

ПРОЕКТ SHAMAN В КОНТЕКСТЕ ПОЛИТИЗАЦИИ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ ЭПОХИ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ

Ежов Дмитрий Александрович

- e-mail: president@lenta.ru;
кандидат политических наук, доцент кафедры политологии
факультета социальных наук и массовых коммуникаций;
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125167, г. Москва, Ленинградский пр-т, д. 49/2, Российская Федерация

Для цитирования

Ежов Д. А. Проект SHAMAN в контексте политизации массовой культуры эпохи Специальной военной операции // Российский социально-гуманитарный журнал. 2025. №1. URL: www.evestnik-mgou.ru

- Статья поступила в редакцию 20.01.2025
- Статья размещена на сайте 26.03.2025

СТРУКТУРА СТАТЬИ

[Аннотация](#)

[Ключевые слова](#)

[Введение](#)

[Тенденции и факторы политизации массовой культуры эпохи
Специальной военной операции](#)

[Проект SHAMAN: генезис, содержание, технологии популяризации](#)

[Заключение](#)

[Литература](#)

[Article information](#)

АННОТАЦИЯ

Цель. Обосновать правомерность идентификации проекта SHAMAN как феномена массовой культуры в современной России посредством анализа его творческого компонента в виде песен, видеоклипов и концептуально продуманных концертных программ в сочетании с окружающим новостным фоном в виде возникающих информационных поводов, прямо или косвенно связанных с процессом его продвижения.

Процедура и методы. Концептуальным ядром исследования является коммуникативный подход, в рамках которого в силу специфики предмета анализа приоритетный интерес представляет направление символического интеракционизма. В качестве непосредственных методов выступают структурно-семиотический анализ и традиционный анализ документов.

Результаты. Установлено, что ретрансляция патриотического контента в сочетании с активной медийной поддержкой являются экзистенциальными характеристиками проекта SHAMAN, регулирующими его жизненный цикл в условиях выполнения социализирующей функции в период Специальной военной операции России на Украине.

Теоретическая и/или практическая значимость. Полученные результаты могут быть использованы в изучении и исследовании PR-технологий, а также в деятельности специалистов-практиков в области политической пропаганды.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

проект SHAMAN, массовая культура, политизация массовой культуры, политическая социализация, патриотизм, Специальная военная операция, информационный повод

ВВЕДЕНИЕ

В условиях масштабных социально-политических трансформаций содержание массовой культуры, потребляемое широкими социальными слоями, зачастую отражает актуальную повестку и тяготеет к выполнению социализирующей функции, что приводит к популяризации отдельных произведений и персоналий, претендующих на создание ассоциативного ряда с эпохой. На этом фоне возрастает вероятность возникновения

культурных феноменов, особенности генезиса которых определяются сочетанием факторов, способствующих политизации массовой культуры и её идеологическому обрамлению. Рост патриотических настроений в российском обществе, обусловленный последствиями начала Специальной военной операции (далее – СВО), выразившимися, в том числе, в попытках «отмены» русской культуры на Западе, рассматриваемой в отдельных исследованиях в качестве части стратегической коммуникации Запада [11], создал предпосылки для адаптации создателей произведений массовой культуры к актуальным реалиям, формируемым конкретными международно-политическими обстоятельствами.

Значительное распространение в объективно сложившихся исторических условиях получило творчество выступающего под псевдонимом SHAMAN певца Ярослава Дронова, содержащее интерпретацию в художественно-выразительной форме актуальной повестки в контексте её сочетания с официальным дискурсом. В настоящем исследовании SHAMAN рассматривается исключительно на уровне проекта, реализация которого наряду с получением коммерческой выгоды в качестве цели предполагает достижение эффекта социализации и укрепление гражданской идентичности, что свидетельствует о наличии идейно-политического компонента, ретранслируемого в массы путём выпуска и последующего распространения контента в виде патриотических песен, видеоклипов и концептуально продуманных концертных программ. Отличительным свойством проекта является внедрение в ход его практической реализации элементов ситуационного маркетинга, способствующих как достижению коммерческого эффекта, так и привлечению к нему внимания путём создания медийного ажиотажа, рассматриваемого в современной научной литературе в контексте исследования феномена «хайпа» [5], имеющего и обратную сторону в виде «хейта» и критики.

Основной исследовательский вопрос сводится к правомерности идентификации проекта SHAMAN как феномена массовой культуры в современной России. Само понятие «массовая культура» представляется полисемантическим, однако, если придерживаться позиции В. Г. Туркиной и Е. Л. Антоновой, данный факт не отрицает унификации подходов к определению её базовых черт; при этом подчёркивается, что массовая культура является «мобильной и «отзывчивой» на требования

сиюминутного момента, ... способствует социализации и жизнеустойчивости субъекта в ненадёжной и изменчивой социальной и культурной среде; ... способна формировать новые вкусы и стандарты поведения, удовлетворять художественные и эстетические потребности» [14, с. 29]. В контексте исследования представляют интерес работы, подчёркивающие инклюзивный характер массовой культуры, что предусматривает её проникновение и в политическую сферу [1], а также труды, посвящённые влиянию культурной политики на формирование поведенческих стереотипов и ценностей [10].

Таким образом, отталкиваясь от приведённого выше концепта, представляется обоснованным рассмотрение проекта SHAMAN в виде непосредственного частного элемента массовой культуры. Целевой аудиторией проекта является её патриотическая часть, принципиальный акцент в процессе его продвижения сделан на политизированность. Согласно мнению Е. В. Лядовой и Н. А. Омельченко, массовая культура, обращённая к политическому потребителю, транслирует набор определённых принципов и идей [8], на основании чего политизированность проекта SHAMAN рассматривается нами в качестве его экзистенциальной характеристики, регулирующей хронологические рамки его витальности в современной массовой культуре и практической востребованности аудиторией. Именно политизированность предопределяет динамику жизненного цикла проекта, и потеря им этого свойства будет означать его логическое завершение.

Теоретической основой исследования послужили труды представителей Франкфуртской школы и их последователей, в том числе М. Хоркхаймера и Т. Адорно [15], В. Беньямина [2], Г. Маркузе [9], а также работы Ж. Бодрийяра [4], в которых в рамках индустриальной парадигмы культура обладает свойством коммерциализации производимых ею продуктов, а в качестве потребителя последних выступают массы, становясь объектом манипулирования.

Методологическое ядро исследования составляет коммуникативный подход; в качестве методики выступает структурно-семиотический анализ в сочетании с традиционным анализом документов. В рамках коммуникативного подхода в контексте разработки выбранной темы приоритетное значение имеет направление символического интеракционизма [3]. Абстрактные символы, в числе которых находятся песни и иные

художественные произведения, проявляются в форме ретранслируемой информации, что позволяет рассматривать выбор подхода как обоснованный, с учётом характеристики предметной составляющей исследования. Использование структурно-семиотического анализа обосновано интерпретацией анализируемых видеоклипов как семиотических сообщений, обладающих признаками мультимодальности, аудиальный и визуальный компоненты которых последовательно рассматриваются в дальнейшем. Традиционный анализ документов применяется для исследования содержания и контекста материалов средств массовой информации, представляющих интерес в целях раскрытия темы. Эмпирическую базу составляют песни и видеоклипы, выпущенные в ходе реализации проекта SHAMAN, в которых раскрывается тематика патриотической направленности («Встанем», «Я русский», «Моя Россия», «Мой бой», «Мы», «Живой»), материалы средств массовой информации («Российская газета», «Московский Комсомолец», «Комсомольская правда» и других российских СМИ), вторичные данные (результаты социологических исследований ВЦИОМ по вопросу музыкальных предпочтений россиян). Специфика эмпирической базы исследования отличается мультимодальным характером за счёт включения в неё как текстовых, так и аудиовизуальных источников, перечисленных выше. В качестве критериев отбора песен и видеоклипов, составивших базу для анализа, выступает отражение в них тематики патриотической направленности и наличие фактов упоминаний о произведениях в материалах средств массовой информации, что способствует популяризации контента. Отбор материалов средств массовой информации и вторичных данных произведён с учётом специфики предмета исследования.

ТЕНДЕНЦИИ И ФАКТОРЫ ПОЛИТИЗАЦИИ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ ЭПОХИ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ

Первая четверть XXI в. характеризуется ростом влияния и нарастанием возможностей сферы массовой культуры в процессе политической социализации на фоне формирования новых каналов коммуникации и снижения авторитетности взаимодействия в рамках традиционных институтов, в том числе, в виде семьи и системы образования [7]. Так, появление лидеров общественного мнения (ЛОМов) в среде «селебрити», рас-

ширение каналов и возможностей ретрансляции их позиции в публичном дискурсе, а также посредством осуществления профессиональной деятельности способствуют процессу усвоения пропагандируемых ими ценностей целевой аудиторией. Особое значение при этом имеет тенденция внедрения последних в сознание посредством применения технологий рекламы и PR-продвижения [13].

На соответствующем фоне на первый план выходит технологическая оправданность применения ситуационного маркетинга, предполагающего использование реакции на информационный повод, способствующей популяризации коммерческого продукта. Для массовой культуры, в особенности в контексте её политизации, может отмечаться значение эффекта своевременности выхода в свет того или иного произведения в условиях создания волны медийного ажиотажа вокруг непосредственного события. Так, 12 апреля 2023 г., в День космонавтики, состоялась премьера фильма «Вызов», позиционированного как первый фильм, сцены для которого снимались в космосе профессиональными кинематографистами, подготовка к премьере сопровождалась рассчитанной на несколько лет рекламной кампанией. Направленность кинопроекта на повышение уровня престижа российской космической отрасли на фоне противостояния России и США отражает его политическое значение, что является демонстрацией политизации массовой культуры. Позиционирование продуктов и образов массовой культуры как инструментов «мягкой силы» прослеживается в рамках анализа фильма «Чебурашка», главный герой которого стал одним из символов СВО [6].

СВО целесообразно рассматривать в качестве фактора, стимулировавшего интерес к патриотическому контенту со стороны потребителей продуктов массовой культуры, создав условия для его коммерческого успеха. Кроме того, политизация массовой культуры эпохи СВО выражается в вовлечении её непосредственных проводников в процесс межгосударственного противостояния, что выражается во включении в государственные санкционные списки разделяющих патриотические настроения актёров, певцов, музыкантов. Расширение каналов коммуникации, и в особенности за счёт ресурсов мессенджера «Телеграм», позволяющего в качестве дополнительного функционала возможность ведения каналов в целях оперативной доставки информации и контента подписчикам, способствует

расширению степени представленности ЛОМов в информационном пространстве.

В контексте влияния конкретных единиц массовой культуры на политическое сознание индивида представляется правомерным наполнение произведений массовой культуры политическими идеями, что принято называть политической ангажированностью [8], понимаемой Ж.-П. Сартром как выражение вовлечённости общественного деятеля, занятие им определённой позиции по тому или иному общественному вопросу и трансляция этой позиции потребителю [12]. Экстраполируя концепт политической ангажированности на массовую культуру эпохи СВО, отметим, что в условиях поляризации социума патриотическая повестка представляется наиболее ёмко выраженной в произведениях массовой культуры, а отдельные её проводники и вовсе становятся культурными феноменами соответствующей эпохи.

ПРОЕКТ SHAMAN: ГЕНЕЗИС, СОДЕРЖАНИЕ, ТЕХНОЛОГИИ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ

Генезис и эволюция проекта SHAMAN прослеживаются путём реконструкции этапов его интеграции в культурную среду посредством анализа социально-политического значения ретранслируемых образцов музыкального творчества, отражающих специфику актуальной повестки и динамику общественных настроений.

Фактическим началом реализации проекта стал состоявшийся 23 февраля 2022 г. выход песни под названием «Встанем»¹, посвящённой памяти героев Великой Отечественной войны. Под воздействием начала на следующий день СВО изначально заложенный смысл произведения расширился, что проявилось в формировании ассоциативного ряда с реквиемом погибшим участникам боевых действий, в том числе и в современную эпоху. В результате массового распространения песни посредством цифровых площадок она получила широкую известность, параллельно с этим приобретая политическую коннотацию. Доказательством последнего утверждения могут послужить факты её исполнения в Совете Федерации РФ в марте 2022 г.; в программе «Вести недели» в июне 2022 г.; на

¹SHAMAN – ВСТАНЕМ (музыка и слова: SHAMAN) // RuTube. URL: <https://rutube.ru/video/b2d007427043b53bd994ccff41abaafa> (дата обращения: 17.08.2024).

гала-концерте, посвящённом 70-летию победы корейского народа в Отечественной освободительной войне, состоявшемся в Пхеньяне 27 июля 2023 г. В последнем указанном случае песня была исполнена корейкой на русском языке в присутствии Президента РФ В. В. Путина, находившегося в это время в КНДР с официальным визитом. В ноябре 2022 г. на песню был выпущен клип, видеоряд которого содержал кадры хроники СВО, а само произведение исполнялось уже не только SHAMAN, но и другими звездами эстрады. Таким образом, можно констатировать факт создания в сознании ассоциативного ряда, направленного на формирование преемственности современных событий на Украине с историей ВОВ.

Выход в свет 22 июля 2022 г. сингла «Я русский»², впоследствии ставшего визитной карточкой проекта, вызвал большой ажиотаж, а самому произведению за два дня удалось набрать 2 млн просмотров на видеохостинге «YouTube» (иностранный владелец ресурса нарушает закон РФ). Именно с его появлением можно констатировать закрепление в качестве содержательной основы проекта устойчивой патриотической коннотации. Согласно заявлению самого автора песни Я. Дронова, для него она является «отражением естественного состояния души с самого рождения»³. Появление трека и его дальнейшее продвижение, в том числе посредством цифровых площадок, совпали по времени с обострением русофобских настроений в недружественных государствах, что за счёт характерных для произведения смысловых акцентов и средств художественной выразительности на технологическом уровне можно рассматривать в качестве способа достижения эффекта, выраженного в подъёме национального духа, осознании гордости за принадлежность к нации в широкой аудитории, ставшей адресатом песни. Так, силу убеждающего воздействия имеют строки припева «Я русский, я иду до конца! / Я русский, моя кровь от Отца, / Я русский, и мне повезло, / Я русский всему миру на зло», в котором делается смысловой акцент на устойчивости русского народа к любым испытаниям и подчёркивается зна-

² SHAMAN – Я РУССКИЙ (музыка и слова: SHAMAN) // RuTube. URL: <https://rutube.ru/video/8fc8a5eba0b91943ff9ccb26f575019e> (дата обращения: 17.08.2024).

³ Певец SHAMAN ответил Ксении Собчак про патриотизм // Московский комсомолец: [сайт]. [28.07.2022]. URL: <https://www.mk.ru/social/2022/07/28/pevec-shaman-otvetil-ksenii-sobchak-pro-patriotizm.html> (дата обращения: 12.07.2024).

чимость элементов Божественного провидения в отношении к России, когда строка «Моя кровь от Отца» сопровождается колокольным звоном. Содержание посылы, заложенного в текст, подчёркнуто отражает ценность свободы, ассоциируемой с Россией, что проявляется в аналогии собирательного образа русского с вольным ветром.

В качестве кульминации процесса публичного позиционирования проекта следует рассматривать концертную программу «Я русский», в которую вошли песни патриотического содержания, в том числе «Мы», «Моя Россия», «Мой бой» и др. Отдельные элементы программы можно трактовать на символическом уровне. Так, примечательным представляется постановочный эпизод с нажатием красной кнопки, размещённой в вынесенном на сцену чемоданчике в рамках концерта в Санкт-Петербурге в 2023 г. в завершении исполнения песни «Я русский».

Динамика популяризации проекта SHAMAN сопряжена с информационными поводами различного характера. В качестве них могут выступать: поводы, создаваемые командой проекта; поводы, генерируемые внешними наблюдателями; событийные поводы (в том числе связанные с выходом новых песен и клипов).

Первую категорию информационных поводов характеризует технологичность, они создаются намеренно для поддержания интереса к проекту. В качестве одного из примеров такого повода можно рассматривать появление в июле 2024 г. на официальном сайте SHAMAN, а также на билбордах анонса, содержащего написанные красным слова «Победа!» и «Скоро» на чёрном фоне, между которыми белыми буквами располагается название проекта SHAMAN. В канун 79-летия Победы в Великой Отечественной войне Я. Дронов на своих концертах и в публичных выступлениях заявил о своей уверенности, что совсем скоро мы будем праздновать ещё одну Победу⁴, что спровоцировало невольные ассоциации с ожидаемой победой в СВО. На самом же деле речь шла о предполагаемой программе с одноимённым названием, премьера которой состоялась в День российского флага, 22 августа 2024 г., на Красной площади в Москве. Премьере концертной программы предшествова-

⁴ «Скоро мы будем праздновать ещё одну победу»: SHAMAN навестил бойцов СВО // NEWS.RU. [08.05.2024]. URL: <https://news.ru/show-business/skoro-my-budem-eshe-odnu-pobedu-shaman-priehal-v-gospital-k-bojcam-svo> (дата обращения: 12.07.2024).

ла начатая спустя два месяца после анонса активная рекламная кампания. Принимая во внимание посыл, заложенный в создании информационного повода, ставка была сделана на свойственный стратегии продвижения проекта ситуационный маркетинг. В телеграм-канале SHAMAN пост с афишей, сопровождаемый комментарием «Ждать осталось недолго», был опубликован 2 июля 2024 г. на фоне актуализации новой волны обсуждения путей локализации ситуации на Украине и продвижения российских войск по линии фронта.

Говоря об информационных поводах, генерируемых внешними наблюдателями, необходимо отметить, что преимущественно они в действительности имеют сторонний источник возникновения, однако в дальнейшем могут подхватываться командой проекта и преломляться под определённым углом в целях его дальнейшего продвижения или опровержения. Эти информационные поводы целесообразно разделить на две категории. К первой из них мы относим поводы, запускаемые третьими лицами, которые, в частности, в своих комментариях или интервью упоминают в том или ином контексте проект SHAMAN; ко второй – потенциально фейковые новости, прямо или косвенно связанные с реализацией проекта, а также с творческой и общественной деятельностью ассоциируемого с ним лица.

В рамках первой категории можно рассматривать серию публикаций, где SHAMAN обвиняют в так называемом коммерческом патриотизме⁵, соотносимом с неискренностью и получением денежного вознаграждения за выступления. Ранее мы уже упоминали, что SHAMAN как проект имеет коммерческую природу, что в целом соответствует индустриальной парадигме массовой культуры, составляющей теоретическую основу настоящего исследования, ввиду чего сам факт коммерциализации с научной точки зрения представляется вполне объяснимым и не отрицает претензии на феноменальность. В то же время подобные сообщения в СМИ отличаются сугубо конъюнктурной природой и ориентированы на критику проекта, ответом на которую становится количество просмотров видео композициями на различных хостингах. Так, со слов самого Я. Дронова, искусственно добиться успеха, показателем кото-

⁵ SHAMAN: коммерческий патриот или феномен? И почему «певца года» нет в топах музыкальных сервисов // Daily Moscow: [сайт]. [26.12.2023]. URL: <https://dailymoscow.ru/polit/shaman-proekt-kommercheskogo-patriotizma-ili-fenomen> (дата обращения: 12.07.2024).

рого является просмотр 40 млн раз видео с песней «Встанем» за год, попросту невозможно⁶.

В то же время на контрасте значимыми выглядят публичные упоминания о SHAMAN со стороны государственных и политических деятелей. Так, в ноябре 2023 г. Председатель Совета Федерации РФ В. И. Матвиенко назвала SHAMAN талантливym артистом, чьи проникновенные песни наполнены любовью к Родине, отзываясь о его выступлении в День народного единства на Международной выставке-форуме «Россия» на ВДНХ⁷. Примечательно, что месяцем позже SHAMAN выступил с небольшой частью своего патриотического репертуара на широко освещаемом в СМИ торжественном мероприятии, посвящённом 30-летию Совета Федерации РФ, что стало прецедентом с учётом его проведения непосредственно в здании верхней палаты российского парламента. Годом ранее, в сентябре 2022 г., лидер фракции «Справедливая Россия – За правду» в нижней палате российского парламента С. Миронов обратился к Президенту РФ В. В. Путину с просьбой присвоить SHAMAN звание Заслуженного артиста Российской Федерации, назвав песни «Встанем» и «Я русский» гимнами СВО, а самого артиста – уникальным, отметив, что в России таких исполнителей больше нет⁸.

Что касается потенциально фейковых новостей, их тоже правомерно дифференцировать. Очевидно, что динамику популярности проекту придаёт любое упоминание, пусть даже и негативное, поскольку оно опровергается командой проекта, привлекая тем самым дополнительный интерес путём интеграции в новостную повестку. Так, в начале июля 2024 г. в сети появилась база покинувших страну россиян после начала СВО, объявления частичной мобилизации и неудавшейся попытки вооружённого мятежа Е. Пригожина, в которой среди уехавших за пределы России после объявления мобилизации значилось имя Я. Дронова. Командой артиста фейк был опровергнут пу-

⁶ Певец SHAMAN ответил на обвинения в коммерческом патриотизме // Vesti.ru. [13.05.2023]. URL: <https://amp.vesti.ru/television/article/3246463> (дата обращения: 12.07.2024).

⁷ Гончарук Д. Матвиенко видит будущее России за такими артистами, как SHAMAN // Российская газета: [сайт]. [06.11.2023]. URL: <https://rg.ru/2023/11/06/matvienko-vidit-budushchee-rossii-za-takimi-artistami-kak-shaman.html> (дата обращения: 12.07.2024).

⁸ Путина просят присвоить SHAMAN звание заслуженного артиста РФ // LIFE.RU: [сайт]. [19.09.2022]. URL: <https://life.ru/p/152472> (дата обращения: 12.07.2024).

тём предоставления информации о гастрольном графике певца. В то же время не отрицалось, что после указанного события SHAMAN в действительности покидал пределы Российской Федерации и давал концерты в Республике Беларусь.

Альтернативным примером является другая фактическая разновидность фейка, построенная на приписывании конкретных слов и фраз определённой персоне в целях создания хайпа. В декабре 2023 г. СМИ опубликовали информацию, что известный певец Л. Агутин на концерте-съёмке телепрограммы «Песня года» отказался выходить с SHAMAN на одну сцену, заявив, что «петь с ним [SHAMAN] – это словно пропахнуть беляшами в кремлёвской столовой», однако позднее на официальном сайте Л. Агутина было опубликовано официальное опровержение⁹. Подобную интерпретацию возможно рассматривать в виде логического продолжения сделанного накануне заявления владельца Русской медиагруппы В. Киселёва о том, что очень многие артисты при условии, что на сборном концерте будет SHAMAN, тут же отказываются выступать, объясняя это неискренностью и кремлёвской природой продукта¹⁰. На этом фоне следует заметить, что В. Киселёв своих слов не опровергал, однако SHAMAN активно участвует в сборных концертах наряду с другими артистами.

Характерным примером событийного информационного повода являются случаи проникновения упоминаний о SHAMAN в новостную повестку естественным, не моделируемым технологически путём и реакции на эти события. Так, характерна идентичная реакция на включение артиста в санкционный список Евросоюза и блокировку его канала на нарушающем законодательство Российской Федерации видеохостинге «YouTube». Причина указанных событий объясняется им тем, что он – русский¹¹. В целом экспликация соответствует моделиру-

⁹ Агутин опроверг отказ выступать на одной сцене с SHAMAN // Радио 1: [сайт]. [28.12.2023]. URL: <https://radio1.ru/news/shou-biznes/agutin-oproverg-novost-ob-otkaze-visitpat-na-odnoi-stsene-s-shaman> (дата обращения: 12.07.2024).

¹⁰ Белоусов Е. «Это абсолютно кремлевский продукт»: Киселев назвал SHAMAN нерукопожатным // VM.RU. [30.11.2023]. URL: <https://vm.ru/news/1097499-eto-absolyutno-kremlevskij-produkt-kiselev-nazval-shaman-nerukopozhatnym> (дата обращения: 12.07.2024).

¹¹ «Потому что я – русский»: SHAMAN прокомментировал европейские санкции против него // МК.RU. [24.06.2024]. URL: <https://www.mk.ru/social/2024/06/24/potomu-chto-ya-russkiy-shaman-prokommentiroval-evropeyskie-sankcii-protiv-nego.html> (дата обращения: 12.07.2024); «Потому что я – русский»: SHAMAN отреагировал на блокировку YouTube-канала // РИА Новости: [сайт]. [04.07.2024]. URL: <https://ria.ru/20240704/shaman-1957503430.html> (дата обращения: 12.07.2024).

емому образу и концепции проекта. Кроме того, фиксируется большое количество публикаций, освещающих общественную деятельность артиста, связанную, в том числе, с его поездками в зону проведения СВО, выступлениями в госпиталях, что поддерживает имидж, предполагаемый идеологией проекта.

Отдельное значение в части продвижения проекта имеют реакции на внешние события, что на технологическом уровне дополнительно подтверждает тезис о приоритете применения технологий ситуационного маркетинга в целях привлечения внимания аудитории. 22 марта 2024 г., в день совершения террористического акта в концертном зале «Крокус Сити Холл», артист записал видеообращение со словами соболезнования и осуждением варварского преступления, а несколькими днями позже, в общенациональный день траура, выпустил песню «Реквием 22.03.24»¹², посвящённую памяти жертв теракта. Отметим, что настолько последовательная и оперативная реакция, дополненная творческим элементом в виде песни, посвящённой актуальному событию, направлены на формирование у публики эмоционального отклика.

Итогом проведения артистом благотворительного тура по Новороссии стал выход песни «Мой бой»¹³ и одноимённого видеоклипа, позиционируемого как клип, снятый в соответствующих условиях, а именно в зоне проведения СВО. Непосредственными героями клипа стали военнослужащие Вооружённых сил Российской Федерации, а грамотное позиционирование новинки, появившейся в сети в июле 2023 г., обеспечило ей популярность и дополнительное внимание. Видеоряд клипа способствует генерации мощной по силе эмоционального воздействия ответной реакции со стороны аудитории, содержит документальные кадры из зоны СВО, в которых присутствуют образы военных, врачей и местных жителей, а также фрагменты съёмки выступлений SHAMAN в Мариуполе, Луганске, Геническе, Снежном и Краснодаре. При этом следует отметить, что реакции на новую песню оказались весьма противоречивыми. Так, по мнению музыкального критика П. Рудченко, песня об-

¹² SHAMAN – РЕКВИЕМ 22.03.24 (музыка и слова: SHAMAN) // RuTube. URL: <https://rutube.ru/video/8ba3c52f0c02b2c60f1524373ffa9da2> (дата обращения: 17.08.2024).

¹³ SHAMAN – МОЙ БОЙ (музыка и слова: SHAMAN) // VK Видео. URL: https://vk.com/video/@shaman_me?z=video-197420428_456246330%2FpL-197420428_-2 (дата обращения: 17.08.2024).

ладает признаками «хитовости»¹⁴, а глава Новосибирского совета отцов С. Майоров охарактеризовал её как «трогательную и героическую историю наших людей, которые не сдаются и защищают нашу страну, отстаивают честь и правду»¹⁵. Наряду с восторженными комментариями простых потребителей контента («дрожь в руках», «ком в горле», «мурашки по коже»...) выпущенная SHAMAN новинка получила своеобразную интерпретацию преимущественно со стороны представителей ЛГБТ-сообщества (международное общественное движение ЛГБТ признано экстремистским и запрещено в Российской Федерации), построенную на идентичном звучании слова «бой» в русском языке и перевода слова «мальчик» на английский (англ. – boy), на основании чего строки «Это мой бой – до последнего вдоха! / Мой бой – даже если плохо! / Мой бой – пока не гаснет огонь, / бьётся сердце, и я живой!» понимаются в извращённой коннотации.

Отдельные пользователи увидели в названии клипа и вовсе неоднозначные параллели, переведши его название на немецкий язык как «Mein Kampf», что тождественно оригинальному названию запрещённой к распространению на территории Российской Федерации, признанной образцом экстремистской литературы книги А. Гитлера, и обвинив артиста в заигрывании с гитлеризмом. На этом фоне следует отметить, что название книги обычно переводится как «Моя борьба», что представляется более точным в целях демонстрации динамического процесса. На этом основании попытки обвинить SHAMAN в заигрывании с гитлеризмом можно квалифицировать как политически мотивированные и не имеющие чёткой аргументации. Для полноты картины отметим, что подобная реакция на песню «Мой бой» может рассматриваться как логическое продолжение серии схожих по своему содержанию откликов на произведения «Я русский» и «Мы».

Так, в феврале 2023 г. житель Тульской области обратился в правоохранительные органы с заявлением о том, что песня

¹⁴ Критик указал на «хитовость» нового клипа певца SHAMAN «Мой бой» // Москва 24: [сайт]. [21.07.2023]. URL: <https://www.m24.ru/news/shou-biznes/21072023/600347> (дата обращения: 12.07.2024).

¹⁵ Кононова Ю. Глава Новосибирского совета отцов Сергей Майоров оценил клип певца SHAMAN «Мой бой» // Телеканал Царьград. Новосибирск: [сайт]. [25.07.2023]. URL: https://nsk.tsargrad.tv/news/glava-novosibirskogo-soveta-otcov-sergej-majorov-ocenil-klip-pevca-shaman-moj-boj_832755 (дата обращения: 12.07.2024).

«Я русский» – экстремистская и разжигает межнациональную рознь, после чего Я. Дронову пришлось написать объяснение, в котором он заявил, что песню «знают, любят и поют представители совершенно разных национальностей», живущих в России, и для каждого из них фраза «Я русский» означает принадлежность к общей истории, культуре и духовное родство с теми, кто «считает Россию своей Родиной»¹⁶. В объяснении также было отмечено, что песня прошла все необходимые проверки до публикации на российских музыкальных платформах и перед трансляцией в эфире ведущих федеральных телеканалов России. Представляется символичным, что заявление было подано накануне премьеры концертной программы «Я русский». Помимо прочего, данный факт может быть рассмотрен в качестве технологии повышения внимания к событию.

Что касается клипа «Мы», он был выпущен в 2023 г. в двух версиях. Появление первой версии оказалось приурочено к отмечаемому 12 апреля Дню Космонавтики¹⁷. В сочетании с мотивирующим текстом песни видеоряд способствует формированию чувства гордости и единения, стремления у представителей молодёжи к продуктивной работе во благо государства посредством чередования образов, олицетворяющих достижения успехов подрастающего поколения. Главными героями клипа стали дети, добившиеся феноменальных результатов. Произведение ориентировано на целевую аудиторию в виде подростков и выполняет заложенную в него социализирующую функцию, соответствующую стилистике и социально-политическому значению реализуемого проекта. В тексте песни при этом фигурируют знаковые фразы, на которые делаются интонационное и смысловое ударения. В частности, речь идёт о таких текстовых фрагментах, как «никогда никому не сломить», «не живём на коленях», «правда и сила за нами», «гордо все переживёт наш народ», сочетание которых с местоимением «мы» превращает песню в мощный инструмент пропагандистского воздействия, востребованный в условиях моделирования идеологического конструкта новой России. В то же время родительский комитет Нижегородской области раскры-

¹⁶ Старцев В. Песню Шамана «Я русский» посчитали экстремистской. Артист объяснил, почему это не так // NGS.RU. [27.02.2023]. URL: <https://ngs.ru/text/culture/2023/02/27/72092921> (дата обращения: 12.07.2024).

¹⁷ SHAMAN – Мы (музыка и слова: SHAMAN) // RuTube. URL: <https://rutube.ru/video/4c60115fa966bedf3b73ccec07d6edf3/?ysclid=lzxswwksrq100060741> (дата обращения: 17.08.2024).

тиковал клип, увидев в нём безэмоциональных детей, одетых в одинаковую тёмную униформу, противостоящих родителям, и сравнил используемый подход с приёмами, используемыми «отпетыми ювенальщиками»¹⁸.

Не меньше противоречий вызвала вторая версия видеоклипа «Мы», вышедшая 20 апреля 2023 г.¹⁹. На протяжении всего клипа артист идёт по брусчатке Красной площади в окружении толпы людей и поёт соответствующую песню, при этом по ходу сюжета демонстрируются находящиеся в непосредственной близости достопримечательности, в том числе Кремль, Исторический музей, ГУМ, Храм Василия Блаженного. Неосложнённый сюжет отличается заложенным в него символизмом, клип снят одним дублем без склеек и монтажа и, по мнению самого артиста, отвечает главной задумке – показать единство народа. Критики же обратили внимание на то, что премьера видео состоялась в день рождения А. Гитлера, костюм и причёска артиста якобы напоминают образ нацистского штурмовика, а на шее и вовсе разглядели протестантский крест.

18 января 2024 г. вышли песня и видеоклип «Живой»²⁰, посвящённые всем, кто пострадал за правду. Согласно сюжету артист предстаёт в образе узника, которого ведут на казнь, но в финале он оживает, не отказавшись от своих убеждений. Текст песни воспеваает героизм, подвиги и победу, что воплощается в строках «Живой, / Скажи своё имя, герой, / Ты, непокорённый судьбой, / С победой вернулся домой, / Живой...». Неофициальные версии клипа на песню «Живой», распространившиеся в интернете, посвящены героям СВО. Между тем в социальных сетях распространились версии, что SHAMAN поёт о внесённом Росфинмониторингом в Перечень террористов и экстремистов оппозиционере А. Навальном, что впоследствии было опровергнуто. Авторы и сторонники неверного предположения аргументировали свою позицию тем, что А. Навальный вернулся после лечения в Германии в Москву, где был впослед-

¹⁸ Швыркаева И. Нижегородские родители возмутились клипом Шамана «Мы» // Комсомольская правда в Нижнем Новгороде // KP.RU. [19.04.2023]. URL: <https://www.nnov.kp.ru/online/news/5233478> (дата обращения: 12.07.2024).

¹⁹ SHAMAN – МЫ (Красная площадь) // VK Видео. URL: https://vk.com/video-29622095_456245513?ysclid=lzxt42ge5i857530912 (дата обращения: 17.08.2024).

²⁰ SHAMAN – ЖИВОЙ (музыка и слова: SHAMAN) // VKВидео: [сайт]. URL: https://vk.com/video-197420428_456246324?ysclid=lzxt796w7w632441978 (дата обращения: 17.08.2024).

ствии задержан, рейсом авиакомпании «Победа», трактуя таким образом строчку «С победой вернулся домой», а клип официально вышел ровно через три года и один день после этого события. Автор рецензии на клип, подготовленной для ИА ИнтерМедиа, А. Мажаев отмечает наличие определённого диссонанса между текстом песни и образом, интегрированным в сюжет клипа, предполагая, что, несмотря на то, что SHAMAN публично отрестился от поддержки политзаключенных, это не помешает зрителям увидеть в клипе те смыслы, которые в него изначально не закладывались авторами²¹. Впрочем, как демонстрируют результаты проведённого анализа, поиск двойного смысла свойственен для определённой части публики в отношении большинства творческих продуктов, выпускаемых в том числе и в процессе реализации проекта SHAMAN.

Представляется примечательным фактом, что песни патристического содержания, выпускаемые SHAMAN, находят своё продолжение в детском школьном творчестве в рамках занятий по музыке и хореографии. Так, учащиеся 2«Д» класса севастопольской школы «ЭКОТЕХ+» при помощи своих учителей сняли свой клип на песню «Моя Россия». Дети в клипе танцуют на фоне летнего моря и охраняющих Крымский полуостров кораблей Черноморского флота под строки: «Там, где живет душа, / Там, где легко дышать, / И дарят свет места родные, / Сердце я не предаю, / Знаю, я всё отдам, / Чтобы жила моя Россия!»²², а школьники из мордовского села Рузаевка спели эту песню на обычном уроке пения²³. Указанные факты свидетельствуют о социализирующей функции творчества SHAMAN в отношении подрастающего поколения в части формирования чувства гордости за свою страну.

Отдельно стоит отметить события, используемые командой проекта для его дополнительного PR. Так, 30 сентября 2022 г. на Красной площади в Москве прошёл митинг-концерт «Выбор

²¹ Мажаев А. Рецензия на клип: SHAMAN – «Живой». Приглашение на казнь // ИА ИнтерМедиа: [сайт]. [22.01.2024]. URL: <https://www.intermedia.ru/news/383776> (дата обращения: 12.07.2024).

²² Емельянова Н. Школьники из Севастополя сняли клип на песню SHAMAN «Моя Россия» // Аргументы и факты. Крым: [сайт]. [15.01.2024]. URL: https://krym.aif.ru/society/shkolniki_iz_sevastopolya_snyali_klip_na_pesnyu_shaman_moja_rossiya (дата посещения: 12.07.2024).

²³ Зотикова В. SHAMAN похвалил мордовских школьников, исполнивших его хит на уроке пения // Российская газета: [сайт]. [10.04.2023]. URL: <https://rg.ru/2023/04/10/reg-pfo/shaman-pohvalil-mordovskih-shkolnikov-ispolnivshih-ego-hit-na-uroke-peniia.html> (дата обращения: 12.07.2024).

людей: Вместе навсегда!», собравший более 100 тыс. зрителей и посвящённый вхождению в состав Российской Федерации ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областей, на котором, в том числе, выступил SHAMAN. В заключительной части торжественного мероприятия во время исполнения SHAMAN гимна России на сцене находился Президент РФ В. В. Путин, а также другие артисты. Командой проекта данный случай был преподнесён в качестве дуэтного исполнения, о котором невозможно было мечтать.

В декабре 2023 г. SHAMAN заявил о том, что дал согласие быть доверенным лицом кандидата в Президенты Российской Федерации В. В. Путина, одновременно выложив видео, на котором он подписывает соответствующее заявление. В день инаугурации Президента Российской Федерации во время концерта в Раменском артист поздравил всех зрителей с этим событием со сцены. Интеграция селебрити в политику является довольно распространённой технологией, однако в контексте стилистики проекта представляется характерным активное использование соответствующего информационного повода непосредственно его командой в целях поддержания устоявшегося в массовом сознании образа разделяющего патриотические взгляды и имеющего соответствующий репертуар певца.

По итогам 2023 г. SHAMAN был признан лучшим певцом среди эстрадных исполнителей-мужчин, согласно результатам исследования ВЦИОМ, проведённого в партнёрстве с премией «Народная марка» в сентябре 2023 г., с результатом в 33%²⁴. В январе 2024 г. генеральный директор ВЦИОМ В. Фёдоров назвал в своём интервью SHAMAN певцом номер один, рассуждая о трансформации культурной элиты России эпохи СВО²⁵, а по результатам опроса ВЦИОМ о музыкальных предпочтениях россиян, результаты которого опубликованы в мае 2024 г., SHAMAN возводится на уровень музыкального жанра наряду с роком, классической музыкой, народной музыкой, рэпом и другими музыкальными направлениями²⁶. Указанный факт

²⁴ Лидеры российской эстрады – 2023 // ВЦИОМ: [сайт]. [02.10.2023]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/lidery-rossiiskoi-ehstrady-2023> (дата обращения: 12.07.2024).

²⁵ Вандышева О. Валерий Фёдоров: «Уставшие, нелояльные, прозападные элитарии отползают» // Бизнес Online. [14.01.2024]. URL: <https://m.business-gazeta.ru/article/619748> (дата обращения: 12.07.2024).

²⁶ Музыка нас связала! // ВЦИОМ: [сайт]. [23.05.2024]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/muzyka-nas-svjazala> (дата обращения: 12.07.2024).

дополнительно подтверждает правомочность идентификации проекта SHAMAN как явления в массовой культуре современной России.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Согласно результатам проведённого исследования констатируется подтверждение исключительного доминирования политизированности в сочетании с эффектом постоянного медийного присутствия путём создания и использования актуальных информационных поводов в качестве экзистенциальных характеристик проекта SHAMAN. Динамика популяризации проекта объясняется тематическими прямыми и косвенными ассоциациями с политическими событиями, процессами и явлениями, отображёнными в его творческой составляющей, мнениях и оценках представителей политической и культурной элит, а также целевой аудитории. Выявленные и проанализированные выше критические суждения в своём основании имеют преимущественно технологическую природу и политический оттенок, что становится показателем общественного резонанса, вызываемого проектом.

Проект SHAMAN как феномен массовой культуры по результатам проведённого исследования определяется как чувствительный к социально-политической конъюнктуре и в то же время отражает массовые настроения и социальный запрос, что, в том числе, подтверждается относительной успешностью применения технологий ситуационного маркетинга в его продвижении, материализуясь в отклике со стороны аудитории. Критической точкой в развитии проекта, потенциально приводящей к потере интереса к нему, определяется перспективный отказ от выпуска песен, клипов и концертных программ патриотического содержания и выбор в качестве приоритетного направления любовной лирики. В результате этого проект, с высокой долей вероятности, утратит свою уникальность, предопределяемую конкретными пространственно-временными условиями его возникновения. Жизнеспособность проекта определяют его интегрированность в актуальный социально-политический контекст и активная медийная поддержка.

Политическое значение проекта SHAMAN заключается в выполняемой им функции социализации, что способствует оказанию убеждающего воздействия на целевую аудиторию

в качестве лидера мнения, и в том числе на её молодежный сегмент. Последнее, в частности, проявляется в фактах обращения к выпускаемому в рамках реализации проекта контенту в детском творчестве. Популярность проекта, обусловленная отражением запросов со стороны аудитории и его позиционированием в политическом мейнстриме, формируемом под воздействием СВО, в обозримой перспективе может привести к выдвижению Я. Дронова, выступающего под творческим псевдонимом SHAMAN, в качестве кандидата в депутаты Государственной Думы Российской Федерации. В пользу сделанного предположения о перспективе политической карьеры артиста свидетельствует совокупность проанализированных в ходе исследования фактов, его тесной интеграции в соответствующие повестку и практики. Подобная трансформация проекта выглядит довольно логичной и может быть рассмотрена в качестве альтернативы прекращению его жизненного цикла по причине потенциальной потери свойства политизированности вследствие гипотетического отказа от патриотической тематики в реализации творческой составляющей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арефьев М. А., Давыденкова А. Г. Массовая культура как доминантная культура глобализирующегося общества // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2015. Т. 206. С. 190–196.
2. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости / пер. с нем. М.: Медиум, 1996. 316 с.
3. Блумер Г. Символический интеракционизм / пер. с англ. М.: Элементарные формы, 2017. 346 с.
4. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр. Е. Самарской. М.: АСТ, 2020. 320 с.
5. Ежов Д. А. Выборы в условиях шоуизации: технологии и социальные последствия // Вестник Института социологии. 2018. Т. 9. №2. С. 130–144.
6. Ежов Д. А., Калинин Д. М. «Мягкая сила» современного российского кинематографа в контексте политизации хайпа // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2023. №2. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 14.09.2024).

7. Кузнецов И. И., Куликова Е. В., Петрова Ю. В. Массовая культура как среда политической социализации молодежи // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2022. Т. 15. №5. С. 68–88.
8. Лядова Е. В., Омельченко Н. А. Политический смысл массовой культуры как инструмента воздействия на гражданское общество // PolitBook. 2022. №1. С. 55–75.
9. Маркузе Г. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / пер. с англ. А. Юдина. М.: АСТ, 2002. 526 с.
10. Петрова И. К. Массовая культура и государственный патернализм: о воздействии культурной политики на формирование поведенческих стереотипов и ценностей // Общество и экономика. 2020. №12. С. 56–73.
11. Салиева Л. К., Арутюнова-Ястребкова Э. А., Цеппи А. «Отмена русской / российской культуры»: культура отмены или антибрендинг России // Российская школа связей с общественностью. 2023. №30. С. 44–72.
12. Сартр Ж.-П. Что такое литература? / пер. с фр. Н. И. Полторацкой. СПб.: Алетейя, 2000. 466 с.
13. Тульчинский Г. Л. Маркетинг и массовая культура // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2006. №2. С. 54–66.
14. Туркина В. Г., Антонова Е. Л. Массовая культура в ее современных феноменах // Наука. Искусство. Культура. 2019. №3. С. 28–44.
15. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / пер. с нем. М. Кузнецова. М.; СПб.: Медиум: Ювента, 1997. 312 с.

ARTICLE INFORMATION

Author

Dmitriy A. Ezhov

- e-mail: president@lenta.ru,
Cand. Sci. (Political Sciences), Assoc. Prof., Department of Political Sciences, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation Leningradsky pr-t 49/2, Moscow 125167, Russian Federation

For citation

Ezhov D. A. The SHAMAN project in the context of the politicization of the mass culture of the era of the special military operation. In: Russian Social and Humanitarian Journal, 2025, no. 1.

Available at: www.evestnik-mgou.ru

Abstract

Aim. To substantiate the legitimacy of identifying the SHAMAN project as a phenomenon of mass culture in modern Russia by analyzing its creative component in the form of songs, videos and conceptual concert programs in combination with the surrounding news background in the form of emerging information events directly or indirectly related to the process of its promotion.

Methodology. The conceptual core of the research is a communicative approach, in which, due to the specifics of the subject of analysis, the direction of symbolic interactionism is of priority interest. The direct methods are structural semiotic analysis and traditional document analysis.

Results. It is established that the retransmission of patriotic content in combination with active media support is the existential feature of the SHAMAN project, regulating its life cycle in conditions of performing a socializing function during the Special Military Operation of Russia in Ukraine.

Research implications. The results obtained can be used in the study and research of PR technologies; as well as in the activities of practitioners in the field of political propaganda.

Keywords

SHAMAN project, mass culture, politicization of mass culture, political socialization, patriotism, special military operation, informational reason

References

1. Arefyev, M. A. & Davydenkova, A. G. (2015). Mass culture as the dominant culture globalizing society. In: *Proceedings of the St. Petersburg State Institute of Culture*, vol. 206, 190–196 (in Russ.).
2. Benjamin, W. (2016). *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Moscow: Medium Publ. (in Russ.).
3. Blumer, H. (2017). *Symbolic interactionism*. Moscow: Elementarnye formy Publ. (in Russ.).
4. Baudrillard J. (2020). *La société de consommation: ses mythes et ses structures*. Moscow: AST Publ. (in Russ.).
5. Ezhov, D. A. (2018). Show-oriented elections: the technologies and social consequences. In: *Bulletin of the Institute of Sociology*, 9, 2, 130–144 (in Russ.).
6. Ezhov, D. A. & Kalinin, D. M. (2023). "Soft power" of modern Russian cinema in the context of hype politicization. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2. URL: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 14.09.2024). (in Russ.).
7. Kuznetsov, I. I., Kulikova, E. V. & Petrova, Yu. V. (2022). Mass culture as a symbolic environment of the younger generation political socialization. In: *Outlines of global transformations: politics, economics, law*, 15, 5, 68–88 (in Russ.).
8. Lyadova, E. V. & Omelchenko, N. A. (2022). Political sense of mass culture as a tool for impact on civil society. In: *PolitBook*, 1, 55–75 (in Russ.).
9. Marcuse, H. (2002). *One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*. Moscow: AST Publ. (in Russ.).
10. Petrova, I. K. (2020). Popular culture and state paternalism: on the impact of culture policy on the formation of behavioral stereotypes and values. In: *Society and economics*, 12, 56–73 (in Russ.).
11. Salieva, L. K., Arutyunova-Yastrebkova, E. A. & Ceppi, A. (2023). "Cancellation of Russian culture": is it cancel culture or anti-branding of Russia? In: *Russian School of Public Relations*, 30, 44–72. (in Russ.).
12. Sartre, J.-P. (2000). *Qu'est-ce que la littérature?* St. Petersburg: Aleteya Publ. (in Russ.).
13. Tulchinsky, G. L. (2006). Marketing and mass culture. In: *Herald of the Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts*, 2, 54–66 (in Russ.).

14. Turkina, V. G. & Antonova, E. L. (2019). Mass culture in it's modern phenomens. In: *Science. Arts. Culture*, 3, pp. 28–44 (in Russ.).
15. Horkheimer, M. & Adorno, T. (1997). *Dialektik der Aufklärung: philosophische Fragmente*. Moscow, St. Petersburg: Medium Publ., Yuventa Publ. (in Russ.).