

С. А. Песьяков <https://orcid.org/0000-0003-3240-7705>**Наемничество как игра: феномен популярности «солдат удачи» в массовой культуре**

В настоящей статье автор рассматривает наемничество как явление, не только оставившее глубокий след в культурной традиции Европы, но и органично вошедшее в массовую культуру XX в. Целью исследования является попытка охватить наемничество с точки зрения междисциплинарного, философско-культурного основания явления, вычленив его из дискурса массовой культуры и найти причины популярности образа «солдата удачи» с помощью философского и культурологического концепта «игры». Игра возникает как искусственная система внутри объективной реальности, представляя собой особое пространство с моделированными условиями существования в нем. Кинематограф – наиболее очевидный инструмент для генерации такого рода реальности. Современный западный кинематограф как типичный продукт массовой культуры показал, что отношение общества к наемничеству колеблется от легкой заинтересованности до желания подражать. По мнению автора исследования, подобное стремление может быть связано с «игровой» атрибуцией данного явления, в которую входят следующие компоненты: свобода, возможность выбора, противопоставление обыденности, включенность из реальности, агональность (состязательность) игрового процесса, наличие партнеров, обязательность правил, непредсказуемость результата, самоидентификация и карнавальность. В исследовании автор постарался аргументировать данное суждение, приведя в пример несколько фильмов о наемничестве, связанных между собой общими этическими, ценностными, праксиологическими и эстетическими элементами игры. Речь идет об американских кинолентах «Команда «А»» (The A-Team, 2010) и «Неудержимые» (The Expendables, 2010), голландско-американской «Плоть + кровь» (Flesh+Blood, 1985), а также – российском минисериале «Ермак» (1996).

Ключевые слова: наемники, Игра, массовая культура, кинематограф, кинообразы, боевик, социальная философия, онтология, Хейзинга, Бодрийяр, Клаус, Homo Ludens.

S. A. Pesyakov

Mercenary as Game: a Phenomenon of «Soldiers of Fortune» Popularity in Mass Culture

In this article the author considers mercenary as a phenomenon that left not only a deep mark in the cultural tradition of Europe, but also organically included in the mass culture of the XX century. The purpose of the study is to attempt to cover mercenarism from the point of view of the interdisciplinary, philosophical and cultural basis of the phenomenon, allocate it in the discourse of mass culture and find the reasons for the popularity of the image of the «soldier of fortune» using the philosophical and culturological concept of the Game. The Game arises as an artificial system inside objective reality, representing a special space with simulated conditions of existence in it. Cinema is the most obvious tool for generating this kind of reality. Modern Western cinema as a typical product of mass culture has shown that the attitude of society towards mercenarism ranges from a slight interest to a desire to emulate. According to the author of the study, such aspiration may be associated with the Game attribution of this phenomenon, which includes the following components: freedom, choice, opposition to ordinary, off from reality, agonal (competitive) gameplay, partners, binding rules, unpredictability result, self-identification and carnival. In this study the author tried to argue this proposition, citing as an example several films about mercenarism, interconnected by common ethical, value, praxeological and aesthetic elements of the Game. We are talking about American films «A-Team» (2010) and «The Expendables» (2010), the Dutch-American «Flesh + Blood» (1985), and also the Russian TV serial «Ermak» (1996).

Keywords: mercenaries, Game, mass culture, cinema, film images, fighter, social philosophy, ontology, Huizinga, Baudrillard, Claus, Homo Ludens.

Необходимо отметить, что наемничество обладает вполне определенным правовым статусом. В Российской Федерации действует статья Уголовного кодекса под номером 359 «Вербовка, обучение, финансирование или иное материальное обеспечение наемника, а равно его использование в вооруженном конфликте или военных действиях». Обвиняемому или обвиняемому по данной уголовной статье грозит срок от четырех до восьми лет. В международном правовом поле отношение к наемничеству и наемникам также конкретно: статья 47 Дополнительного протокола I к Женевским конвенциям 1949 г. и Конвенции

о запрещении вербовки, использования, финансирования и обучения наемников 1989 г. прямо осуждают найм людей для участия в вооруженных конфликтах за материальное вознаграждение [5, с. 570-658].

Автору представляется, что именно в Уголовном кодексе РФ сформулировано эталонное и наиболее простое определение термина «наемник». Так, наемником признается лицо, действующее в целях получения материального вознаграждения и не являющееся гражданином государства, участвующего в вооруженном конфликте или военных действиях, не проживающее постоянно на его территории, а также не являющееся

лицом, направленным для исполнения официальных обязанностей [9, с. 220-221].

Необходимо сразу оговориться, что речь в исследовании пойдет о наемничестве так называемого «западного типа», которое включает частные военные организации и целые компании, имеющие корни в позднесредневековых наемных корпорациях. Автор не рассматривает наемников «восточного типа» (боевики исламистских организаций, южноазиатские и латиноамериканские повстанческие отряды и т. д.), так как они не относятся к рассматриваемым объектам современной массовой культуры.

Институт наемничества традиционно принято изучать в рамках военно-политического и социально-экономического направлений историографии. При этом данное явление не только оставило глубокий след в культурной традиции Европы, но и органично интегрировалось в массовую культуру XX в. Целью исследования является попытка охватить наемничество с точки зрения междисциплинарного, философско-культурного основания явления, вычленив его из дискурса массовой культуры и найти причины популярности образа «солдата удачи» с помощью философского и культурологического концепта игры.

В дискурсе массовой культуры философский концепт Игры получил известность благодаря трудам именитых философов XIX и XX вв. – Й. Хейзинги, Ж. Бодрийяра, О. Финка, Х.-Г. Гадамера, К. Гросса, Л. Витгенштейна, М. Бахтина и др., которые определяли Игру как фундаментальную категорию общественного бытия. Несмотря на то, что указанные мыслители во многих частностях зачастую имели собственное онтологическое видение данного явления, можно выделить всеобщие признаваемые «игровые» атрибуты, такие как свобода, возможность выбора, противопоставление обыденности, выключенность из реальности, агональность (сопоставительность) игрового процесса, наличие партнеров, обязательность правил, непредсказуемость результата, самоидентификация и карнавальность [2, с. 10].

Об особой роли игры в культуре метко высказался Й. Хейзинга в своем главном труде «Homo ludens». Игра – сущностная характеристика, атрибут человека, наряду с разумностью и творчеством. Культура, по мнению философа, «возникает и развивается в игре» [6, с. 7]. Продолжая мысль философа, можно отметить, что и массовая культура также в фундаменте своем содержит игру в качестве своеобразного «хребта». В современную эпоху, когда эстетическое содержание особенно ярко спорит с утилитарностью обыденности, «игровое сознание» проявляет свою специфику. «Игра есть добровольное действие либо занятие, совершаемое внутри установленных границ места и времени по добровольно принятым, но абсолютно обязательным правилам с целью, заключенной в нем самом, сопровождаемое чувством напряжения

и радости, а также сознанием “иного бытия”, нежели “обыденная” жизнь» – именно это фраза Хейзинги лежит в принятом автором исследования взгляде на игру как явление [6, с. 41].

Игра – всеобъемлющая жизнь общества. В ее ареал вовлечены самые разные виды деятельности, в том числе социально-экономическая, неотъемлемой частью которой являются военные конфликты. И в данном ключе особенно ярко, благодаря явлениям массовой культуры, выделяются образы наемников. Стоит отметить, что речь идет не только о современных «солдатах удачи», но и об их более ранних предшественниках из эпохи Позднего Средневековья, Ренессанса и Нового времени.

Современный западный кинематограф как типичный продукт массовой культуры показал, что отношение общества к наемничеству колеблется от легкой заинтересованности до желания подражать. По мнению автора исследования, подобное стремление связано с «игровой» атрибуцией данного явления. Стоит отметить все более возрастающую «медиатизацию» игры, вовлекающей в себя не только кинематограф и другие виды визуального искусства, но и компьютерные игры. Об этом подробно пишет Я. О. Якуба: «Под термином “медиатизация” понимают процесс развития медиасферы и сопутствующий ему процесс трансформации традиционных культурных и социальных форм под воздействием средств массовой информации и коммуникации. Под медиасферой следует понимать сегодня всю искусственно созданную среду человеческой деятельности и общения, рассматриваемую содержательно (по отношению к ее форме – механической, физической или иной реализации в виде сетей коммуникаций или т. п.) как социокультурный феномен» [8, с. 226].

Сам Хейзинга утверждал, что «Закон и война, знание, техника и ремесла, как кажется, теряют контакт с игрою.» [7, с. 71]. Тем не менее автор исследования попытается обнаружить рудименты игровых атрибутов в наемничестве как объекте массовой культуры. Игра возникает как искусственная система внутри объективной реальности, представляя собой особое пространство с моделированными условиями существования в нем. Кинематограф – наиболее очевидный инструмент для генерации такого рода реальности.

В представленном исследовании автор постарался аргументировать данное суждение, приведя в пример несколько фильмов о наемничестве, связанных между собой общими этическими, ценностными, прагматическими, а главное – эстетическими элементами Игры. Речь идет о кинолентах «Команда «А»» (The A-Team, 2010), «Неудержимые» (The Expendables, 2010), «Плоть + кровь» (Flesh+Blood, 1985), а также отечественном минисериале «Ермак» (1996). Выбор именно этих фильмов среди огромного числа подобных продиктован их известностью и успешностью в прокате. Кроме

того, подборка связана с разными историческими периодами, в которых происходят события фильмов: если первые две киноленты рассказывают о боевых буднях современных американских наемников, то действия двух последних разворачиваются в XVI в. и происходят в Старом Свете.

Важнейшим игровым элементом является *свобода* и естественным образом реализуемая из нее возможность *выбора стороны*. В контексте наемничества право выбора выглядит очевидным. Наемник продает свои услуги той стороне, которая готова предложить больше денег; в отличие от служащего в регулярной армии, участвующего в тех или иных военных конфликтах всегда на одной стороне, представляющей государство, «солдат удачи» волен выбирать заказчика. Помимо этого, после окончания контракта наемник может завершить участие в боевых действиях, выйти из них или же продолжить, продлевая договоренность с заказчиком.

В кинематографе свобода как игровой элемент нередко обыгрывался в тематических фильмах. Зачастую свобода выбора связывается со значительным этическим компонентом: протагонисты-наемники не просто выбирают между заказчиками, но оказываются на распутье между «правой» и «неправой» сторонами конфликта. Так, в фильмах «Команда А» (реж. Д. Карнахан) и «Неудержимые» (реж. С. Сталлоне) отряды наемников полковника Ганнибала Смита (Лиам Нисон) и капитана Барни Росса (Сильвестр Сталлоне) выполняют заказы правительства США, выступая, тем самым, с патриотических позиций. В кинолентах подчеркивается моральная сторона выбора лидера наемников, наличие у него «высших ценностей», побеждающих выгоду как основной мотивационный фактор.

Создатели фильмов «Команда А» и «Неудержимые» сознательно подводят зрителя к пониманию той границы, что разделяет «сознательных наемников» и околоскриминальную группу, руководствующуюся жадной наживой. Наемники добровольно принимают американскую ценностную модель в качестве решающего фактора при выборе заказчика. Нечто подобное мы видим и в киноленте «Ермак» (реж. В. Краснопольский, В. Усков). Наемный отряд, возглавляемый Ермаком Тимофеевичем, находится в состоянии выбора между «вольной» жизнью казака и службой царю Ивану IV Грозному – при всей одиозности персонажа (как кинематографического, так и исторического), он ассоциируется с Русским царством и его государственными интересами.

Однако не всегда выбор, к которому приходят персонажи фильмов о наемниках, настолько однозначен. Капитан роты «солдат удачи» Мартин из киноленты «Плоть + Кровь» (реж. П. Верховен), будучи обманут своим заказчиком Арнольфони, оказывается перед дилеммой: вместе с отрядом отправиться на поиски нового хозяина, сохранив своеобразный правовой статус

наемника, или отомстить предавшему их барону. Будучи свободными в выборе, наемники встают на путь мести, тем самым пересекая этико-правовую границу ценностной модели феодального общества и становясь обыкновенными бандитами, захватившими в заложники дворянку и имущество барона.

Таким образом, даже поверхностный анализ показывает, что свобода и право выбора как игровые атрибуты полностью реализованы в фильмах о наемниках и могут считаться важнейшими составляющими данного поджанра.

Следующими важными элементами игровой атрибутики «кинематографического наемничества» являются *противопоставление обыденности и исключенности из реальности* (вымышленность). В этом случае стоит обратить внимание на рассуждения Ж. Бодрийяра, который рассматривает игровой отказ от реальности и противопоставление ей как «соблазн». «Имманентная сила соблазна: все и вся оторгнуть от своей истины и вернуть в игру, в чистую игру видимостей...» – рассуждает философ [1, с. 36].

В этом ключе наемник в фильме – всегда противопоставление вымышленного мира и обыденности. Зритель «соблазняется» образом «профессионального вояки», переносит на него те черты, которых не находит у себя, в своей личности. Храбрые, физически развитые, хладнокровные, подчас бесшабашные персонажи фильмов, не обремененные рефлексией и «излишними» этическими принципами, позволяют потребителю массовой культуры испытать широкий спектр эмоций, особенно когда на экране их образы примеряют на себе сверхпопулярные и харизматичные актеры. Так, в случае кинофильма «Неудержимые», снятого в трех частях, в актерский состав были включены почти поголовно самые яркие звезды боевиков 1990-х и 2000-х гг.: от Арнольда Шварценегера и Дольфа Лунгрена до Джейсона Стэйтема и Дэйва Батисты.

Погружаясь в сюжетные повороты «Неудержимых», зритель отстраняется от объективной реальности, в которой настоящие наемники (например, частные военные компании «Security advisory services», Xe Services LLC, AQMI Strategy Corp и т. д.) нередко становились объектами расследования международных правительственных и гуманитарных организаций по подозрению в расправе над мирным населением, применении пыток и контрабанде оружия, организации государственных переворотов в странах Третьего мира. Более того, в вымышленной игровой вселенной «Неудержимых» наемный отряд Росса нередко собственноручно останавливает геноцид мирного населения, борется с контрабандистами и восстанавливает легальные государственные институты.

Немаловажно отметить, что необходимым условием игры Хейзинга считал и отказ от материальных благ как основной цели. В этом контексте вполне естественным выглядит отстранение киноперсона-

жа-наемника от реального прототипа, воющего исключительно за деньги. В каждом из указанных фильмов герой в рамках развития сюжетной жизни проходит эволюцию от циничного, материально замотивированного профессионала к более глубокой, психологически сложной и неоднозначной личности. Речь может идти о мести в качестве пришедшего на смену деньгам мотива («Плоть+Кровь»), восстановлении справедливости и «доброе имени» («Неудержимые», «Команда «А»»), национальных интересах и любви к женщине («Ермак»). Так, кинематографические образы наемников все более отдаляются от реальных прототипов, заполняясь новыми (подчас – альтруистическими) смыслами.

Таким образом, в дискурсе массовой культуры наемник теряет негативные атрибуты, которыми он наделен в объективной реальности, и трансформируется в почти совершенный нравственный образ, благодаря игровому образу, демонстрируемому в фильмах.

Следующим рассматриваемым атрибутом игры становится *агональность* (сопоставительность) игрового процесса и *наличие партнеров*. В работе «Философские аспекты теории игры» Г. Клаус подчеркивает: «Игры – это сопоставительная борьба того или иного рода, хотя эта их характеристика не всегда открыто выступает на поверхности... В качестве игры в теоретико-игровом смысле могут, например, пониматься конкурентная борьба, военные конфликты» [3, с. 25].

О. В. Летунова и С. Ю. Пискорская развивают эту мысль, утверждая, что в индивидуалистическом обществе [надстройкой которого является массовая культура. – С. П.] агональная деятельность в «стандарте естественности» может выступать в самых радикальных формах конкурентной деятельности – вплоть до физического устранения оппонентов [4, с. 130].

Именно агональной можно назвать деятельность персонажей-наемников в кинематографе. Сражение для них (а также – для зрителя) – высшая точка, своеобразный апогей сопоставительности. Не случайно Хейзинга сравнивал войну и игру, находя аналогии в средневековых турнирах.

Через войну наемники идентифицируют себя в самом широком диапазоне значений, справедливо полагая, что, убивая и рискуя жизнью, «солдат удачи» наполняет свое существование смысловой нагрузкой. Для подавляющего большинства зрителей такая самоидентификация чужда, однако именно в этой «чуждости» обыватель наблюдает парадоксальное проявление одного из самых значимых (даже в обществе потребления) человеческих качеств – личной храбрости. Наемник по определению храбр, так как занимается войной не по принуждению, а добровольно.

Что касается наличия «партнеров», в этой роли выступают антагонисты главных героев. В случае кинематографических наемников – это противостоящие им

вооруженные оппоненты, возглавляемые личностями-антигероями. Выбранные нами фильмы демонстрируют самые разные типы противников. В «Команде «А» – мексиканские наркобароны, боевики Саддама Хусейна и предатели из числа правительственных агентов. В трех частях «Неудержимых» – армии диктаторов из стран Третьего мира и местный криминал. В «Плоть+Кровь» – воины барона Арнольфини, а в «Ермаке» – войска Османской империи и Сибирского ханства. Это не просто физические враги, это архетипичные злодеи, символы государственного тоталитарного гнета, ущемления национальных прав и свобод, «строящие стены» между семьями и влюбленными и т. д.

Во всех случаях мы имеем дело с нарочито сильным противником, как правило – регулярными воинскими подразделениями. Таким выбором «партнеров для игры» подчеркивается личная доблесть наемников, способных противостоять серьезному врагу в заранее проигрышном положении. Этот прием используется не случайно: *напряженность* и *неопределенность конца игры*, по Хейзинге, является также необходимым компонентом игровой деятельности [6, с. 41]. Персонаж должен преодолеть сверхчеловеческие трудности, победить в неравной борьбе ради того, чтобы получить приз в виде статуса лидера игры.

К последнему из атрибутов Игры, который хотелось бы рассмотреть в рамках исследуемой темы, относится *карнавальность*, то есть – эстетическая составляющая Игры, ее внешнее обрамление. Под эстетикой мы понимаем не только явления искусства, но – более широко – любой творческий процесс, направленный на постижение красоты и ее «предметов».

Эстетика наемничества особенно ярко проявляется в следующих специфических чертах: а) внешний вид наемника; б) прозвища и названия отрядов; в) бытовые привычки и особенности поведения персонажей. Причем относится это не только к вымышленным персонажам фильмов, но и ко вполне реальным наемникам.

Начиная со Средних веков и раннего Ренессанса внешний облик «солдата удачи» был не только его визитной карточкой, обозначающей принадлежность к определенной корпорации, но и способом, позволяющим отделять себя от простых солдат в их однотипной и зачастую невыразительной униформе. Стоит упомянуть фразу, приписываемую императору Священной Римской империи германской нации Максимилиану и сказанную о ландскнехтах: «Их жизнь настолько коротка и безрадостна, что великолепная одежда – одно из немногих удовольствий. Я не собираюсь отбивать его у них». Можно отметить, что и современные наемники, относящиеся к тем или иным частным военным компаниям, не только получают в свое распоряжение самые последние достижения военной дизайнерской мысли, что выгодно отличает их от солдат регулярных армий, но и имеют возможность оснащать свою

профессиональную одежду нефункциональными элементами (нашивки, украшения и т. д.).

В фильмах о наемниках карнавальность достигла наивысшей точки, а в некоторых моментах – это нарочитый китч. Персонажи «Неудержимых» выглядят предельно брутально: покрыты татуировками, украшают свое оружие и транспорт. В «Команде «А» отсутствует даже внешнее соблюдение «уставного» единообразия. Каждый персонаж уникален внешне, а некоторые (например, сержант Боско Баракус) больше походят на уличных наркоторговцев, чем на профессиональных военных. Мартин и его братья-по-оружию из «Плоть+Кровь» одеты в ярко-красные одежды ландскнехтов, носят на себе трофейные золотые украшения и драгоценные камни. Недалеко от них ушли и казаки из отряда Ермака в одноименном фильме. Охочие люди одеты в богатые, расшитые кафтаны, а в ушах одного из ближайших сподвижников лидера отряда Ивана Кольцо красуются серьги.

Резюмируя все вышесказанное, можно отметить, что исследование тематического поджанра «фильмов про наемников» позволяет констатировать интерес, который вызывает в массовом сознании такой социально-экономический и военно-политический феномен, как наемничество. Также можно попытаться объяснить общественное внимание к неоднозначному явлению через культурологический и философский концепт Игры. В данном исследовании сделаны лишь первые шаги, и оно нуждается в дальнейшей детальной проработке.

Библиографический список

1. Бодрийяр, Ж. Соблазн [Текст] / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр. А. Гараджи ; вст. ст. Е. Петровской. – М. : Ad Marginem, 2000. – 319 с.
2. Емельянов, Ф. Г. Философское осмысление концепта «игра» и его использование в неигровых контекстах [Текст] / Ф. Г. Емельянов // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2015. – № 110(06). – С. 1-11.
3. Клаус, Г. Философские аспекты теории игры [Текст] / Г. Клаус // Вопросы философии. – 1968. – № 8. – С. 24-35.
4. Летунова, О. В., Пискорская, С. Ю. Типы агональной деятельности и их соответствие стандартам социальности [Текст] / О. В. Летунова, С. Ю. Пискорская // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М. Ф. Решетнева. – 2006. – № 4 (11). – С. 128-133.
5. Международная защита прав и свобод человека [Текст]. – М. : Юридическая литература, 1990. – 672 с.
6. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня [Текст] / Й. Хейзинга. – М. : Издательская группа «Прогресс», «Прогресс-Академия», 1992. – С. 464.
7. Хейзинга, Й. Homo ludens: Опыт определения игрового элемента в культуре [Текст] / Й. Хейзинга – СПб. : Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. – 416 с.
8. Якуба, Я. О. «Игра» и «виртуальная реальность»: проекция идей Й. Хейзинга и И. Гофмана на современные массмедиа [Текст] / Я. О. Якуба // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право, 2014. – № 9 (180). – Выпуск 28. – С. 226–230.
9. Уголовный кодекс Российской Федерации: текст с изменениями и дополнениями на 21 января 2018 года. – М. : Эксмо, 2018. – С. 224.

Reference List

1. Bodrijjar, Zh. Soblazn = Temptation [Tekst] / Zh. Bodrijjar ; per. s fr. A. Garadzhi ; vst. st. E. Petrovskoj. – M. : Ad Marginem, 2000. – 319 s.
2. Emel'janov, F. G. Filosofskoe osmyslenie koncepta «igra» i ego ispol'zovanie v neigrovyh kontekstah = Philosophical judgment of a concept «game» and its use in non-game contexts [Tekst] / F. G. Emel'janov // Politematicheskij setevoj elektronnyj nauchnyj zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. – 2015. – № 110(06). – S. 1-11.
3. Klaus, G. Filosofskie aspekty teorii igry = Philosophical aspects of the theory of a game [Tekst] / G. Klaus // Voprosy filosofii. – 1968. – № 8. – S. 24-35.
4. Letunova, O. V., Piskorskaja, S. Ju. Tipy agonal'noj dejatel'nosti i ih sootvetstvie standartam social'nosti = Types of agonal activity and their compliance to sociality standards [Tekst] / O. V. Letunova, S. Ju. Piskorskaja // Vestnik Sibirskogo gosudarstvennogo ajerokosmicheskogo universiteta im. akademika M. F. Reshetneva. – 2006. – № 4 (11). – S. 128-133.
5. Mezhdunarodnaja zashhita prav i svobod cheloveka = International protection of the person's rights and freedoms [Tekst]. – M. : Juridicheskaja literatura, 1990. – 672 s.
6. Hejzinga J. Homo ludens. V teni zavtrashnego dnja = Homo ludens. In a shadow of tomorrow [Tekst] / J. Hejzinga. – M. : Izdatel'skaja gruppa «Progress», «Progress-Akademija», 1992. – S. 464.
7. Hejzinga, J. Homo ludens: Opyt opredelenija igrovogo jelementa v kul'ture = Homo ludens: Experience in defining a game element in culture [Tekst] / J. Hejzinga – SPb. : Izd-vo Ivana Limbaha, 2011. – 416 s.
8. Jakuba, Ja. O. «Igra» i «virtual'naja real'nost'»: proekcija idej J. Hejzinga i I. Gofmana na sovremennye massmedia = «Game» and «virtual reality»: projection of the ideas of Johan Huizinga and E. Goffman to modern mass media [Tekst] / Ja. O. Jakuba // Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Filosofija. Sociologija. Pravo, 2014. – № 9 (180). – Vypusk 28. – S. 226–230.
9. Ugolovnyj kodeks Rossijskoj Federacii: tekst s izmenenijami i dopolnenijami na 21 janvarja 2018 goda = Criminal Code of the Russian Federation: the text with changes and additions dated from January 21, 2018. – M. : Jeksmo, 2018. – S. 224.