировую экономическую систему. Правда, стремилось это сделать на выгодных для себя условиях, что для мирового сообщества того времени было неприемлемо, так как Советское государство не входило в число стран-победительниц. На четвертом конгрессе, под давлением В. И. Ленина, Коминтерн сделал ряд теоретических уступок Социалистическому Интернационалу. Была признана возможность мирно-

го перехода к социализму и создания демократического рабочего правительства (фактически допускалась коалиция с либералами), выдвигался лозунг образования Соединенных Штатов Европы и Азии. Большевики даже заявляли о возможности объединения Интернационалов. Но на совещании в Берлине в апреле 1922 г. руководство Второго Интернационала не только отказалось от лозунга пересмотра условий Версальского договора, устанавливавшего гегемонию Англии и Франции, но и выдвинуло ряд заранее неприемлемых для Советской России требований: демократизации власти и признание самостоятельности Грузии, не обещая при этом ничего взамен. Включения России в мировое экономическое сообщество в 1922 году не состоялось.

В 1935 г. VII конгресс Коминтерна повторил попытку примириться с социал-демократией и всеми пацифистскими силами, выдвинув идею народного фронта. Связано это было с приходом к власти в Германии фашизма и приближающейся Второй мировой войной. Но все же полного объединения социализма и коммунизма вновь не произошло.

Причин тому, на наш взгляд, несколько. В двадцатом веке марксизм превратился из научного учения в идеологию, призванную оправдать нахождение у власти социал-демократов и коммунистов. Каждое из направлений в марксизме претендовало на истинность только своих представлений о социализме. Национальные интересы при этом превалировали над интернациональными. Обе стороны делали ставку на силовое распространение своей модели социализма. И все же, на наш взгляд, есть еще одна, более глубинная, причина – это цивилизационный раскол. Современные неореалистическая и либеральная теории международных отношений фактически не выходят за рамки существующей западной демократической модели общества, предлагая варианты достижения мира в условиях глобальной демократизации, не учитывая традиций и национальных особенностей других народов [1]. И вновь Россия ищет собственный путь на основе идей консерватизма и евразийства [6].

Возможно, выработка новых теорий в философии истории и международных отношений позволит регулировать общественные процессы мирным путем.

#### **Библиографический список**

1. Диалог культур в условиях глобализации // Составитель: Алексеев Г. М. – М. : Канон+, 2012. – 616 с.
2. Емельянова Е. Н. Проблема войны и мира в теории и практике Коминтерна (1919 – 1923 гг.). Дис. ... канд. ист. наук – М. : МГУ, 1998. – 201 с.
3. Материалы по VII Конгрессу Коминтерна. – Пятигорск : Севкавказ, 1935. – 71 с.
4. Сергомасов М. Ю. Политические аспекты советско-польской войны 1920 года. Автореф. дис. ... канд. ист. наук. – М., 1997 – 16 с.
5. Социалистический вестник. – Нью-Йорк, 1921–1935.

6. Черемных О. А., Попов Г. Г. Евразийская концепция истории России средних веков. – Воскресенск, 2011. – 256 с.
7. IV конгресса Коммунистического Интернационала. Бюллетень. – М., 1922. – № 1–32.
8. Kevin Mc Dermott. The Comintern: A history of intern. communism from Lenin to Stalin. – London : Macmillan press, 1996. – 304 p.



### III. MILITARY-POLITICAL AND CULTURAL FOUNDATIONS OF RUSSIA'S PLACE IN THE WORLD COMMUNITY



#### РОЛЬ КАЗАЧЬИХ ВОЙСКОВЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФОРПОСТА РОССИИ В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX ВЕКОВ

**Т. В. Федорова**

*Кандидат исторических наук, доцент,  
Московский государственный  
лингвистический университет,  
Евразийский лингвистический институт  
в г. Иркутске (филиал),  
г. Иркутск, Россия*

---

**Summary.** This article discloses value of strengthening of the territory of the Far East of Russia by the Cossack army divisions at the end of XIX – the beginning of the 20th centuries, in preservation of strategic safety of the country. The purpose of this article is the analysis of resettlement policy of the government, and process of creation of Transbaikal and Amur Cossack troops. Participation of the Far East Cossacks in military operations of the beginning of the 20th century is considered.

**Keywords:** outpost; Cossacks; resettlement; Far East; Transbaikal Cossack army, Amur Cossack army; protection of borders.

---

В современных условиях развития международных конфликтов, а также довольно напряженных геополитических отношений, остро встает вопрос охраны государственных границ. Этому будет способствовать, в свою очередь исследование развития на Дальневосточных рубежах Российского государства во второй половине XIX в. казачьих войсковых соединений, которое было направлено на освоение и развитие, а также создание системы охраны пограничных территорий. В 1851 г. по предложению генерал-губернатора Восточной Сибири Н. Н. Муравьева-Амурского здесь было создано Забайкальское казачье войско, послужившее в дальнейшем основой для создания Амурского казачьего войска, главной задачей которого являлось заселение, освоение и оборона Приамурского края [7, с. 506]. Практические шаги, предпринимавшиеся русским правительством по освоению и обороне края способствовали основанию на берегах Амура военных постов, что «давало русскому правительству дополнительное правооснование для воссоединения Приамурья с Россией» [4, с. 198].

Выполняя постановление Н. Н. Муравьева-Амурского, правление Забайкальского казачьего войска в октябре 1856 г. начало формирование первых трех сотен Амурского конного полка, подлежащего переселению

на Амур в навигацию 1857 г. Первые переселенческие сотни были сформированы из личного состава 2-й конной бригады, которая считалась лучшим, наиболее спаянным соединением Забайкальского казачьего войска. Эти вооруженные всадники несли сторожевую службу на русско-китайской границе и находились на особом пограничном положении по рекам Аргуни и Горбице.

Для привлечения их к переселению было предложено денежное пособие 15 руб. на каждую семью, обеспечение продовольствием, фуражом и семенами в течение двух лет и содействие регулярных войск в постройке жилищ. Однако, не смотря на льготы, добровольцев нашлось мало. Как ни суров был климат Забайкалья, а покидать обжитые места и могилы предков людям не хотелось. Тогда войсковая администрация вынуждена была назначать переселенцев по жребью. К казакам предъявлялись два основных требования: они должны быть здоровы и обязательно женаты.

25 мая 1857 г. из Шилкинского затона вышли на Амур суда первого эшелона первого амурского сплава. Руководил эшелонам сам генерал-губернатор Н. Н. Муравьев-Амурский, он лично давал названия местам казачьих поселений.

В середине июля первой на Средний Амур прибыла добровольческая Буреинская сотня в составе 81 семьи (450 человек обоего пола) под командой зауряд-сотника Г. Гантимунова, которая основала три казачьих поселения: станицу Иннокентьевскую и поселки Касаткино и Пашкове.

В конце июля на Верхнем Амуре высадилась добровольческая Кумарская сотня в составе 158 семей (640 человек) во главе с зауряд-есаулом Н. Щеголевым. Сотня основала 13 казачьих поселений: поселки Игнашино, Сгибнево, станицу Албазинскую, поселки Бейтоново, Толбузино, Ольгино, Кузнецове, станицу Кумарскую и др.

В первых числах августа в Усть-Зейский пост прибыла сводная сотня в составе 201 семьи (770 человек) под командой зауряд-есаула Ф. Д. Сафронова. С ее прибытием пост был переименован в станицу Усть-Зейскую, а за тем Благовещенскую [3, с. 6].

Таким образом, к концу лета 1857 г. 17 казачьих поселений образовали Амурскую казачью кордонную линию протяженностью 1158 верст (1238 км.) от слияния рек Шилки и Аргуни до отрогов Малого Хингана (по Пашкове).

Разделение Амурской линии в 1857 г. на два самостоятельных отделения, одно из которых было передано в ведение губернатора Приморской области, положило начало созданию Амурского казачьего войска.

16 мая 1858 г. Н. Н. Муравьевым и маньчжурским главнокомандующим князем И. Шанем был подписан Айгунский договор. «Согласно ему территория по левую сторону Амура, начиная от реки Аргуни до устья реки Амур, признавалась владениями России. Земли же по правую сторону Амура, вниз по течению до реки Уссури, считались принадлежащими Ки-



таю» [5, с. 35]. С уже летом 1858 г. переселение забайкальских казаков по рекам Амур и Уссури продолжилось. Кроме потомственных конных пограничных казаков, началось переселение и пеших казаков – бывших государственных крестьян, приписанных для работ на Нерчинских рудниках и заводах и зачисленных в казачье сословие в марте 1851 г. с образованием Забайкальского казачьего войска.

Конные казаки основали в то лето на верхнем и среднем Амуре еще 14 поселений, в том числе станицу Черняеву и поселки Константиновский, Поярково, Куприяновский. Пешие казаки высадились на Среднем Амуре (ниже Пашкове) и на р. Уссури, основали 21 поселение, в том числе станицы Радее, Екатерино-Никольскую, Михайло-Семеновскую, Казакевича.

Указом Александра II от 8 декабря 1858 г. Приамурский край был разделен на две области: Амурскую и Приморскую. А так как после окончательного присоединения Приамурья к России здесь потребовалось иметь войска «для охранения юго-восточной границы... и содержания сообщения по рекам Амур и Уссури», то этим же указом на территории Приамурья было образовано новое казачье войско – Амурское [7, с. 506–507].

Амурское казачье войско становится самостоятельной военно-административной единицей в границах Амурской и Приморской областей. Его штат, дислокация, права и обязанности устанавливались «Положением об Амурском казачьем войске» от 1 июня 1860 г. Наказным атаманом Амурского казачьего войска являлся военный губернатор Амурской области, который и возглавлял войсковое управление.

В соответствии с «Положением» к 1862 г. были окончательно сформированы три казачьих формирования – Амурская казачья конная бригада, Амурский и Уссурийский пешие батальоны [1, с. 4–5]. Всего в период с 1858 по 1862 гг. казаками было основано 104 населенных пункта, в том числе в Амурской области – 63 и в Приморской – 41 [4, с. 51].

В 1869 г. для охраны границы Южно-Уссурийского края была сформирована Уссурийская казачья сотня, ставшая четвертым формированием Амурского войска. Сотня распределялась по 18 пикетам вдоль сухопутной русско-китайской границы – от Новгородской бухты в заливе Петра Великого до селения Турий Рог у озера Ханка.

Таким образом, на Амурское – десятое казачье войско Российской Империи – легла ответственная государственная обязанность по охране всей линии юго-восточной русско-китайской границы протяженностью 2486 верст (3661 км.)

С целью привлечения казаков к переселению правительством для амурских и уссурийских казаков были установлены особые льготы: рядовой состав получил по 30 десятин земли на каждую мужскую душу и по 10 десятин в станичный и войсковой запас, обер-офицеры – по 200 и штаб-офицеры – по 400 десятин [6].

Перемена места жительства далась этим людям очень тяжело. Прейдя на Амур и Уссури, скованные военной дисциплиной, они могли посвящать своему личному хозяйству только время, свободное от исполнения лежащих на них обязанностей. К тому же в амурском войске в то время действовал режим военного деспотизма, неизбежный при первоначальном заселении отдельных российских территорий. Требовалось осваивать новые земли, а другого населения, кроме казаков, в крае почти не было. Поэтому, кроме военной службы, они до 1880 г. исполняли многочисленные общественные и государственные повинности (перевозка пассажиров и почты; строительство дорог, мостов, переправ и поддержание их в проезжем состоянии; заготовка леса для пароходных дров и другие обязанности).

И все же казаки честно выполняли свой воинский долг. К этому их обязывало сознание величайшей ответственности за порученное дело – защиту и освоение Приамурского края. Именно патриотизм и войсковое товарищество помогали казакам переносить все тяготы и лишения.

Приезд на Амур в 1873 г. великого князя Алексея Александровича, увидевшего тяжелую жизнь своих подданных, послужил основанием для списания с них всех долгов. В 1876 г. с казаков была снята самая тяжелая повинность – почтово-пассажирские перевозки, а самым бедным была оказана безвозмездная помощь в размере 50 руб. на семью.

В 1884 г. с образованием на Дальнем Востоке России Приамурского военного округа в его состав вошли Забайкальское и амурское казачьи войска. Приамурский генерал-губернатор стал войсковым наказным атаманом Забайкальского и Амурского казачьих войск, а военные губернаторы Забайкальской и Амурской областей – наказными атаманами соответствующих казачьих войск.

В 1889 г. в Приамурском округе появляется новое самостоятельное казачье войско – Уссурийское, образованное путем выделения из Амурского войска Уссурийского казачьего полубатальона. Новое войско и «отведенные ему земли составили... казачью округу с подразделением на 3 участка: 1) Уссурийский, 2) Ханкинский, 3) Посьетский». Наказным атаманом войска стал военный губернатор Приморской области [2, л. 10].

В 1890–1895 гг., несмотря на некоторое улучшение жизни, экономическое положение казаков на Амуре и Уссури оставляло желать лучшего. Жили они хуже приамурских крестьян и еще хуже, чем казаки других войск. По-прежнему много времени отнимали поголовная военная служба и земские повинности. Казаки все еще должны были содержать в проезжем состоянии дороги, мосты и переправы вдоль Амура и Уссури, заготавливать дрова для пароходов.

Принимая близко к сердцу нужды казачества, генерал-губернатор и командующий войсками Приамурского округа С. М. Духовской, при поддержке военного министра, в 1895 г. своей властью наделил казаков на

Амуре и Уссури дополнительными землями площадью 16,5 млн. гектаров. В своих действиях С. М. Духовский руководствовался статьей 201-й «Положения об Амурском казачьем войске» 1860 г., в котором говорилось, что «... каждому полковому и батальонному округу разрешается производить прирезку на увеличившееся казачье население... Норма прирезки устанавливается генерал-губернатором». Статья эта имела силу закона.

В мае 1897 г. для охраны водных районов границы по рекам Амур, Уссури и озеру Ханка была сформирована Амуро-Уссурийская речная казачья флотилия, которую составили пароходы «Атаман», «Казак Уссурийский» (бывший пароход «Шилка»), «Волк», «Дозорный», баржи-брандвахты «Булава» и «Копье». Они стали нести сторожевую службу в устьях рек Сунгари и Уссури. Служба казаков на судах приравнивалась к службе в строевых казачьих частях.

Срок службы амурских казаков до 1880 г. составлял 30 лет (с 20 лет), то есть 22 года как казак находился в строевом разряде и проходил службу по очереди, 8 лет состоял в запасе и лишь после этого, пятидесятилетним выходил в отставку.

На военную службу казаки обязывались выходить на собственной лошади, со своим обмундированием и снаряжением, получая лишь огнестрельное оружие, а находясь в запасе, казаки были обязаны иметь наготове лошадь, снаряжение и обмундирование.

На вооружении амурских казаков стояло ручное огнестрельное оружие. Но если до середины 90-х гг. XIX в. это были винтовки системы Бердана, то с 1896 г. в войска стали поступать новые 7,62-мм трехлинейные винтовки Мосина. В 1899 г. казаки получили также пики нового образца, ремни и крепления которых обеспечивали свободное владение ими при любом положении всадника.

Все новое оружие находилось только в строевых кадровых частях и в станичных цейхгаузах. Устаревшее же передавалось казакам. Винтовки старых образцов имелись в каждом казачьем доме, но являлись собственностью войска и не могли быть переданы или проданы не казакам.

В 1900 г. приамурские казаки, как и все войска Приамурского округа, приняли активное участие в отражении нападения цинской армии и хунхузов на приграничную территорию России в районе г. Благовещенска, а затем при пресечении беспорядков на территории Маньчжурии. В ходе мобилизации казачьи части и приступили к выполнению поставленных задач. За доблесть и храбрость, проявленные в боевых делах, многие казаки были удостоены высшей солдатской награды – знаками отличия Военного ордена (Георгиевскими крестами) различных степеней. Всем сотням Амурского конного казачьего полка были вручены Георгиевские серебряные сигнальные трубы.

По окончании действий на территории Маньчжурии остались 1-й Читинский и Амурский казачьи полки, и ряд других казачьих формирова-

ний, которые вплоть до сентября 1901 г. выполняли здесь вместе с регулярными войсками и охранной стражей задачи по защите линии Китайской Восточной железной дороги от набегов хунхузов и различных бандитских шаек. Затем здесь оставили по две сотни от полка и по одной от дивизиона, состоявшие из молодых казаков первоочередников, которые находились в Маньчжурии вплоть до начала войны с Японией. В русско-японской войне 1904–1905 гг. казачьи соединения и части в полном составе не участвовали, так как были разбросаны отдельными формированиями по разным участкам маньчжурского театра военных действий. Кроме того, они вели разведку, охраняли штабы и тыл маньчжурских армий, выполняли и другие задачи. Например, полусотня 1-ой сотни Амурского казачьего полка находилась в конвое главнокомандующего и заместника на дальнем востоке Е. И. Алексеева.

В апреле 1904 г. 5-ая и 6-ая конные сотни Амурского казачьего полка в составе конной группы под командованием Генерального штаба полковника Мадритова совершили разведывательный рейд по восточному побережью северной Кореи. Действуя на пути движения высадившихся японских войск в районе Пхеньян – Гензан, они взрывали мосты, нападали на японские штабы и отряды. С ценными разведанными казаки с малыми потерями возвратились в штаб армии.

Амурские казаки воевали во всех трех генеральных операциях русско-японской войны – под Ляояном, у Шахэ и под Мукденом. Многие в этих сражениях пали смертью храбрых и были ранены. За подвиги в боях более 50 приамурцев были удостоены высшей солдатской награды – ордена Святого Георгия. Амурскому казачьему полку были пожалованы знаки на головные уборы «За отличие в войну с Японией в 1904–1905 гг.».

События первой русской революции не обошли стороной и приамурское казачество. В сентябре-декабре 1905 г., когда в Благовещенске прошли массовые манифестации, казаки Амурского конного дивизиона отказались от их подавления и сами приняли участие в одной из демонстраций. Тем самым они выразили недовольство своим ухудшающимся экономическим положением. Действительно, три года из последних пяти лет, амурские казаки двенадцати возрастов находились в действующей армии и не могли заниматься хозяйственной деятельностью. На оставшихся же легла тройная нагрузка по охране границы, несению внутренней службы и исполнению земских повинностей. Иначе говоря, казачье население пострадало в экономическом отношении больше всех.

Не надеясь на казаков, военный губернатор области, он же наказной атаман войска, запросил у правительства «верные» части. В марте – апреле 1906 г. в г. Благовещенск прибыли 21-ый и 22-ой Восточно-Сибирские полки, артиллерийский дивизион и отдельная пулеметная рота под командованием генерал-майора Шипова. С появлением в городе преданных государю войсковых частей, начались аресты и судебные преследования

участников революционных выступлений. По отдельному казачьему уголовно-политическому процессу проходили 35 казаков, 24 из них были признаны виновными. Наиболее активных приговорили к каторжным работам на 6 лет с лишением казачьего звания.

С марта 1906 г. в Приамурском округе остались два казачьих войска – Амурское и Уссурийское, а Забайкальское войско было передано в Иркутский военный округ.

Отгремело грозное военное лихолетье 1900–1906 гг., улучшилась и жизнь амурских казаков, которые добились некоторых льгот и преимуществ, по праву положенных им за трудную практически пожизненную службу. Они бесплатно пользовались землями, лесами, водами и нерудными полезными ископаемыми. Казаки, занимавшиеся торговлей и доходными промыслами, были освобождены от налогов. Из войсковой казны им стали выдаваться беспроцентные долгосрочные ссуды на покупку сельскохозяйственных орудий, машин и инвентаря.

В последний предвоенный мирный 1913 г. казаки еще жили надеждами на будущее. Но с началом Первой мировой войны, в боевых действиях которой они принимали активное участие, все изменилось. На северо-западном фронте в феврале 1915 г. вместе с 1-й Сибирской дивизией воевал 1-ый Амурский казачий полк. Стойкость и мужество проявили казаки и Сибирские армейские корпуса в войсковых операциях лета 1915 г. Именно эти части, занимавшие оборонительные рубежи по рекам Нарев и Неман, не позволили немцам замкнуть кольцо окружения армий Северо-Западного фронта.

Во время знаменитого Брусиловского прорыва в мае 1916 г. 3-ий конный корпус в составе Уссурийской, 1-ый Донской и Кавказской казачьих дивизий был грозной боевой силой Юго-Западного фронта. За бои в Карпатах десятки приамурцев были представлены к ордену Святого Георгия. А всем офицерам 1-го Амурского полка были пожалованы ордена Святой Анны и Святого Станислава с мечами и бантом с надписью – «За храбрость» [8, с. 401].

Известие о Февральской революции казаки получили только 6 марта 1917 г. В этот день всем полкам 3-го конного корпуса зачитали манифест Николая II об отречении от престола.

После Октябрьской революции и демобилизации Российской императорской армии казачьи части в начале 1918 г. вернулись в родные края. За тем был период гражданской войны и иностранной военной интервенции, который еще трагичнее разделил казачество, как и всю Россию на «белых» и «красных». И это стало новым этапом в истории Дальневосточного казачества.

Таким образом, можно сделать вывод, что долгий путь формирования, развития и функционирования казачьих войск на Дальнем Востоке был достаточно сложным, связанным с множеством проблем как экономи-

ческого плана, так и условий службы, в самом отдаленном регионе страны. Но в то же время это позволило сформировать здесь войсковые казачьи подразделения, которые несли не только гражданские повинности, но служили форпостом в охране восточных границ Российского государства. Дальневосточное казачество проявило себя храбрыми и достойными воинами в русско-китайской (1900–1901 гг.), русско-японской (1904–1905 гг.) и Первой мировой (1914–1918 гг.) войнах.

#### Библиографический список

1. Абеленцев В. Н. Амурское казачество XIX–XX вв. – Благовещенск, 2004.
2. Государственный архив Хабаровского края (ГАХК). Ф. П-15, оп.1, д. 8, л.10.
3. Жирнова И. Первыми были казаки // Биробиджанская звезда, 1999, 23 февраля.
4. История Дальнего Востока СССР в эпоху феодализма и капитализма (XVII в. – февраль 1917 г.) – М. : Наука, 1991.
5. Кабузан В. М. Как заселялся Дальний Восток (вторая половина XVII – начало XIX вв.). – Хабаровск, 1973.
6. Пешехонов С. А., Паничкин Н. Н. Уссурийцы – стражи на границе с Китаем <http://www.china-voyage.com/2011/04/ussurijcy-strazhi-na-granice/>
7. Приморский край. Краткий энциклопедический справочник. – Владивосток, 1997.
8. Смирнов Н. Н. Слово о забайкальских казаках: исторический очерк. – Волгоград, 1994.



## IV. THE MAIN OBJECTIVES OF STRENGTHENING THE SPIRIT OF PATRIOTISM AMONG THE RUSSIANS



### СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ РОССИЙСКОГО ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АСПЕКТ

Л. А. Белоглазова

*Кандидат философских наук, доцент,  
Воронежский государственный  
технический университет,  
г. Воронеж, Россия*

---

**Summary.** The article deals with the problem of public advertising and its role in formation of the Russian civil society. The text highlights possible ways of interaction of state and society. This article is an attempt to identify some problems components of public advertising in situation of global transformation of value orientations.

**Key words:** public advertising; civil society; value orientations.

---

В западной истории последних двух веков нет таких масштабных социально-политических процессов, где не проявлялась бы ведущая роль гражданского общества. Явно сложилось представление об историческом призвании гражданского общества, состоящем в служении духовному идеалу, сферой осуществления которого становится общественная жизнь. Гражданское общество видит своё предназначение в выработке духовных смыслов и социально значимых ценностей, способных формировать определённые модели поведения с целью самостоятельного участия в цивилизационной модернизации, переживаемой многими странами на настоящем этапе развития. Социальная реклама служит механизмом, вырабатывающим новые духовные возможности, работающие на обновление социальной реальности, изменение ценностных ориентаций.

В российском обществе также возрастает потребность населения участвовать в позитивных общественных изменениях. Большая часть граждан понимает необходимость проявления личных инициатив во всех сферах общественной жизни. Растёт осознание того, что пассивность общества в решении самых актуальных и болезненных проблем самого разного уровня грозит обернуться безучастностью в отношении как национальной, так и личной судьбы. Так, основоположник социальной рекламы в России, автор проекта «Позвоните родителям», Игорь Буренков отмечает, что «социальная реклама – это составляющая гражданского общества, члены которого способны осознанно увидеть позитивные и негативные

моменты, при этом чувствуя себя полновластными хозяевами собственной жизни. Мало гражданского общества – мало и социальной рекламы» [1]. Общественное участие, инициированное социальной рекламой, является важнейшим шагом на пути к гражданскому обществу. Индивидуальная активность, участие в деятельности общественных организаций, взаимодействие в общественных целях, прямое выражение гражданской позиции, – краеугольные камни здорового общества и ответственного правительства.

Одновременно с такими позитивными предпосылками, имеет место недоверие населения к социальной рекламе, в которой граждане склонны усматривать социально-политическую ангажированность. Это в конечном итоге порождает отношение к социальной рекламе как пропаганде, агитации, скрытому влиянию и борьбе интересов. Также у большинства граждан отсутствует уверенность в том, что государство адекватно отражает общественную ситуацию и существующие в ней реальные проблемы общества. В этой ситуации социальная реклама, заказчиком которой выступает не государство, а различные общественные движения и организации, может стать эффективным механизмом формирования новых или изменения исторически сложившихся элементов мировоззрения.

Это особенно актуально в свете трансформационных процессов охвативших человеческую цивилизацию, осмыслившую себя как «общество риска» (У. Бэк) и, как следствие, устремившуюся к поиску путей безопасного устойчивого развития, которое во многом связывается с изменением ценностных ориентаций в системе «общество-человек-природа». Думается, именно в сфере экологической проблематики наиболее явно высвечивается необходимость партнёрского взаимодействия общества и государства. В противном случае, решение экологических проблем сводится к «примитивной борьбе с классическими биосферными загрязнениями тех или иных государств и их коалиций», в то время, как назрела потребность в «инвайроментально ориентированной ревизии и корректировке глобальных паттернов дальнейшего развития человеческой цивилизации в целом и России в частности» [3, с. 142].

Государство и гражданское общество должны стать равноправными и равновеликими участниками социально-политических процессов, нужно только верно понимать разграничение своего рода «сфер влияния» между ними. Гражданское общество должно самостоятельно тематизировать собственные проблемы и видение путей их решения. Социальная реклама выражает потребность отреагировать на те общественные проблемы, которые волнуют каждого. Формирование нравственных ценностей, моральных и поведенческих норм, а в конечном итоге – определённого образа мира как социально значимых (а значит, реально работающих, а не декларативных) феноменов возможно только в том случае, если они исходят от гражданских инициатив непосредственно. Сущность социальной рекламы, которая очерчивает границы её отличия от соответствующих материалов просвети-



тельского, патриотически настроенного или пропагандистского характера, заключается в её обращённости к личностному уровню поведения, где действуют не подвластные административному контролю регуляторы, такие как совесть, мораль, этические соображения.

Любое личностное поведение или состояние (например, индивидуальное здоровье) становится предметом социальной рекламы лишь в одном случае: если отсутствие его становится социальной проблемой. Проблемы личностного характера перерастают рамки индивидуальности, когда вовлекают в свою орбиту людей, подвергаемых риску стать жертвами в результате социального взаимодействия с другими людьми. Очевидно, что социальная реклама, формирующая социальные нравственные ценности, должна быть результатом непосредственных усилий самого общества.

Не случайно, что на западе, где практика социальной рекламы уже прочно укоренилась в коммуникационном пространстве, основными её заказчиками выступают различные общественные организации, в то время как в России, по оценкам экспертов пока нет серьезных заказчиков социальной рекламы. Как отмечает, Роман Козлов, руководитель творческой группы «Ньютон» (Москва), «...государственные учреждения в общей массе под социальной рекламой понимают по-прежнему лобовую пропаганду. Уровень компетентности госзаказчика «социалки» еще недавно пребывал где-то в 80-х годах» [2].

С этим мнение солидарен и Игорь Буренков: «Сегодня ведется специальная кампания о государственном заказе на социальную рекламу. Но здесь есть непонимание самого главного: госзаказ – это не социальная реклама, это пропаганда в чистом виде». И далее: «Я думаю, что у нас вообще нельзя объединять такие разные понятия, как социальная реклама и государственный заказ. Государство может заставить любить себя, только вряд ли это выйдет по-настоящему, что называется "не за страх, а за совесть"» [1].

Но другое дело, если мы говорим не о любви к государству, а о необходимости партнерских отношений с ним. Решающая роль в этом должна принадлежать общественным организациям. И действительно, кому может человек передоверить своё социальное благополучие, и в какой-то мере и личное счастье? Кто должен человеку и гражданину вещать истину о самом себе? Думается, ответ очевиден. Эти истины государство не может провозглашать в силу своей изначальной обезличенности, что составляет главное условие его успешного функционирования как механизма управления. Гражданское общество может и должно само конструировать диалог о собственном образе и образе своего будущего.

Ситуация такова: когда мы говорим о нравственных ценностях, изменении моделей поведения в соответствии с ними, то уже самой темой предполагаем обращение к такой степени человеческого личного участия, которое более всего подвластно именно гражданскому обществу. Государ-

ству совершенно не требуется глубокое понимание человеческой проблематики. У него иные задачи, которые сами по себе не нуждаются в соответствующем уровне гуманитарного подхода. Для гражданского общества такое обращение к проблемам личностного свойства составляет внутреннюю необходимость. Социальная, личностно-ориентированная проблематика на уровне государства отсутствует. Она всегда вторична по отношению у его функций и задачам, и, более того, является результатом усилий не государства, а общества. Государство может эффективно осуществлять развитие готовой идеи, но сама идея должна родиться именно в гражданском обществе. Иными словами, социальная проблематика, связанная с задачей формирования нравственных ценностей, – это стихия гражданского общества, а не государства. Но есть ряд проблем экономического характера, которое может решить государство в законодательном порядке: проблемы финансирования, налога на рекламу и т. д.

Социальная реклама, знакомая нашей стране по пропагандистской политической деятельности советского государства, широко вступала в коммуникацию с населением. Власть в государстве считала удобным повлиять на поведение граждан через информацию социального характера. Но нельзя забывать, что точка зрения государства односторонняя и ей свойственна некоторая статусная деформированность, вследствие чего ряд важных общественных проблем государство может не замечать или считать несущественными. Поэтому власть не может обладать монопольным правом на социальную рекламу. Необходимо учитывать, что последняя может и должна служить эффективным инструментом самоорганизации и самокоординации гражданского общества. А значит, государство должно обеспечить альтернативные, но при этом контролируемые возможности для гражданского общества использовать социальную рекламу в собственных социальных программах.

Если государство как сфера эффективного (но по своей сущности консервативного) управления, должна опираться на чёткие нормы и правила, то гражданское общество как динамичная сфера частных интересов граждан, способна встать на внешнюю позицию по отношению к ранее высказанным идеям, к уже сложившейся системе ценностей. Именно гражданское общество способно абстрагироваться от её смысловой принудительности, и создать не «новый миф о человеке» (что, собственно, мы и наблюдали в советский период), а живой, реально работающий (в силу своего «естественного», проистекающего из взаимоотношений между гражданами, а не навязанного сверху происхождения) образ мира. Иными словами, государство остается внутри сложившейся системы ценностей, и, борясь с её диктатом, в пользу модернизации, инноваций и т. д., вынуждено так или иначе, вступать в борьбу с породившим её обществом. Традиционными в этой борьбе уже стали методы трансляции (навязывания) сверху, в ущерб естественному гражданскому процессу. То, что дано извне

вряд ли может адекватно и эффективно войти в частную жизнь граждан, в их повседневные интересы и поведение.

Человек не может жить в том мире, где его, человека, нет. Гражданское общество, сформированное усилиями государства – нонсенс. Гражданский проект человека состоит в том, чтобы преодолеть безличность государственного аппарата, всегда в силу своей специфики стремящегося предопределить жизненный выбор и поведение граждан. Но, как известно, там, где есть предопределение, не остаётся места свободе и гражданским инициативам, а значит, нет ни человека, ни гражданина. Государство, сколь бы демократическим, правовым, социально-ориентированным бы оно ни было, всегда есть безличная реальность, содержащая в себе опасность возвыситься над человеком, если институты гражданского общества не имеют реальных механизмов влияния на него.

С помощью социальной рекламы, не впадая в агитационно-пропагандистскую крайность, государство может разъяснить гражданам свои программы и цели. Комплексные рекламные кампании, как правило, проводят налоговые службы, ГИБДД, МЧС, МВД, другие министерства и ведомства, администрации городов и регионов России. Объем такой рекламы с каждым годом растет. Очевидно, что государство сейчас – основной заказчик социальной рекламы. Самой большой коллекцией популярных рекламных видеороликов обладает, налоговая полиция. Наиболее распространёнными слоганами в недавнем прошлом являлись следующие: «Заплати налоги и спи спокойно», «Пропало желание – заплати налоги», «Пора выйти из тени», «Не спрашивай, любишь ли ты Россию, спроси, платишь ли ты налоги». Цикличностью отличаются и рекламные кампании под лозунгами типа «Мой город», «Любимый город» и т. п. – особенно много рекламы такого рода появляется в периоды, предшествующие выборам. Главное назначение государственной социальной рекламы – продвижение интересов самого государства.

Однако нужно помнить, что государство как заказчик социальной рекламы объективно, самым своим предназначением поставлено в такие условия, что действительная глубина и проблемность частной жизни граждан от него ускользает. Современное российское общество склонно видеть в государстве основной источник актуализации проблем общества и его нравственных ценностей. Проблема заключается в том, что многие до сих пор убеждены, что именно государство посредством конституционно закреплённых положений даёт человеку свободу – свободу совести, слова, печати и т. д. Но нужно ещё понимать, что все эти гражданские свободы бессмысленны, если речь не идёт о свободе человека. Может ли государство подарить то, чем человек обладает изначально? – Вряд ли. Но отнять – вполне. Государство может оставить какую-то меру свободы, которую человек ошибочно принимает как дар.

Понимание естественности и неотъемлемости свободы, а также умение сделать эту свободу ответственной, не превращая первую в иллюзию, а вторую в пустую декларацию и есть важнейший признак гражданского общества. Проблема в том, что в свободе многие склонны усматривать источник самоутверждения и своеволия. Свобода, понятая в таком ключе, теряет живую связь с человеком, что незамедлительно находит соответствующий отклик в общественной жизни, политике. Примечательны в этой связи слова, сказанные более века назад К. Победоносцевым о том, что в России всякая свобода – свобода слова, печати неизбежно оборачивается смутой и развратом [4, с. 388–389]. А потому государство во имя гражданского порядка должно присвоить монопольное право на свободу. Изменилось ли положение сегодня? Вряд ли. Тяга к «сильной руке» по-прежнему является одной из существенных современных тенденций в основной массе населения. Иными словами, гражданское общество как система разнообразных горизонтальных связей между свободными, равноправными ответственными друг перед другом партнерами ещё не сложилось. И оно принципиально не может возникнуть как результат административно-управленческих усилий государства. Гражданское общество есть не что иное, как следствие интеллектуального и нравственного развития граждан.

Социальная реклама как особый вид коммуникации, способна вовлечь людей в единое пространство социальной активности, а также оказать благоприятное влияние на общественную позицию населения. Важнейшее свойство социальной рекламы заключается в том, что она, мотивируя граждан к открытой манифестации собственной социальной позиции, служит механизмом формирования гражданского общества.

#### Библиографический список

- 1 Буренков И. А. Социальная реклама – это составляющая гражданского общества. URL: <http://www.1soc.ru>
- 2 Козлов Р. Материалы круглого стола / Р. В. Козлов // Рекламодатель: теория и практика. – 2008. - № 11. URL: <http://www.1soc.ru/1soc.ru>
- 3 Смышляев В. А. Экополитология (Политическая экология) : учебное пособие. Воронежский государственный университет, Воронежский государственный технический университет. – Воронеж : ИПЦ «Научная книга», 2011. – 362 с.
- 4 Томсинов В. А. Константин Петрович Победоносцев (1827–1907) // Российские правоведы XVIII–XX веков: Очерки жизни и творчества. В 2-х томах. – М. : Зерцало, 2007. – Том 1. – С. 348–415.

# ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА

Е. А. Пальцева,  
А. И. Агапова,  
Е. А. Эйтенер

*Ассистент,  
студенты,  
Новосибирский государственный  
технический университет,  
г. Новосибирск, Россия*

---

**Summary.** The authors analyze the process of transformation of valuable orientations of student's youth. A factor model where the factors identified that influence the formation of value orientations of this social group

**Keywords:** values; valuable orientations; student youth.

---

Продолжающиеся процессы глубокой социальной и культурной трансформации, новые явления в политической, экономической, духовной сферах общества влекут за собой глубокие изменения в социальной структуре личности, когда многое подвергается переоценке. Студенческая молодежь, как особая социальная группа, в условиях современного социокультурного пространства наиболее восприимчива к переменам, происходящим в обществе, что приводит к трансформации ценностных ориентаций молодых людей. В связи с этим, изучение проблемы ценностных ориентаций современного студенчества является важным и вызывает особый интерес, что отражается рядом современных социологических исследований.

Многие отечественные ученые обратили свое внимание на процессы трансформации ценностных ориентаций молодежи в современном обществе. Так, Е. К. Казарина-Волшебная в статье «Парадоксы трансформации ценностных ориентаций российской молодёжи» отмечает, что трансформация ценностных ориентаций российской молодёжи в последние 20 лет этот процесс в основном направлен на вытеснение общественно значимых ценностей сугубо индивидуалистскими ценностями. В системе ценностных ориентациях молодёжи все ярче проявляется тенденция к эгоизму, заменяющему альтруизм, а в модификации ценностных ориентаций молодых людей на труд преобладает тенденция отношения к труду как к инструментальной ценности. Всё это позволяет характеризовать трансформацию ценностных ориентаций молодёжи как утверждение технократической парадигмы и вытеснение принципов гуманистической [2, с. 126].

О. Н. Тюлякова, выявив ценностные ориентации студенческой молодежи Мордовии, делает вывод о том, что у большинства молодежи отсутствует определенная картина мира, нет четкой системы ценностей, норм и установок. Происходит процесс переоценки ценностей, формируются новые жизненные ориентации и профессиональные стратегии молодого по-

коления. В российском обществе стабильна тенденция стихийной самоадаптации молодежи к меняющимся условиям. В этом контексте особое значение приобретает процесс ценностного самоопределения молодежи в период получения образования, формирование системы ценностей, необходимой для успешной реализации будущей профессиональной деятельности [4, с. 230–235].

Н. В. Ситкевич, в свою очередь, отмечает следующие тенденции:

1. Формируется особое, информационное, сознание, которое меняет традиционное нравственно-философское мировоззрение, трансформируя традиционные нравственные ценности.

2. Тенденции изменения нравственных ценностей. Главными из них являются: перемещение интересов субъекта с духовной, интеллектуальной сферы в материальную; освобождение от стремления к нравственному идеалу и ориентация на нормы гедонизма и утилитаризма; подмена творчества – потреблением, жизни – игрой, реальных отношений – виртуальными.

3. Преобладают два основных типа идентичности: ощущение собственной личности и формальный тип идентичности, зависящий от виртуальной ситуации.

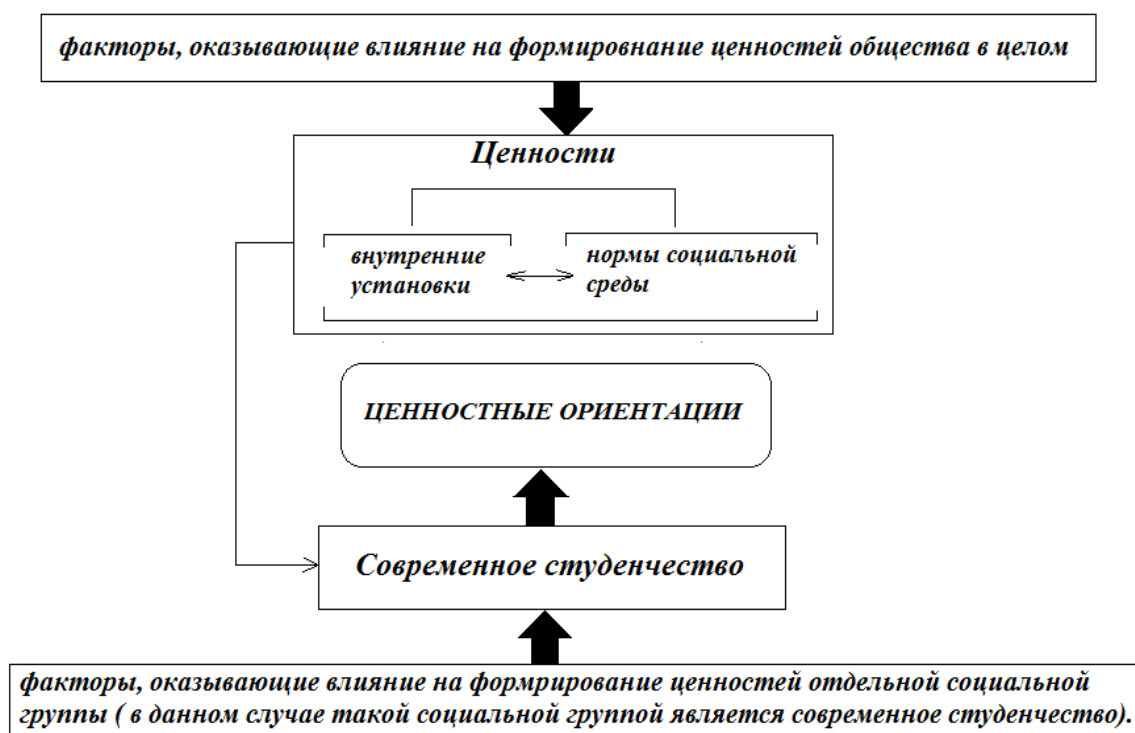
4. Превалируют аспекты утилитарности и прагматичности, как во взаимоотношениях субъектов, так и в отношении к информации, что снижает саму ценность человеческой личности [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что проблемы трансформации ценностных ориентаций в современном российском обществе актуальны и представляют научный интерес.

Структура и содержание набора ценностей формируется социокультурным пространством, в котором протекает становление студенческой молодежи. На формирование системы ценностных ориентаций также влияет и внутривузовская среда, которая способствует личностному росту представителей студенческой молодежи. По мнению большинства авторов, именно период обучения считается для человека наиболее важным в плане происходящего в это время профессионального и личностного самоопределения, становления его как личности.

Ценности представляют собой некоторые общие представления о благах и способах их получения. Ценности, сформированные в обществе, являются одной из составляющих мироотношения входящих в него индивидов и социальных групп. Иными словами, анализ ценностей «позволяет глубже понять специфику человеческой деятельности» [1, с. 286], уровень общественного и культурного развития. Понятие «ценностные ориентации» используют применительно к отдельному человеку или группе лиц, но не к обществу в целом. Поэтому к обществу в целом более целесообразным будет применить понятие «ценности», а к такой социальной группе как студенческая молодежь – понятие «ценностные ориентации». Система

ценностных ориентаций, занимает промежуточное положение между внутренними установками и нормами социальной среды.



*Рисунок 1* Факторная модель формирования ценностных ориентаций студенческой молодежи

Нами предложена факторная модель формирования ценностных ориентаций студенческой молодежи (см. рис. 1), в которой мы сделали попытку выявить те факторы, которые оказывают влияние на формирование ценностных ориентаций данной социальной группы.

Формирование ценностей всего общества в целом осуществляется под воздействием различных факторов. Таковыми являются: социокультурное пространство, социально-экономическая ситуация в стране (в мире), политическая ситуация в стране (в мире) и т. д. В свою очередь, ценности, общепринятые в обществе оказывают значительное влияние на современное студенчество. Основными факторами, влияющими на формирование ценностных ориентаций студенческой молодежи, по нашему мнению, являются:

- образовательная среда вуза, в содержании которой заложена система ценностей, передаваемая студентам в период обучения;
- близкое окружение (семья, друзья, студенческий коллектив и т. д.);
- деятельность студентов;
- условия проживания в период обучения (общежитие, квартира и т. д.);
- образование и социальный статус родителей;

- психологические механизмы, которые выступают в качестве индивидуально-типологических особенностей протекания психологических процессов (мышление, память, эмоции, воля);
- условия, в которых прошло детство;
- направление специальности, по которому обучается студент и т. д.

Таким образом, под влиянием всех вышеперечисленных факторов формируется определенная система ценностных ориентаций современной студенческой молодежи.

По нашему мнению, тенденции трансформации системы ценностей требуют дальнейшего всестороннего и глубоко изучения со стороны социологов.

### Библиографический список

- 1 Бучило Н. Ф., Исаев И. А. История и философия науки: учебное пособие. – М. : Проспект, 2010. – 432 с.
- 2 Казарина-Волшебная Е. К., Комиссарова И. Г., Турченко В. Н. Парадоксы трансформации ценностных ориентаций российской молодежи // Социологические исследования. – 2012. – № 6. – С. 121–126.
- 3 Ситкевич Н. В. Особенности трансформации нравственных ценностей в условиях информационного общества (этико-философский анализ): автореф. дис. ... канд. философ. наук. – Тула, 2011. – 23 с
- 4 Тюлякова О. Н. Ценностные ориентации студенческой молодежи регионального социума // Регионология. – 2009. – № 3. – С. 230–235.

## ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ СТУДЕНТОВ, КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР СТАНОВЛЕНИЯ БУДУЩИХ ВРАЧЕЙ

**А. Н. Попова,  
С. В. Крайнов**

*Кандидат медицинских наук, доцент,  
ассистент;  
Волгоградский государственный  
медицинский университет,  
г. Волгоград, Россия*

---

**Summary.** The authors point to the relevance and the urgent need for historical and patriotic education of medical students, as the most important stage of the educational work. The article provides statistics survey of students in terms of their attitude to such activities.

**Keywords:** patriotic education; medicine; dentistry; educational work; culture; deontology.

---

Одним из важнейших направлений в образовательной деятельности вуза является, несомненно, воспитательная работа, которая должна включать художественно-эстетическое, нравственное просвещение студентов,



формирование у них определенных общекультурных компетенций [4, с. 103–106].

Вызовы современности, с которыми столкнулась Россия в последние годы, диктуют нам необходимость активизировать еще одно направление внеаудиторной работы – патриотическое воспитание молодежи. Сегодня мы все чаще становимся свидетелями «переписывания истории», подмены понятий, переоценки ценностей и, что самое опасное – уроков истории. В таких условиях определенным кругам, заинтересованным в подрыве стабильности и государственности, довольно легко завладеть умами весьма востребованной молодежи, которая, к слову, может явить собой агрессивную и действенную движущую силу различных выступлений и провокаций [3, с. 13–16].

Однако, нужно понимать, что главным условием «овладения умом» – является его безграмотность и невежество. Значит, если мы хотим завтра видеть нашу молодежь воспитанной и привитой против «исторического шарлатанства» и экстремизма – мы должны уже сегодня активно заниматься ее воспитанием, в том числе и патриотическим [1, с. 186–189].

Каким же образом соотносится патриотическое воспитание с подготовкой будущего врача? Врачи, наряду с учителями, а также деятелями науки и культуры традиционно составляют пласт интеллигенции российского общества. Доктор – это носитель культуры, к мнению которого прислушиваются. Врач всегда на виду, ежедневно он общается с множеством людей, оказывая влияние на их мировоззрение. В отечественной медицине по-прежнему сильна приверженность к патерналистской модели взаимоотношений «врач-пациент», то есть доктор в данном контексте воспринимается, как «воспитатель». Представляется, что во многом – это правильная модель. Но, чтобы такого рода воспитатель смог воспитывать – его, для начала, тоже необходимо воспитать. В подобном «тофтологическом» изречении кроется главный смысл стратегии внеаудиторной работы в медицинском вузе [2, с. 105–110].

Что же такое патриотическое воспитание? Определений ему множество, но, думается, что это, прежде всего – формирование у субъекта любви к Родине, понимания ее культурных и национальных ценностей и идей. Последние не возникнут сами по себе, как опция, установленная по умолчанию, эту опцию необходимо активировать, и чем раньше, тем лучше. Мы бы хотели сделать акцент на историко-патриотическое воспитание [5, с. 123–126].

В частности, в Волгоградском государственном медицинском университете подобное направление воспитательной работы со студентами имеет давние и славные традиции. Во многом это связано с самим городом. Волгоград по праву может считаться столицей патриотического воспитания. Сам дух истории и тех героических событий, которые происходили на Сталинградской земле, в дуэте с прекрасными монументами, име-

ющими огромную художественную и нравственную ценность – предрасполагают к организации и реализации такого рода деятельности.

Разработанная нами в соавторстве с деятелями культуры программа «Художественно-эстетического воспитания студентов медицинских вузов» имеет модуль «Патриотическое воспитание», в котором сделан упор на формирование у студентов указанных выше ценностей и компетенций. Реализация данной программы заключается в проведении встреч и кураторских часов с учащимися, посещении памятников, музеев, тематических выставок и перфомансов, мероприятий, организуемых концертными и театральными коллективами, а также библиотеками. Подобные «выходы в свет» происходят не стихийно, а подчинены определенному плану, отвечающему принципам комплексности, поэтапности, методической целесообразности.

Мы проводили анонимное анкетирование наших воспитанников на предмет их отношения к такого рода воспитательной, историко-патриотической деятельности. Отрадно, что из 207 респондентов 161 (77,8 %) высказался за ее необходимость, и это хороший знак. Тем не менее, 22,2 % высказалось против, а, значит, нам есть куда стремиться, и что улучшать.

Сегодня система высшего профессионального медицинского образования столкнулась с серьезными вызовами. Очевидна необходимость возвращения былого престижа и уважения к профессии врача, особенно в условиях российской действительности. Общество предъявляет к доктору все больше требований, которому теперь не достаточно быть хорошим клиницистом. Процесс подготовки студентов-медиков нуждается в дальнейшей модернизации, включающей обязательную оптимизацию воспитательной работы. Проведенное нами анкетирование продемонстрировало заинтересованность учащихся в историко-патриотическом воспитании. Это необходимо учитывать при планировании внеаудиторной работы, что позволит не только модернизировать последнюю, но, что куда более важно – повысить эффективность подготовки будущих врачей.

#### **Библиографический список**

- 1 Васильева Л. В. Размышления о воспитательной работе в вузе // Проблемы высшего образования. – 2007. – № 1. – С. 186–189.
- 2 Петров В. О., Камаев В. А., Поройский С. В. Алгоритм текстурной сегментации растровых изображений при решении прикладных задач медико-биологического анализа // Современные проблемы науки и образования. – 2009. – № 6-3. – С. 105–110.
- 3 Сивцева А. Р. Проблема формирования нравственных ценностей в процессе профессионального становления студентов медицинского вуза // Наука и образование. – 2010. – № 4. – С. 13–16.
- 4 Черемушникова И. К. Имидж в эпоху «восстания масс» // Primo Aspectu. – 2010. – Т. 8. – № 9 (69). – С. 103–106.

- 5 Чермушникова И. К., Захарова И. А. Роль медицинского вуза в формировании коммуникативных навыков будущего специалиста // Лечебное дело. – 2011. – № 2. – С. 123–126.



## V. TRENDS AND BRANDS OF THE RUSSIAN ECONOMY



### АНАЛИЗ МИКРОСРЕДЫ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ ООО «СФЕРА ПРИНТ» (г. Киров)

А. А. Наймушина

*Студентка,  
Вятский государственный университет,  
г. Киров, Россия*

---

**Summary.** This article describes the aspects of the microenvironment of the organization. Identified problems with customers, competitors and suppliers of the advertising company «Sfera Print». Recommendations for improving the company's interaction with the microenvironment.

**Keywords:** microenvironment of the organization; Kirov; advertising company «Sfera Print»; competitors; customers; suppliers.

---

Индустрия рекламы – это отрасль экономики, которая определяет рекламу как продукт экономической деятельности и удовлетворяет общественную потребность в рекламных услугах [2].

Важнейшими аспектами макросреды любого предприятия являются взаимодействия с поставщиками, отношения с клиентами, отношения с конкурентами [1].

Анализируя взаимодействия рекламной компании «Сфера Принт» с поставщиками, можно выделить следующее:

- 1) существует один главный поставщик сырья и материалов;
- 2) закупка оборудования производится у нескольких поставщиков;
- 3) существует несколько подрядчиков по выполнению работ;
- 4) закупка сырья и материалов производится небольшими объемами для уменьшения издержек по их хранению.

Для того, чтобы взаимодействие с поставщиками оборудования, сырья и материалов были наиболее оптимальными и выгодными, необходимо выделить складское помещение, предназначенное для хранения небольших объемов резервного сырья и материалов, что позволит уменьшить риски по задержкам поставок сырья и материалов и их значительному удорожанию. Также важно поддерживать взаимоотношения с другими поставщиками сырья, материалов и запчастей к оборудованию.

Клиентов компании «Сфера Принт» можно условно разделить на 3 группы:

- 1) Компании-потребители, заинтересованные в аренде рекламных конструкций и производстве рекламных материалов для их последующего использования в целях продвижения своих товаров и услуг;

2) Физические лица, которые заказывают и приобретают изделия из оргстекла и других материалов с использованием лазерной и фрезерной резки, гравировки и других способов обработки для использования в личных, бытовых целях;

3) Компании-посредники, которые производят крупные закупки рекламных материалов с последующей их перепродажей заказчику/заказчикам (юридическим или физическим лицам), либо берут в аренду рекламные конструкции для размещения рекламных материалов компании-заказчика.

В качестве рекомендаций предлагается введение специализации по работе с разными группами клиентов, усиление клиентоориентированности, проведение кампании по привлечению новых клиентов в каждой из групп, проведение мероприятий по улучшению привлекательности товаров и услуг (стандартизация времени работ, публикация расценок всех товаров и услуг на сайте компании и др.).

Что касается отношений с конкурентами, в данный момент они являются довольно напряженными по причине наполненности рынка. Существует несколько крупных конкурентов в области аренды рекламных конструкций и производства рекламных материалов (рекламная компания «GREYHOUND», рекламно-производственная фирма «Оргалит Плюс», рекламная компания «Риком», рекламное агентство «Торнадо») и несколько менее крупных организаций, занимающиеся производством и размещением рекламных материалов меньших масштабов и объемов.

Для повышения конкурентоспособности компании можно предложить следующие меры:

1) Улучшение качества проводимых работ и оказываемых услуг через повышение квалификации работников, обновление оборудования и закупку более качественного сырья и материалов;

2) Увеличение объемов производимых товаров и оказываемых услуг через поиск новых клиентов и поддержание взаимодействий с постоянными клиентами – увеличение доли рынка;

3) Увеличение количества видов предлагаемых продуктов.

Таким образом, в ходе анализа внешней среды рекламной компании ООО «Сфера Принт», были выявлены достоинства и недостатки взаимодействия компании с клиентами, конкурентами и поставщиками. В качестве рекомендаций были предложены некоторые пути по усовершенствованию взаимодействий с представителями внешней среды.

#### **Библиографический список**

1. Секерин, В. Д. Рекламная деятельность. – М. : Дрофа, 2013. – 288 с.
2. Поляков В. А. Рекламный менеджмент : учебное пособие. – М. : КУРС, 2012. – 352 с.

# TOURIST SPECIAL ECONOMIC ZONES OF RUSSIA

I. D. Nichitenko

*Student,  
Rostov State University of Economics  
(RINH),  
Rostov-on-Don, Rostov region, Russia*

---

**Summary.** The article considers the role and importance of tourism for the development of regional economy. The author has been analyzed the aspects of tourist special economic zones creation and their impact on tourism development in Russia. The main problems of existing tourist special economic zones has been considered too.

**Keywords:** special economic zones of tourist-recreational type; tourism; tourism industry; engineering and transport infrastructure.

---

Tourism is one of the fastest growing economic sectors, aimed at satisfaction of people's needs and improvement of the quality of life. Tourism accumulates large financial flows, contributes greatly to the development of regional economics and has a stimulating effect on such sectors of economy as transport, telecommunication, commerce, construction, agriculture and others. Tourism is one of the main income for many countries. The amount of government revenues from the tourism sector depends on the economic and social situation of potential consumers of tourism services, natural capital of a country, historic cultural heritage and the effectiveness of organization and management of tourism and service activities. In future the importance of tourism services will only increase, because in many countries with a mixed and developed economy the rate of return in the recreation and tourism is higher than in the other sectors of the economy.

According to the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) in 2014 over one billion tourists were recorded in the world and income from international tourism amounted to more than 900 billion dollars. However, in Russia the contribution of tourism to the GDP (gross domestic product) is negligible, despite the fact that Russia has huge natural and cultural potential [3, p. 17–18]. World practice shows that the problems facing the tourism industry can be solved by creating special economic zones of tourist-recreational type that provide a special investment regime for tourism enterprises registered within the zone.

By special economic zone (SEZ) is meant a particular area with a special legal status and favorable economic conditions for entrepreneurs that is created in order to fulfill the strategic tasks of national or territorial development [1, p. 12]. Special economic zone of tourist-recreational type is a type of special economic zone that is created for development and rendering of services in the sphere of tourism [2, p. 25].

The main objectives of creating special economic zones of tourist-recreational type are: improving competitiveness of tourism, developing health resorts, improving employment, people's quality of life, increasing tourist flow,

preserving the environment and cultural heritage, developing transport infrastructure [5, p. 8]. The main types of activities in tourist special economic zone are: hotel business, ecotourism, sport tourism, extreme tourism, wellness tourism, business tourism, water tourism, SPA-tourism.

Special economic zones of tourist-recreational type exist in the world long enough. According to experts in 120 countries exist more than 2000 special economic zones with turnover of \$600 billion per year. The creation of special economic zones of tourist-recreational type is especially important for Russia because it is necessary to increase the tourism industry's rate of growth by attracting both foreign and Russian tourists as well as creation of special economic zones will increase the industry's return due to increase of tourist flow.

Special economic zones of tourist-recreational type are located in the following regions of the Russian Federation: Republic of Altai, SEZ «Altai Valley», Altai Territory, SEZ «Turquoise Katun», Republic of Buryatia, SEZ «Baikal harbor», Irkutsk region, SEZ «Gate of Baikal», Primorsky Territory, SEZ «Rusky Island», North Caucasus tourism cluster. Recently cluster approach is widely used for further development of tourism in Russia. North Caucasus tourism cluster was formed on the territory of North Caucasian Federal District, Krasnodar Territory, the Republic of Adygea and merged tourist special economic zones created there in order to develop tourism activities [6, p. 32–33].

Tourist SEZ in Altai was created in 2007 for raise of regional economic. It is a complex of man-made lake with a modern filtration system and 3 islands, each of which has its own purpose. The size of government and private investments reached 23 billion rubles. 94 thousand tourists visit this zone per year.

The study showed that the number of tourist special economic zones in Russia can be considered sufficient and their efficiency is average. A good example of this is the closure of SEZ in the Krasnodar Territory in 2010 and closure of tourist SEZ on the Curonian Spit. The concept of SEZ «Caucasian Mineral Waters» in the Stavropol territory has also been modified. Instead of placing SEZ on the territory of seven municipal units of the Caucasian Mineral Waters, as originally planned in 2007, it was decided to locate the SEZ near the mountain Yutsa. The reason for this was the reduction of financing, unregulated land issues, lack of investors [6, p. 48].

According to research carried out, the main reasons for insufficient development of tourist special economic zones in Russia are legal and regulatory issues, insufficient budgetary financing, lack of skilled personnel.

It should be noted that despite the complexity of legal and other problems, cluster approach is the most effective for further development of tourism in Russia. In the long term tourist special economic zones will have a considerable impact on the development of tourism in Russia through the creation of an effective model of integrated tourism development with government support, innovations in tourism management and services, rapid development of engineering and transport infrastructure.

## Bibliography

1. Об особых экономических зонах в Российской Федерации [Электронный источник]: Федеральный закон. – № 116-ФЗ, от 22.06.2005. Справочная правовая система Консультант Плюс (дата обращения: 15.12.2015).
2. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации. URL: <http://www.russiatourism.ru>. (дата обращения: 21.12.2015).
3. Официальный сайт министерства экономического развития Российской Федерации. URL: <http://economy.gov.ru>. (дата обращения: 23.12.2015).
4. Селеванова Е. В. Проблемы формирования и развития специальных экономических зон туристско-рекреационного типа в современных условиях : монография. – Ставрополь : СевКавГТУ, 2009. – 204 с
5. Туризм и туристские ресурсы / Интернет-секция Ставропольстата URL: [http://stavstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/stavstat/resources/](http://stavstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/stavstat/resources/) (дата обращения: 12.12.2015).





**ПЛАН МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНФЕРЕНЦИЙ, ПРОВОДИМЫХ ВУЗАМИ  
РОССИИ, АЗЕРБАЙДЖАНА, АРМЕНИИ, БОЛГАРИИ, БЕЛОРУССИИ,  
КАЗАХСТАНА, УЗБЕКИСТАНА И ЧЕХИИ НА БАЗЕ  
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»  
В 2016 ГОДУ**

Дата	Название
10–11 сентября 2016 г.	Проблемы современного образования
15–16 сентября 2016 г.	Новые подходы в экономике и управлении
20–21 сентября 2016 г.	Традиционная и современная культура: история, актуальное положение и перспективы
25–26 сентября 2016 г.	Проблемы становления профессионала: теоретические принципы анализа и практические решения
28–29 сентября 2016 г.	Этнокультурная идентичность – фактор самосознания общества в условиях глобализации
1–2 октября 2016 г.	Иностранный язык в системе среднего и высшего образования
5–6 октября 2016 г.	Семья в контексте педагогических, психологических и социологических исследований
10–11 октября 2016 г.	Актуальные проблемы связей с общественностью
12–13 октября 2016 г.	Информатизация высшего образования: современное состояние и перспективы развития
13–14 октября 2016 г.	Цели, задачи и ценности воспитания в современных условиях
15–16 октября 2016 г.	Личность, общество, государство, право: проблемы соотношения и взаимодействия
17–18 октября 2016 г.	Тенденции развития современной лингвистики в эпоху глобализации
20–21 октября 2016 г.	Современная возрастная психология: основные направления и перспективы исследования
25–26 октября 2016 г.	Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов
28–29 октября 2016 г.	Наука, техника и технология в условиях глобализации: парадигмальные свойства и проблемы интеграции
1–2 ноября 2016 г.	Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия
3–4 ноября 2016 г.	Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования.
5–6 ноября 2016 г.	Актуальные вопросы социальных исследований и социальной работы
7–8 ноября 2016 г.	Классическая и современная литература: преемственность и перспективы обновления
10–11 ноября 2016 г.	Формирование культуры самостоятельного мышления в образовательном процессе
15–16 ноября 2016 г.	Проблемы развития личности: многообразие подходов
20–21 ноября 2016 г.	Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования
25–26 ноября 2016 г.	История, языки и культуры славянских народов: от истоков к грядущему

1–2 декабря 2016 г.	Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях
3–4 декабря 2016 г.	Проблемы и перспективы развития экономики и управления
5–6 декабря 2016 г.	Безопасность человека и общества как проблема социально-гуманитарных наук

## ИНФОРМАЦИЯ О НАУЧНЫХ ЖУРНАЛАХ

Название	Профиль	Периодичность	Наукометрические базы	Импакт-фактор
Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера»	Социально-гуманитарный	Март, июнь, сентябрь, декабрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Directory of open access journals (Швеция),</li> <li>• Open Academic Journal Index (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай),</li> <li>• Global Impact factor (Австралия),</li> <li>• Scientific Indexing Services (США),</li> <li>• Cite Factor (Канада),</li> <li>• International Society for Research Activity Journal Impact Factor (Индия),</li> <li>• General Impact Factor (Индия),</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor (Индия),</li> <li>• Universal Impact Factor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Global Impact Factor за 2015 г. – 1,041,</li> <li>• Scientific Indexin Services за 2015 г. – 1,09,</li> <li>• General Impact Factor за 2015 г. – 2,1825,</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor (Индия) за 2015 г. – 4,22,</li> <li>• Research Bible за 2015 г. – 0,781,</li> <li>• РИНЦ за 2014 г. – 0,312.</li> </ul>
Чешский научный журнал «Paradigmata poznání»	Мультидисциплинарный	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай),</li> <li>• Scientific Indexing Services (США),</li> <li>• Cite Factor (Канада),</li> <li>• General Impact Factor (Индия),</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor (Индия)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• General Impact Factor за 2015 г. – 1,5947,</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor (Индия) за 2015 г. – 4,061.</li> </ul>
Чешский научный журнал «Ekonomické trendy»	Экономический	Март, июнь, сентябрь, декабрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай)</li> </ul>	
Чешский научный журнал «Aktuální pedagogika»	Педагогический	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай)</li> </ul>	
Чешский научный журнал «Akademická psychologie»	Психологический	Март, июнь, сентябрь, декабрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай)</li> </ul>	
Чешский научный и практический журнал «Sociologie člověka»	Социологический	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай)</li> </ul>	
Чешский научный и аналитический журнал «Filologické vědomosti»	Филологический	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай)</li> </ul>	

**ИЗДАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ НИЦ «СОЦИОСФЕРА» –  
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

Научно-издательский центр «Социосфера» приглашает к сотрудничеству всех желающих подготовить и издать книги и брошюры любого вида:

- ✓ учебные пособия,
- ✓ авторефераты,
- ✓ диссертации,
- ✓ монографии,
- ✓ книги стихов и прозы и др.

Книги могут быть изданы в Чехии  
(в выходных данных издания будет значиться –  
**Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»**)  
или в России

(в выходных данных издания будет значиться –  
**Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»**)

Мы осуществляем следующие виды работ.

- Редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок).
- Изготовление оригинал-макета.
- Дизайн обложки.
- Печать тиража в типографии.

Данные виды работ могут быть осуществлены как отдельно, так и комплексно.

Полный пакет услуг «**Премиум**» включает:

- редактирование и корректуру текста,
- изготовление оригинал-макета,
- дизайн обложки,
- печать мягкой цветной обложки,
- печать тиража в типографии,
- присвоение ISBN,
- обязательная отсылка 5 экземпляров в ведущие библиотеки Чехии или 16 экземпляров в Российскую книжную палату,
- отсылка книг автору по почте.

**Тираж** включает экземпляры, подлежащие обязательной отсылке в ведущие библиотеки Чехии (5 штук) или в Российскую книжную палату (16 штук).

**Другие варианты** будут рассмотрены в индивидуальном порядке.

**PUBLISHING SERVICES**  
**OF THE SCIENCE PUBLISHING CENTRE «SOCIOSPHERE» –**  
**VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

The science publishing centre «Sociosphere» offers co-operation to everybody in preparing and publishing books and brochures of any kind:

- ✓ training manuals;
- ✓ autoabstracts;
- ✓ dissertations;
- ✓ monographs;
- ✓ books of poetry and prose, etc.

Books may be published in the Czech Republic  
(in the output of the publication will be registered

**Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»**)

or in Russia

(in the output of the publication will be registered

**Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»**)

We carry out the following activities:

- Editing and proofreading of the text (correct spelling, punctuation and stylistic errors).
- Making an artwork.
- Cover design.
- Print circulation in typography is by arrangement.

These types of work can be carried out individually or in a complex.

«Premium» package includes:

- editing and proofreading of the text;
- production of an artwork;
- cover design;
- printing coloured flexicover;
- printing copies in printing office;
- ISBN assignment;
- delivery of required copies to the Russian Central Institute of Bibliography or leading libraries of Czech Republic;
- sending books to the author by the post.

Circulation includes copies, which are obligatory delivered to the leading libraries of the Czech Republic (5 items) or to Russian Central Institute of Bibliography (16 items).

Other options will be considered on an individual basis. For questions and requests you can contact us by e-mail [sociosphere@yandex.ru](mailto:sociosphere@yandex.ru).

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»  
Branch of the Russian Historical Society in Penza

## **MIGHTY RUSSIA: FROM THE GLORIOUS HISTORY OF THE GREAT FUTURE**

Materials of the international scientific conference  
on June 5–6, 2016

Articles are published in author's edition.  
The original layout – I. G. Balashova

Do sazby 09.06.2016  
Formát 60x84/16  
Papír bílý standardní  
Počet tiskových archů 3,17.  
Tiráž 100 ks

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», s.r.o.:  
Identifikační číslo 29133947 (29.11.2012)  
U dálnice 815/6, 155 00, Praha 5 – Stodůlky, Česká republika.  
Tel. +420608343967,  
web site: <http://sociosphere.com>,  
e-mail: [sociosfera@seznam.cz](mailto:sociosfera@seznam.cz)