УДК 070 + 177 + 316.723 DOI 10.17238/issn1998-5320.2019.35.67

В. А. Евдокимов,
Омская гуманитарная академия

ФУНКЦИИ ИММЕРСИВНЫХ МЕДИА

Проблема и цель. Цель автора – изучение функций иммерсивных медиа, возможностей VR-журналистики обеспечить достоверность и полноту информирования аудитории при воспроизведении фрагментов реальности, удовлетворить познавательные интересы индивида.
Методология. Статья базируется на общенаучной методологии историко-философского анализа, общей теории познания.
Результаты. Материалы иммерсивной журналистики выполняют информационную, идеологическую, познавательную, интегрирующую, прогностическую, преобразовательную, развлекательную функции, способны реализовать и дисфункциональный потенциал.
Выводы. Иммерсивные медиа открывают новые возможности перед потребителями информации, служат в качестве инструмента для познания окружающего мира, воссоздают последовательность взаимосвязанных фактов действительности.
Ключевые слова: виртуальная реальность, иммерсивные медиа, профессиональная культура, функция.

Проблема и цель. Изучение технологий виртуальной реальности (Virtual Reality – VR) и иммерсивной журналистики вызывает неослабевающий интерес российских и зарубежных исследователей. Иммерсивная журналистика как часть медиапроизводства отражает попытки опытного использования технических инноваций, формирования условий для создания эффекта присутствия. В качестве эксперимента журналисты используют системы VR с HMD-устройствами (Head Mounted Display) для воспроизведения цифровых образов событий, оценки технологических перспектив и особенностей общения в виртуальной реальности. Однако недостаточно изучены функции иммерсивных медиа, возможности VR-журналистики обеспечить достоверность и полноту информирования аудитории при воспроизведении фрагментов реальности, учесть познавательные интересы индивида.

Методология. Статья основана на общенаучной методологии историко-философского анализа, общей теории познания. Автором использованы как общие методы (исторический, диалектический, системно-структурный, сравнительный), так и частные методики (наблюдение, контент-анализ).

Результаты. Чаще всего виртуальная реальность интерпретируется как искусственно созданное вымышленное пространство для виртуального погружения. По мнению Дж. Ланье, виртуальная реальность – это создаваемая с помощью аппаратно-программного компьютерного комплекса среда, в которую пользователь может погружаться и с которой может взаимодействовать [1]. Отечественные исследователи понимают под виртуальной реальностью коммуникативные процессы, отражающие взаимодействия, происходящие в глобальном информационном пространстве, а также замещение текстово-графического интерфейса интерфейсом, основанным на системе трехмерной визуализации, обратной связи, трекинга и тактильных ощущений. В качестве технологий виртуальной реальности воспринимают комплекс программно-аппаратных средств, обеспечивающих с помощью компьютера имитацию среды виртуальной реальности [2, с. 571]. Эффект присутствия рассматривают как особое коммуникативное состояние, вызывающее иллюзорные ощущения правдоподобия и подлинности места событий.

В исследованиях новых медиа под иммерсивной журналистикой (иммерсивными медиа) подразумевают и стиль журналистики, который позволяет зрителям проводить эксперименты с событиями и ситуациями, демонстрируемыми в документальных фильмах [3], и технику подачи цифрового контента, которая извлекает преимущества для пользователя из элементов виртуального окружения. Находят применение голографические методы генерации объемных изображений. Помимо мощных графических систем, используют специальную периферию (перчатки, трекеры) и дисплеи VR, т. е. HMD-устройства в виде очков или шлемов [4]. Цель иммерсивной технологии – соединение контента и его восприятия для глубокого погружения в событийную среду историй, создание иллюзии присутствия в виртуальной репрезентации медиасобытий, раскрытие новых возможностей взаимодействия человека и машины, базисом VR-технологий является индустрия игр и развлечений [2, с. 573]. В качестве цели иммерсивной журналистики исследователи воспринимают производство новостей в той форме, которая позволяет людям от первого лица познать переживания событий или ситуаций [5].

Технологии VR получили распространение в ряде стран. Информационные агентства и массмедиа подготавливают видеосюжеты в формате 3D, 360-градусные панорамные сцены (Associated Press, CNN, The New York Times, The Guardian). Британская газета The Guardian реализует проект, предоставляющий индивиду возможность ознакомиться с ощущениями человека, оказавшегося в одиночной тюремной камере, и выслушать рассказы тех людей, которые провели в таком помещении длительное время [6]. Социальные проблемы отражены в фильмах, созданных зарубежными изданиями Vice News, Gannett для просмотра с помощью VR-устройств. Телекомпанией ABC осуществлен проект «Внутри Сирии VR», благодаря которому зрители ознакомляются с работой археологов в столице этой страны Дамаске, целью которой является защита памятников истории от разрушений в ходе военных действий. В течение нескольких лет телеканал Russia Today использует возможности виртуальной реальности при создании документальных фильмов. Раскрывая технологический потенциал, редакции газет и телекомпании расширяют круг потребителей информации.

Если технологические возможности иммерсивной журналистики оцениваются высоко, то содержание материалов VR-медиа порождает дискуссии о легитимности новых форм журналистики [7]. Исследователи полагают, что язык и механизмы VR совместимы с принципами реализма и прозрачности лишь частично, а искусство создания эффекта присутствия производит лишь иллюзию места и правдоподобия. Некоторые разработчики склонны говорить о технологиях манипулирования мозгом и обмане чувств, порождающих так называемый «консенсус галлюцинаций» [8, p. 128]. Между тем, несмотря на то, что каждое поколение создает собственную журналистику, зависимую от технологических возможностей, базовые этические нормы остаются неизменными для разных стран, культур, политических систем [9, p. 19–20].

Проблема соблюдения профессиональных этических норм и правил при использовании VR-технологий является одной из главных для разработчиков и распространителей нового продукта. По мнению экспертов, «виртуальная реальность становится мощным инструментом удержания новостных аудиторий и влияния на них. Но если продюсеры сосредоточатся только на оптимизации технологии или создании эмпатии для их персонажей, журналистская репутация окажется под угрозой» [10], как и надежда на выполнение журналистикой в новом виртуальном пространстве роли беспристрастного защитника общественных интересов [11]. В связи с этим для VR-журналистики важна задача предотвращения производства недобросовестными организациями, а также индивидами ложной виртуальной работы, которую выдают за реальную [12].

Дискуссии о содержании материалов VR-медиа закономерны. Журналистское произведение как система раздражителей (слов, приемов невербальной коммуникации, эстетических конструкций, способов активизации «ролевого соучастия»), сознательно и преднамеренно организованных, рассчитано на то, чтобы вызвать определенную реакцию аудитории средств массовой информации [13, с. 76], чаще всего – эмоциональный отклик потребителей информации. Реакция аудитории на материалы VR-медиа амбивалентна в зависимости от цели, преследуемой журналистами. С одной стороны, произведение может вызвать сочувствие и готовность получателей информации оказать поддержку тем людям, которые оказались в бедственном положении. С другой стороны, придание журналистами развлекательного характера сюжетам о драмах, трагедиях, переживаемых гражданами, не исключает формирование пренебрежительного, насмешливого отношения части аудитории к участникам событий.

Произведения иммерсивной журналистики выполняют информационную, идеологическую, познавательную, интегрирующую, прогностическую, преобразовательную, развлекательную функции. Материалы VR-медиа расширяют представления людей о событиях истории и современности, полезны при реконструкции отдельных явлений, воссоздают последовательность взаимосвязанных фактов действительности. Реконструкция аварии, случившейся на железной дороге, поможет предотвратить часть происшествий в будущем. Воспроизведение вооруженного столкновения между двумя государствами, рассмотрение событий сторонами противоборства и экспертами благоприятствует осмыслению причин конфликта, действий участников конкурентного взаимодействия во избежание обострения отношений двух стран в последующем.

Степень понимания потребителями информации причинно-следственных связей событий находится в зависимости от их неравноценных познавательных возможностей. Аудитория получает от VR-медиа, как правило, поверхностные представления о реконструируемых фактах истории или настоящего, скорее всего, адресованные дилетантам, нежели профессионалам, интересующимся свидетельствами очевидцев, документами, а не результатом опосредованного воспроизведения явлений действительности с помощью компьютеров. Полезные, как отмечено выше, при воссоздании

отдельных явлений, иммерсивные медиа предоставляют аудитории дополнительные сведения о событиях, иллюстрируют информацию, полученную из первоисточников. Произведения VR-медиа амбивалентны, как и реакция потребителей информации, становятся развлечением для одних индивидов или создают условия для осмысления другими собственного опыта, взаимоотношений с окружающими людьми, представлений о мироустройстве.

Материалы VR-медиа, как виртуальные истории, используемые для упрощения технологического процесса [14, p. 51], нацелены главным образом на массовую аудиторию как случайные объединения людей, не связанных общими возрастными, профессиональными, культурными признаками и интересами, как инертное, изменяющееся в зависимости от обстоятельств множество граждан, пассивно воспринимающее адресованные ему сообщения. Технологические возможности позволяют VR-медиа демонстрировать сюжеты в калейдоскопическом темпе, так что для осмысления причин происшедшего зритель имеет немного времени, но его достаточно, чтобы поразить воображение, шокировать потребителя информации.

Если случайные объединения людей являются питательной средой для материалов VR-медиа, то возможности убедить специализированную аудиторию, сформированную с учетом политических, экономических, культурных или иных признаков (принадлежность политической партии, профессиональной группе, этнической общности, проживание на территории одного государства), в соответствии демонстрируемых иммерсивной журналистикой сюжетов реальности ограничены. Представителям специализированной аудитории свойственны способность к совместным акциям, высокий уровень образования, склонность к критическому мышлению, т. е. умению определять степень надежности получаемой информации, объективно интерпретировать данные, сопоставлять различные точки зрения, устанавливать причинно-следственные связи событий, осмыслять противоречивость социально-политических процессов. Такая аудитория недоверчива к имитационным процедурам, как бы они ни были впечатляющи.

В отличие от реализации познавательной функции выполнение прогностической не обязывает иммерсивную журналистику обеспечивать достоверность сюжетов о вероятных событиях. Естественно ожидать от авторов прогнозов проявлений компетентности, широты взглядов на мир и место индивида, общества и человечества в нем, профессиональной культуры журналиста как системы ценностей, знаний, норм, способностей самостоятельно осуществлять социально значимые действия, решать нестандартные задачи, обеспечивать достоверность отражения объективной реальности. Проявления профессиональной культуры тем более необходимы, что прогнозы служат и средством манипулирования мнениями потребителей информации, востребованы в таком качестве в преддверии выборов, способны породить как веру людей в радужные общественные перспективы, так и страх перед будущим.

Особенно ценны проявления профессиональной культуры журналиста при выполнении преобразовательной функции. Специфика иммерсивной журналистики состоит в том, что она намечает контуры событий, дает приблизительные сведения о них. Преобразуя явления реальности, создатели иммерсивных сюжетов трактуют их в соответствии с особенностями восприятия журналистами образов окружающего мира, представлениями о социально-политических процессах и возможностях решения общественно значимых проблем.

Воспроизведение аварии, происшедшей на железной дороге, или вооруженного столкновения между двумя государствами, как отмечено выше, создает условия для предотвращения происшествий и напряженных взаимодействий в будущем. Однако при воссоздании VR-медиа сложных социально-политических процессов, долговременных конфликтов, выявлении взаимосвязей событий, системы взаимоотношений субъектов политики, экономики, культуры существует риск упрощения и искажения фактов действительности. Предпринимая попытку познать явление, процесс, субъекты иммерсивной журналистики воспроизводят фрагменты реальности на основе представления объекта с помощью модели как описания изучаемого объекта языком символов и терминов, отражающих его содержательные и прогностические характеристики [13, с. 18]. Посредством моделирования VR-медиа изучают элементы разнообразных систем, ведут поиск путей решения проблем, рассматривают альтернативные прогнозы. Модель предоставляет новую информацию об объекте, ознакомляет с качествами, которые не являются очевидными, раскрывает процесс его изменения. При этом моделирование нацелено на воспроизведение на основании сходства с существующим объектом другого, заменяющего его, аналога, но не эквивалента оригинала. Принимая во внимание данное обстоятельство, исследователи для характеристики деятельности VR-медиа используют такие слова, как «иллюзия»,

«иллюзорный». Иллюзию рассматривают как неадекватное отражение воспринимаемого предмета и его свойств; искажение восприятия частных признаков предметов или изображений; несоответствие между воспринимаемым объектом и реальностью. Тем труднее VR-медиа обеспечить достоверность распространяемых материалов, обоснованность выводов при создании документальных фильмов, целью авторов которых является отображение подлинных событий.

Риск упрощения и искажения фактов действительности существует и при выполнении иммерсивной журналистикой интегрирующей функции. С одной стороны, как отмечено выше, воссоздание бедствий, постигших группы людей, вызывает сострадание в потребителях информации, а воспроизведение сюжетов о напряженной внешнеполитической обстановке ведет к сплочению сторонников лидера страны. С другой стороны, в интересах консолидации чьих-либо единомышленников VR-медиа способны организовать кампании по дискредитации известных лиц, а также предприятий, партий, правительств.

Сколь широки возможности VR-медиа выполнить функции журналистики, столь емок и дисфункциональный потенциал, связанный с нарушением предназначения журналистики как системы задач, целью решения которых является распространение для массовой аудитории и социальных институтов информации в соответствии с их интересами. Предоставление сообщений о событиях не исключает дезинформирование аудитории, если основой для анализа фактов служат только искусственно созданные цифровые образы. Дисфункциональные возможности VR-медиа находят отражение в вытеснении преобразовательной функции оторванными от реальности плодами игры воображения создателей иммерсивных сюжетов, интеграционной функции – материалами, содействующими разделению граждан страны на друзей и врагов, познавательной функции – распространением догм, предрассудков. Негативный эффект действия идеологической функции проявляется в несоответствии характеристик политически организованного общества форме устройства его идеологической системы (полицейское государство).

Негативный характер имеет и монофункциональность части материалов VR-медиа, когда одна функция проявляется отчетливо, а другие выражены неявно. Тем самым сужается пространство для создания журналистикой, как общественным форумом, условий для свободного рассмотрения идей, концепций. Чем чаще преобразование событий с помощью цифровых образов становится доминирующей функцией VR-медиа, тем ограниченнее возможности для отражения объективной реальности. Виртуальное произведение, раскрывающее деятельность защитников памятников истории в условиях военных действий, каким бы благородным ни был замысел создателей материала, скорее всего, не лишено элементов искусственности и картинности, выполняет преобразовательную функцию, информационная же выражена слабее.

Индивидов, зависимых от индустрии игр и развлечений, продукты иммерсивной журналистики вовлекают в мир забав и приключений. Преобладание развлекательной функции над другими в виртуальных сюжетах выражается в насмешках над людьми, в том числе испытывающими тяготы, переживающими личные драмы. Имитация бомбардировки жилых кварталов в Сирии произведет, видимо, сильное впечатление на любителя острых ощущений, однако примерно те же эмоции индивид может испытать, воспользовавшись услугами аттракциона в парке или развлекательном центре. Воспринимая иммерсивные материалы, человек понимает, что испытываемое им потрясение кратковременно, а острые ощущения не бесконечны. Виртуальный сюжет о пребывании человека в одиночной камере тюрьмы способен, скорее всего, развлечь зрителя, чем вызвать сочувствие к осужденному за преступление и желание зрителя оказаться в месте заключения в действительности. Однако для потенциального нарушителя закона виртуальная экскурсия в одиночную камеру тюрьмы служит предостережением от противоправных действий.

Выводы. Иммерсивная журналистика обладает широкими возможностями. VR-медиа обогащают представления людей о событиях и социально-политических процессах истории и современности, незаменимы при реконструкции отдельных явлений, воссоздают последовательность взаимосвязанных фактов действительности. Иммерсивные медиа предоставляют аудитории дополнительные, приблизительные сведения о явлениях реальности, воссоздают контуры событий, иллюстрируют сообщения, полученные из первоисточников. При передаче информации VR-медиа формируют условия для создания эффекта присутствия, служат дополнением к традиционной журналистике, которая нацелена на обеспечение аудитории объективными материалами, подготовленными на местах событий и основанными на изучении свидетельств очевидцев, анализе документов. Преобразование явлений действительности в иммерсивных сюжетах происходит в соответствии с особенностями восприятия

журналистами объективной реальности, их представлениями о социально-политических процессах и возможностях решения общественно значимых проблем.

Для потребителя материалов иммерсивной журналистики изучение самого себя не менее важно, чем процесс познания мира. Для индивида значимо погружение в пространство, в котором возникают цифровые образы элементов объективной реальности, выяснение того, как он реагирует на драматические или трагические события, будто бы происходящие на его глазах. В то время как усиливается воздействие на эмоциональное состояние потребителя информации, сужаются возможности для анализа событий и процессов.

Произведения VR-медиа, открывающие для людей новые возможности в познании окружающего мира, амбивалентны, развлекают одних индивидов, а другим создают условия для осмысления собственного опыта, взаимоотношений с окружающими людьми, представлений о мироустройстве. Воссоздавая события реальности, иммерсивная журналистика выполняет информационную, идеологическую, познавательную, интегрирующую, прогностическую, преобразовательную, развлекательную функцию. Однако вероятна и реализация дисфункционального потенциала VR-медиа, если журналистские материалы способствуют разделению граждан страны на «своих» и «чужих», распространению догм и предрассудков. Возможности заслужить доверие взыскательной аудитории тем шире, чем большему количеству журналистов иммерсивных медиа присущи широта взглядов на мир и место индивида, общества и человечества в нем, профессиональная культура для решения нестандартных задач, обеспечения достоверности отражения объективной реальности.

Библиографический список

1. Lanier J. Who Owns the Future? San Jose: Simon & Schuster, 2013. 396 p.

2. Суходолов А. П., Тимофеев С. В. СМИ и виртуальная реальность: новые возможности и перспективы // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 4. С. 567–580.

3. Virtual Reality Journalism. URL: https://elsevr.tv/virtual-reality-applications/virtual-reality-journalism/

4. Hardee G.M. *Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching in Narrative Design Framework*. Research Gate, 2016.

5. De la Peña, N., Friedman, D., Llobera, J., Sanchez-Vives, M., Slater, M., Spanlang, B. and Weil, P. (2010), Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news // Presence: Teleoper. Virtual Environ, vol. 19, issue 4, pp. 291–301. URL: www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/PRES_a_00005.

6. Bhatia G. Virtual Reality news is becoming a reality in many newsrooms. URL: www.poynter.org/news/virtual-reality-news-becoming-reality-many-newsrooms

7. Cruz R. and Fernandes R. (2011), “Journalism in Virtual Worlds” // Journal of Virtual Worlds Research, vol. 4, no. 1, pp. 3–13. URL: https://journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/view/2110/5542

8. Biocca F., Levy M. R. Communication Applications of Virtual Reality // F. Biocca, M.R. Levy (Eds.) Communication in Age of Virtual Reality. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1995.

9. Kovach B., Rosensteil T. The Elements of Journalism. N.Y.: Three Rivers Press. 2014. pp. 19–20.

10. Кент Т. Этический реалити-чек для журналистики виртуальной реальности. URL: https://themedia.center/2015/09/04/eticheskiy-realiti-chek-dlya-zhurnalistiki-virtualnoy-realnosti/

11. Carson E. *Immersive journalism: What virtual reality means for the future of storytelling and empathy-casting.* URL: www.techrepublic.com/article/immersive-journalism-what-virtual-reality-means-for-the-future-of-storytelling-and-empathy-casting/

12. Paura A. The ethnical challenges of immersive journalism // Mediashift. URL: mediashift. org/2018/02/the-ethnical-challenges-of-immersive-journalism

13. Олешко В.Ф. Моделирование в журналистике. Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2000. 194 с.

14. Kyrylova O. Immersive journalism: the experience of world news sources // Dnipropetrovsk University Bulletin: Social Communications. 2017. Issue 17. Vol. 25, pp. 51–57.

V. A. Evdokimov,
Doctor of Political Sciences, Professor,
Omsk humanitarian Academy,
2a 4th Cheluskintsev st., Omsk, 644105, Russian Federation
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-8128-5690
e-mail: Evdokimovva@list.ru

FUNCTIONS OF IMMERSIVE MASS MEDIA

Introduction. The author has a goal to study the functions of immersive media, the possibilities of VR journalism to ensure the accuracy and completeness of informing the audience when reproducing fragments of reality, to satisfy the individual's cognitive interests.

Methodology. The article is based on the general scientific methodology of historical and philosophical analysis and on the general theory of knowledge.

Results. The materials of immersive journalism carry out informational, ideological, cognitive, integrative, prognostic, transformative, entertaining functions, and they are capable to realize a dysfunctional potential. Immersive media provide the audience with additional, approximate information about the phenomena of reality, recreate the contours of events, illustrate the messages received from primary sources. When transmitting information, VR-media form the conditions for creating a presence effect, serve as an addition to traditional journalism, which aims to provide the audience with objective materials prepared on places of events and based on the examination of eyewitness accounts, document analysis.

Conclusions. Immersive media open up new opportunities for information consumers, serve as a tool for understanding the world around them, recreate a sequence of interrelated facts of reality. Works of VR-media, opening for people new opportunities in the knowledge of the world around us, are ambivalent. They entertain some individuals and create conditions for the others for understanding their own experience, relationships with people around them, and ideas about the world order.

Keywords: virtual reality, immersive media, ethical norm, function.

Rererences

1. Lanier J. *Who Owns the Future?* San Jose: Simon & Schuster, 2013. 396 p.

2. Sukhodolov A. P., Timofeev S. V. Mass media and virtual reality: new opportunities and perspectives. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*. 2018, vol. 7, no 4, pp. 567–580.

3. *Virtual Reality Journalism.* URL: https://elsevr.tv/virtual-reality-applications/virtual-reality-journalism/

4. Hardee G.M. *Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching in Narrative Design Framework*. Research Gate, 2016.

5. De la Peña, N., Friedman, D., Llobera, J., Sanchez-Vives, M., Slater, M., Spanlang, B. and Weil, P. (2010). Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news, *Presence: Teleoper. Virtual Environ*, vol. 19, issue 4, pp. 291–301. URL:: www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/PRES_a_00005.

6. Bhatia G. *Virtual Reality news is becoming a reality in many newsrooms* URL: www.poynter.org/news/virtual-reality-news-becoming-reality-many-newsrooms

7. Cruz R. and Fernandes R. (2011). Journalism in Virtual Worlds. *Journal of Virtual Worlds Research*, vol. 4, no 1, pp. 3–13. URL: https://journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/view/2110/5542

8. Biocca F., Levy M. R. *Communication Applications of Virtual Reality*. F. Biocca, M.R. Levy (Eds.) Communication in Age of Virtual Reality. – Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1995.

9. Kovach B., Rosensteil T. *The Elements of Journalism.* N.Y.: Three Rivers Press. 2014. pp. 19–20.

10. Kent T. *An ethical reality check for virtual reality journalism.* URL: https://themedia.center/2015/09/04/eticheskiy-realiti-chek-dlya-zhurnalistiki-virtualnoy-realnosti/

11. Carson E. *Immersive journalism: What virtual reality means for the future of storytelling and empathy-casting.* URL: https://www.techrepublic.com/article/immersive-journalism-what-virtual-reality-means-for-the-future-of-storytelling-and-empathy-casting/

12. Paura A. The ethnical challenges of immersive journalism // *Mediashift.* URL: mediashift. org/2018/02/the-ethnical-challenges-of-immersive-journalism

13. Oleshko V. F. *Modeling in journalism.* Ekaterinburg: Ural State University, 2000. 194 p.

14. Kyrylova O. Immersive journalism: the experience of world news sources // *Dnipropetrovsk University Bulletin: Social Communications*. 2017, issue 17, vol. 25, pp. 51–57.

Поступила в редакцию 29.01.2019 © В. А. Евдокимов, 2019

Автор статьи: **Владимир Анатольевич Евдокимов,** доктор политических наук, профессор, Омская гуманитарная академия, 644105, Омск, 4-я Челюскинцев, 2а, e-mail: Evdokimovva@list.ru

Рецензенты:

Е. В. Безвиконная, доктор политических наук, доцент, зав. кафедрой правоведения, государственного и муниципального управления, Омский государственный педагогический университет.

В. И. Хомяков, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и медиалингвистики, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского.