
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ В РОССИИ: ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

D.V. Nefedov, M.A. Pozhidaeva
Patriotic Symbols of the “Soft Power”
in Contemporary Russia (Case Study
of the “Russian Signs” Project)

The role of patriotic symbols as a tool for the practical implementation of Russia’s “soft power” from the standpoint of sociological interpretation is considered. The analysis of the symbols set by the international patriotic project “Russian Signs” which are employed by the public discourse of contemporary Russia’s foreign policy as a part of the conception of the “Russian World” is conducted.

Key words and word-combinations:
soft power, patriotism, symbols.

Рассматривается роль патриотической символики в качестве инструмента практической реализации российской «мягкой силы» с позиций социологической интерпретации. Представлен анализ символов международного патриотического проекта «Русские знаки», актуализированных в публичном дискурсе современной России в рамках внешнеполитической концепции «русского мира».

Ключевые слова и словосочетания:
мягкая сила, патриотизм, символы.

УДК 32
ББК 66.3(0),15

Д.В. Нефёдов, М.А. Пожидаева

ПАТРИОТИЧЕСКАЯ СИМВОЛИКА «МЯГКОЙ СИЛЫ» СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «РУССКИЕ ЗНАКИ»)

В современном мире все больший интерес вызывает возросшая роль несилowych — зачастую манипулятивных — технологий в решении ряда политических задач, как внешних, так и внутренних. Итоги большинства «цветных революций» на постсоветском пространстве демонстрируют стратегическое преимущество подобных технологий, нацеленных в первую очередь на изменение культурно-ценностных основ общественной жизни. В современной политической науке данная концепция внешнеполитического воздействия получила название «мягкая сила».

Понятие «мягкая сила» ввел в политологический дискурс последователь школы американского неолиберализма Дж. Най [1]. Часть отечественного политического дискурса

концепт «мягкой силы» стал недавно, однако уже многие российские авторы (В.М. Капицын, М.М. Лебедева, Е.Г. Пономарева, О.Ф. Русакова, О.В. Столетов и др.) занимаются исследованием как самого концепта «мягкой силы», так и внешнеполитической практики.

По мнению Най, сегодня эффективность и возможности использования традиционных силовых ресурсов все больше ограничиваются, и в современной политике решающую роль играют культурно-цивилизационные нормы и ценности, существующие в сознании индивидов. Именно они воздействуют на эмоционально-образную сферу человеческого восприятия и определяют набор шаблонов и идеалов, из которых выстраивается картина мира и которыми определяются поведенческие практики индивидов.

В своих ранних работах Дж. Най в качестве ресурсов «мягкой силы» выделял привлекательность культуры и идеологии [1, с. 167], позднее — культуру, ценности, внутреннюю и внешнюю политику государства [2]. Некоторые отечественные [3–5] и зарубежные исследователи [6; 7] в своих работах склонны особое внимание уделять именно культуре. Существуют работы, рассматривающие категории имиджа и бренда страны в качестве обязательных компонентов «мягкой силы».

Процесс воздействия идеалов и ценностей на сознание общества и отдельных граждан — в ситуации политического противостояния либо с целью консолидации общества — ведет к актуализации темы трансформации имеющейся или формирования новой символики и создания символической продукции для ее популяризации внутри страны либо экспорта в другие страны. С учетом текущего геополитического противостояния России и стран Запада, а также усиления националистических акцентов в российском внешнеполитическом дискурсе (например, концепция «русского мира»), проблема актуализации патриотических идей и символов стала крайне актуальной.

В теории социологии символ является обобщенным представлением о ком-либо / чем-либо, которое основано на интеллектуальном и жизненном опыте индивида и / или общности. Сфера обозначенного символом не имеет четких границ и охватывает широкий круг предметов и явлений. Символ всегда предполагает многозначность, наслоение смыслов и существует в сознании и психике своего носителя (индивида, общности) либо заключен в каких-то культурных формах и визуальных образах — живописи, музыке, скульптуре, архитектуре, народном декоративно-прикладном творчестве [10]. Однако нельзя забывать о двойственной природе символа: символ указывает как на внешние объекты — факты социального мира, так и на внутренние — содержание сознания и психики носителя. Таким образом совершается постоянный круговорот психики и сознания в культурные формы и обратно.

Символы задают алгоритмы индивидуального и коллективного поведения. Для того чтобы понять сущность социального символа, необходимо рассмотреть традиции его изучения. Символический интеракционизм утверждает символ в качестве основного элемента социальных взаимодействий и социальной реальности вообще. Представители символического интеракционизма Дж. Мид и Г. Блумер считают язык, жесты и действия символами ситуации

или объекта. Т. Лукман, Ю. Хабермас и П. Бергер дают определение символа как матрицы коллективных представлений, при этом их источник следует искать в социальных действиях и коммуникациях. Т. Парсонс в рамках макро-социологической теории рассматривает символ в качестве посредника между индивидом и социальными группами, а также последних между собой.

Ученые сходятся во мнении, что человек воспринимает символ не сознанием, а как бы всей личностью. Результатом такого восприятия является целостное мотивированное поведение. Важным в понимании сути и значения символа является исследование его мотивирующей, побудительной силы [11].

Политолог и социантрополог А.П. Коэн подчеркивает, что формирование социальной структуры сопровождается активным производством символов. Символика является универсальным средством коммуникации и служит некой «оболочкой» для информации, предназначенной для «своих». По выражению А.Ф. Лосева, «символ есть арена встречи между обозначающим и обозначаемым, которые, в сущности, не имеют ничего общего между собой» [12]. Это свойство широко используется как средство пропаганды, наиболее эффективными приемами которой является использование знака, графического или словесного образа, создание новых образцов, эталонов поведения, транслируемых через литературу, кино, искусство, СМИ и прочие каналы передачи информации.

Еще одним важным параметром символических структур является их одновременное существование в трех временных измерениях — прошлом, настоящем и будущем. В этом смысле символ является «мостом» между историческим прошлым народа и его будущим, обеспечивая преемственность истории и поколений. Такой символ, с одной стороны, должен содержать в себе информацию об историческом событии, герое, действии, а с другой стороны — эмоционально воздействовать на чувства людей.

Рассмотрим попытку формирования и использования символических структур в качестве инструмента «мягкой силы» в современном социальном и геополитическом пространстве России на примере проекта «Русские знаки». Выбор его в качестве объекта изучения обусловлен ярко выраженной пропагандистской направленностью (причем как для внутренней, так и для внешней аудитории). Кроме того, реализация проекта продолжается с 2013 г. по настоящее время, что позволяет проанализировать предполагаемый эффект воздействия и его изменения в динамике.

Презентация проекта «Русские знаки» состоялась в ходе пресс-конференции 3 сентября 2013 г., которая носила название «Русский бизнес ответит на гомосексуальные истерики западных политиков и медиа» [13]. Создатели проекта — Андрей Смирнов (руководитель международного проекта «Сила в правде») и Олег Макаренко (блогер Fritz morgen, создатель википроекта «Руксперт.ру»).

В российском интернет-сообществе бытует мнение, что Макаренко является «неофициальным голосом Кремля». Данная позиция основана на том, что публикации, размещаемые Макаренко в блоге, почти всегда совпадают с официальной точкой зрения Кремля, но появляются там до их официального размещения в СМИ. Часть блогеров выразила подозрение, что Макаренко

работает в Администрации Президента РФ и таким образом проводит тестирование общественного мнения.

Информация на официальном сайте гласит, что «Русские знаки» — патристический информационный проект и его главная цель — распространение «правды о русских» в России и по всему миру: «Мы все сейчас — солдаты на информационном фронте и должны сами распространять положительную информацию о русских, для того чтобы продвинуть интересы русских как нации, а точнее — русской цивилизации» [14]. Создатели проекта утверждают, что проект основан на наднациональной, цивилизационной идее («русский мир»). По мнению авторов проекта, «конкурирующими» цивилизациями являются европейская и панамериканская, вместе образующие «евроатлантическую» цивилизацию. К русской же цивилизации может быть отнесен любой человек, мыслящий на русском языке (а таких, по оценкам авторов проекта, более 250 млн). Таким образом, главным признаком русской нации является русский язык. Причем сам термин «русский» преподносится как более широкий по отношению к термину «россиянин», который охватывает только граждан Российской Федерации. Жители России — русские, а не «россияне», и повсеместное распространение этой идеи — одна из основных целей проекта «Русские знаки» [15].

Сами авторы проекта называют «Русские знаки» «асимметричным ответом» евроатлантической цивилизации и ожидают, что его реализация приведет к следующим результатам [14]: помощь в распространении патриотизма и уважения к Родине; объединение всех мыслящих на русском языке людей, вне зависимости от родословной и вероисповедания; распространение правды о русских; отпор врагам в информационной войне против России; противостояние уничтожению базовых принципов морали и агрессивной пропаганде половых извращений; противостояние национализму, шовинизму и экстремизму; продвижение интересов русской нации.

Из представленного перечня очевидно, что авторы проекта планируют распространять ценности и идеи, обозначенные в качестве альтернативы ценностям западного мира. Риторика основателей проекта в полной мере согласуется с риторикой российского истеблишмента, в которой за минувшие несколько лет возросли националистические настроения и кристаллизовались в новой интерпретации идеи «русского мира».

На практике проект реализуется следующим образом. Во-первых, борьба с информационной войной против России («Сила в правде»): производство сувенирной продукции с «фактами о русских» на русском и английском языках [16]; продвижение «вирусного» видео [17] в Интернете; создание информационных поводов с целью «актуализации тем», обсуждаемых обществом; распространение сувенирной продукции русскими туристами в местах их отдыха («Русские знаки — партизанское СМИ»). Во-вторых, сплочение «русской цивилизации»: поиск «объединяющих смыслов»; продвижение православия; проведение акций, установка памятников, организация флешмобов.

Одно из важнейших практических направлений проекта — запуск серии

сувениров, выполненных в форме самых популярных в мире российских символов и брендов, на которые нанесен текст с определенным тезисом о «достижениях русских как нации», а также недопустимости отказа от традиционных ценностей, который происходит в Евросоюзе и Северной Америке. Виды выпускаемой сувенирной продукции: футболки, магниты, универсальные наклейки, наклейки на мобильные телефоны, чехлы на телефоны, автомобильные ароматизаторы.

Выпускаются также тематические плакаты и календари со «знаковыми» темами. Большая часть точек продаж сосредоточена в центральной части России: в киосках Роспечати и Союзпечати, крупных супермаркетах («Зельгрос», «Окей», «Перекресток», «Сейлс»), интернет-магазинах (autopiter.ru, emex.ru, autodoc.ru), на АЗС («Тат-Нефть», «Астра»), а также на специальных стендах во время проведения различных мероприятий (например, на ежегодном молодежном форуме «Селигер»). Торговля ведется и в местах потенциального присутствия представителей иностранных аудиторий: на вокзалах, в аэропортах и метрополитене Москвы.

В 2013–2014 гг. сувенирная продукция реализовывалась на русском (табл. 1) [18] и английском языках (табл. 2) [19]. Надписи, размещенные на продукции, именуются «правдой» («Truth» в английской версии) и имеют порядковый номер. На официальном сайте проекта также приводится расширенная авторская интерпретация «правды» и обоснование выбора используемого визуального образа.

Таблица 1
Сувенирная продукция на русском языке (2013–2014 гг.)

№ п/п	Надпись	Поясняющий текст	Образ
1	Я – русский и горжусь этим!	Александр Суворов, русский – лучший полководец в мировой истории (XVIII век), 60 битв – 60 побед	Красная звезда
2	Здесь курить нельзя	Сотни тысяч русских каждый год умирают от курения	Знак «Курение запрещено»
3	Хотите свалить? Валите! Я – ОСТАЮСЬ!	Россия — здесь живут русские	Карта России
4	Педерастам и двустволкам вход воспрещен	У русских такие правила	Двуствольное ружье
5	Мы – русские. С нами Бог!	В мировой истории нет более победоносного воинства, чем русское православное	Ангел
6	Каждый русский ребенок может стать космонавтом	Российский космический корабль «Союз»	Космический корабль «Союз»
7	Я – русский	Двуглавый орел – герб Российской империи	Двуглавый орел
8	Это мы, русские, победили фашистов	Русский Т-34 — лучший танк Второй мировой войны (1941–1945)	Танк Т-34

№ п/п	Надпись	Поясняющий текст	Образ
9	Русские по-прежнему сильнее спортсмены в мире. Не верите? Посчитайте медали спортсменов из стран, входивших в СССР	Мишка, символ олимпиады 1980 года в Москве	Олимпийский мишка-80
10	Только русские регулярно делают пилотируемые космические запуски	Ракета-носитель «Союз»	Космическая ракета
11	Мы – русские, немного не похожи на других	Чебурашка – самый известный в мире герой русских мультфильмов	Чебурашка
12	Да здравствует трудолюбивый и героический русский народ!	Серп и Молот – символ социализма в СССР	Серп и молот
13	Кто к нам с мечом придет – от меча и погибнет	Александр Невский (XIII в.). Никто и никогда за всю историю не смог завоевать русских	Шлем
14	Мы – русские. С нами Бог!	Храм Василия Блаженного в Москве	Храм Василия Блаженного
15	Первый человек в космосе – русский	Юрий Гагарин. 12 апреля 1961 года	Гагарин
16	Я верю в русский футбол	Лев Яшин, русский. Лучший футбольный вратарь всех времен и народов	Футболист
17	У России только два союзника: армия и флот	Император России Александр III (XIX в.). Царь-пушка в Москве	Царь-пушка
18	Я верю в русский хоккей!	Валерий Харламов, русский. Лучший хоккеист всех времен и народов	Хоккеист

Обобщив, можно выделить несколько эксплуатируемых тем:

- 1) символы государственности (карта России, двуглавый орел);
- 2) советское прошлое (красная звезда, серп и молот, мишка-80);
- 3) православие (ангел, храм Василия Блаженного);
- 4) космос (Космический корабль «Союз», космическая ракета, Гагарин);
- 5) спорт (хоккеист, футболист);
- 6) нравственность (знак «Курение запрещено», двуствольное ружье);
- 7) война / оружие / военные победы (танк Т-34, шлем, Царь-пушка);
- 8) культура (Чебурашка).

Как заявляют авторы проекта, главным каналом распространения продукции за рубежом должен стать пул амбассадоров — граждан России, которые, купив данную продукцию, будут распространять ее в местах своего пребывания за границей.

Сувенирная продукция на английском языке (2013–2014 гг.)

№ п/п	Надпись	Поясняющий текст	Образ
1	If the music made you cry surely it was written by russian composer / <i>Если музыка заставляет вас плакать, ее наверняка написал русский композитор</i>	Form: Balalaika is a Russian folk musical instrument / <i>Балалайка – русский народный музыкальный инструмент</i>	Балалайка
2	Russians have the vastest forest territories on the earth / <i>У русских самые большие леса на земле</i>	Form: matryoshka is the traditional Russian souvenir / <i>Форма: Матрешка – традиционный русский сувенир</i>	Матрешка
3	Russians have the most mineral resources in the world / <i>У русских – самая богатая ресурсами страна в мире</i>	Form: Russia / <i>Форма: Россия</i>	Карта России
4	There are only 10 nuclear-powered icebreakers in the world. All of them are Russian / <i>В мире всего 10 атомных ледоколов, и все они у русских</i>	Form: Russian nuclear-powered icebreaker / <i>Форма: русский атомный ледокол</i>	Атомный ледокол
5	No one has been able to defeat Russians for 1000 years / <i>За тысячу лет никто не смог победить русских</i>	Form: The Kremlin is the residence of Russian rulers in Moscow / <i>Форма: Кремль – резиденция русских правителей в Москве</i>	Кремль
6	Now only Russians launch manned spacecrafts / <i>Только русские запускают сейчас пилотируемые космические корабли</i>	Form: Soyuz spacecraft / <i>Форма: Космический корабль «Союз»</i>	Космический корабль «Союз»
7	It was Russians who defeated Hitler in 1945 / <i>Именно русские победили в 1945 году Гитлера</i>	Form: Russian tank T-34 was the best tank in World War II / <i>Форма: T-34 – лучший русский танк Второй мировой войны</i>	Танк Т-34
8	Russians manufacture the most reliable weapons in the world / <i>Русские делают самое надежное оружие в мире</i>	Form: AK-47 is the most widely known assault rifle in the world / <i>Форма: АК-47 – самый популярный автомат в мире</i>	Автомат Ка-лашникова
9	Russians are the most numerous Internet users in Europe / <i>Русские – первые в Европе по количеству пользователей Интернета</i>	Form: LADA is the most popular car in the world with 15 million units produced and sold over the years / <i>Форма: LADA – самый популярный автомобиль в мире, выпущено 15 млн. шт.</i>	Автомобиль LADA
10	Russians saved Europe from Napoleon invasion in 1812 / <i>Русские спасли Европу от Наполеона в 1812 году</i>	Form: SU-27 is the best fighter aircraft in the world / <i>СУ-27 – лучший истребитель в мире</i>	Истребитель СУ-27
11	Russians are more kind-hearted than you think they are / <i>Русские добрее, чем вы думали</i>	Form: Cheburashka is the most famous Russian cartoon character in the world / <i>Чебурашка – самый известный герой русских мультфильмов</i>	Чебурашка
12	Justice is the most important thing for Russians / <i>Для русских главное – справедливость</i>	Form: Hammer and sickle were a symbol of socialism in the USSR / <i>Серп и Молот – символ социализма в СССР</i>	Серп и молот

№ п/п	Надпись	Поясняющий текст	Образ
13	Russians have great language and the best writers in the world / <i>У русских – самый богатый язык и лучшие писатели в мире</i>	Form: Pushkin is the most famous Russian poet (19th century) / <i>Форма: Пушкин – самый известный русский поэт (XIX в.)</i>	Пушкин
14	The best military leader in history is Alexander Suvarrow, a Russian general (18th century). 60 battles – 60 wins / <i>Самый лучший полководец в мировой истории – Александр Суворов (XVIII в.). 60 битв – 60 побед</i>	Form: Saint Basil's cathedral in Moscow / <i>Форма: Храм Василия Блаженного в Москве</i>	Храм Василия Блаженного
15	Russian first reached the North pole / <i>Русские первыми достигли Северного полюса</i>	Form: Cap with ear-flaps – is a traditional russian hat / <i>Форма: Шапка-ушанка</i>	Шапка-ушанка
16	Russians have the strongest army in Europe and Asia / <i>У русских самая сильная армия в Европе и Азии</i>	Form: The five-pointed red star is a symbol of a Soviet Union and Russian army / <i>Звезда – символ Советского Союза и русской армии</i>	Красная звезда
17	Russians take tea more often than they drink vodka / <i>Чаще всего русские пьют чай, а не водку</i>	Form: Samovar is the traditional Russian kettle / <i>Самовар – национальный русский чайник</i>	Самовар
18	Russians are not afraid of the cold, they live in it / <i>Русские не боятся холода, они в нем живут</i>	Form: Valenki are traditional Russian footwear for walking on snow / <i>Форма: Валенки – традиционная русская обувь для ходьбы по снегу</i>	Валенки

*Примечание. Здесь и далее в таблице — авторский перевод.

Тематика набора символов на английском языке следующая: символы государственности (используемые образы: карта России); советское прошлое (Серп и Молот); космос (Космический корабль «Союз»); война / оружие / военные победы (танк Т-34, автомат Калашникова, истребитель СУ-27, Кремль, храм Василия Блаженного, Красная звезда); культура (Чебурашка, Пушкин, балалайка); современные достижения (автомобиль LADA, атомный ледокол); стереотипы (матрешка, шапка-ушанка, самовар, валенки).

Сравним данный набор тем с русской версией. Во-первых, исчез ряд тем (православие, нравственность, спорт), при этом добавилась тема современных достижений и тема разрушения стереотипов. Однако выбранные для этого визуальные образы сами по себе стереотипны.

Во-вторых, произошло сокращение некоторых тем (символы государственности, советское прошлое, космос) и существенное расширение военной темы, причем во многом за счет «перекочевавших» из других тем символов. Последнее говорит о том, что английская версия более агрессивна: главными достижениями считаются военные, а не культура и социальное развитие, русский народ представляется пребывающим в постоянной боевой готовности. Справедливости ради стоит отметить, что тема «культура» также была расширена, но в значительно меньшей степени. Вообще в английской версии менее четко

прослеживается корреляция между используемыми визуальными образами и поясняющим текстом. Так, автомобиль LADA почему-то символизирует интернет-активность жителей России, а матрешка — обширные лесные просторы.

Наше исследование показывает, что используемые в проекте «Русские знаки» символы не выполняют своей основной функции — мотивирующей, побуждающей индивидов к определенным действиям (в данном случае — консолидация общества «своих» и противостояние ценностям «чужих»). Ввиду отсутствия корреляции визуальной и смысловой составляющей используемые визуальные образы не способны оказать эмоциональное воздействие на чувства людей и, как следствие, являются неэффективным инструментом «мягкой силы».

Авторы проекта проигнорировали особенности восприятия представленных образов иностранной аудиторией, как и социокультурные особенности целевых аудиторий в целом. Не учтены историческая память и образ современной России, сформированный в сознании «чужих». Большинство эксплуатируемых образов (матрешка, чебурашка, шапка-ушанка, балалайка и т.д.) — давно существующие стереотипы, которые никоим образом не помогают в распространении «правды» и продвижении интересов русской нации. Напомним, что создатели «Русских знаков» противопоставляют русскую цивилизацию и евроатлантическую. Тем более странным и непродуманным кажется решение использовать одинаковый набор визуальных символов для конкурирующих наций. В противовес западной культуре, где в основе коммуникации стоит диалог и стремление к консенсусу, предлагается монологичность и демонстрация силы.

Непонимание принципиального отличия технологий «мягкой силы» от пропаганды является общей проблемой не только «Русских знаков», но и российских внешнеполитических институтов. «Мягкая сила» предполагает диалог и акцентуацию привлекательных сторон культуры, социальных и политических процессов. Однако современная российская внешнеполитическая доктрина, равно как и публичный политический дискурс, во главу угла ставит демонстрацию военной мощи и готовности активно защищать свои интересы силовыми методами, вследствие чего «мягкая сила» уходит на второй план.

Библиографический список

1. *Nye J. S.* Soft power // Foreign policy. №80. 1990.
2. *Nye J. S.* Soft power: The means to success in world politics. N.Y., 2004.
3. *Боголюбова Н.М., Николаева Ю.В.* К вопросу о культурных связях в современной социокультурной ситуации // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2011. № 3.
4. *Шестопал А.В., Силантьева М.В.* «Мягкая сила» культурных модуляторов современных модернизационных процессов // Вестник МГИМО-Университета. 2012. № 6 (27).
5. *Наливайченко И.В.* Специфика патриотизма в условиях глобализации культуры // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 2.
6. *Casanova L., Kassum J.* From soft to hard power: in search of Brazil's winning blend. URL: http://www.insead.edu/facultyresearch/research/details_papers.cfm?id=31879.
7. *Лю Цзайци.* «Мягкая сила» в стратегии развития Китая // Полис. 2009. № 4.
8. *Казанцев А.А., Меркушев В.Н.* Россия и постсоветское пространство: перспективы использования «мягкой силы» // Полис. 2008. № 2.
9. *Вилков А.А.* «Мягкая сила» как элемент имиджевых технологий во внутренней и вне-

шней политике // Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер.: Социология. Политология. 2014. Т. 14, № 2.

10. Кармадонов О.А. «Символ» в эмпирических исследованиях: опыт зарубежных социологов // Социологические исследования. 2004. № 6.

11. Степнова Л.А. Социальная символика России // Социологические исследования. 1998. № 7.

12. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. М., 1976.

13. Анонс пресс-конференции: «Русский бизнес ответит на гомосексуальные истерики западных политиков и медиа». URL: <http://jourdom.ru/news/38561>.

14. О проекте «Русские знаки». URL: <http://ruznaki.ru/o-proekte/>

15. Создатели «Русских знаков»: миссию нашего проекта можно считать частично выполненной. URL: <http://www.ruznaki.ru/novosti/sozdateli-russkix-znakov-missiyu-nashego-proekta-mozhno-schitat-chastichno-vypolnennoj>

16. Онлайн-магазин проекта «Русские знаки». URL: <http://www.ruznaki.ru/shop/>

17. Видео проекта «Русские знаки». URL: <http://ruznaki.ru/video/>

18. О «Русских знаках». URL: <http://old.ruznaki.com/ruznak/>

19. Продукция на английском языке. URL: <http://old.ruznaki.com/product-category/en-magnit/>

O.D. Minkeev

Features of Civil and Legal Regulation of Investment Activity (Case Study of the Republic of Kalmykia)

The civil and legal aspects of investment volatility are considered. The causes and possible solutions to the problem of instability of civil law contracts concluded between the subjects of investment activity are studied. As exemplified by the Republic of Kalmykia, the cooperation of the state and private partnership participants implementing investment projects is analyzed.

Key words and word-combinations: investment risk, the integrity of the subjects of investment activity, civil-legal contract, the Republic of Kalmykia.

Рассматриваются гражданско-правовые аспекты нестабильности инвестиционной деятельности. Изучаются причины и возможные решения проблемы нестабильности гражданско-правовых договоров, заключаемых между субъектами инвестиционной деятельности. На примере Республики Калмыкия анализируется сотрудничество участников государственно-частного партнерства, реализующих инвестиционные проекты.

Ключевые слова и словосочетания: инвестиционный риск, добросовестность субъектов инвестиционной деятельности, гражданско-правовой договор, Республика Калмыкия

УДК 347
ББК 67.404.9

О.Д. Минькеев

**ОСОБЕННОСТИ
ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ
ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
(НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ
КАЛМЫКИЯ)**

Одной из проблем гражданского права является нестабильность гражданского оборота, о чем свидетельствует приведенная Б.И. Путинским статистика нарушений гражданско-правовых договоров: они допускаются по 80% договоров, более 1/3 договоров вообще не исполняются [1, с. 163–164].

Представляется, что нестабильность гражданско-правовых договоров, заключаемых между субъектами инвестиционной деятельности, обусловлена ненадлежащим