







МРНТИ 19.51.55

<https://doi.org/10.26577/HJ79120263>

Г.Ж. Ибраева^{1*} , М.Х. Аргынбаева¹ , Г.Е. Беркенова¹ ,
Д.А. Авелбеков¹ , А.Ж. Ибраев² , А.Б. Бауыржан¹ 

¹Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

²Университет «Туран», Алматы, Казахстан

*e-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.edu.kz

ИММЕРСИВНАЯ КНИГА КАК НОВЫЙ ФОРМАТ В СОВРЕМЕННОМ КНИГОИЗДАНИИ КАЗАХСТАНА

В статье анализируется интеграция технологий дополненной (AR) и виртуальной (VR) реальности в казахстанское книгоиздание как показательный пример глубокой цифровой трансформации национальной медиасистемы.

Актуальность исследования обусловлена стремительным переходом от традиционных печатных форм к гибридным медиапродуктам, что требует теоретического осмысления новых нарративных, производственных и потребительских практик в условиях медиаконвергенции.

Цель работы заключается в выявлении специфики, потенциала и системных ограничений иммерсивных форматов в отечественном издательском секторе на основе синтеза современных медиатеорий и актуальных эмпирических данных.

Методология исследования базируется на системном анализе и качественном подходе, реализованном через проведение серии полуструктурированных интервью с ведущими разработчиками, AR-дизайнерами и контент-менеджерами иммерсивных книжных проектов Казахстана за период 2025–2026 гг. В ходе работы было установлено, что наибольший рыночный и образовательный потенциал имеют гибридные форматы с дополненной реальностью (AR), особенно востребованные в сегментах нон-фикшн, детской, историко-краеведческой и музыкальной литературы. Выявлено, что иммерсивность в книгоиздании трансформирует роль читателя из пассивного потребителя в активного участника медиасреды, обеспечивая более высокий уровень вовлеченности и усвоения информации.

В заключении делается вывод о необходимости развития междисциплинарной кооперации между издательствами и IT-сектором. Обоснована потребность в масштабном пересмотре профессиональных издательских компетенций и институционализации новых этических стандартов, касающихся верификации визуального контента, управления когнитивной нагрузкой пользователей и защиты персональных данных в цифровых приложениях.

Ключевые слова: иммерсивность, дополненная реальность (AR), виртуальная реальность (VR), книгоиздание, сторителлинг, Казахстан.

G.Zh. Ibrayeva^{1*}, M. H. Argynbayeva¹, G.E. Berkenova¹,
D.A. Avelbekov¹, A.Zh. Ibrayev², A. Bauyrzhan¹

¹Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

²Turan University, Almaty, Kazakhstan

*e-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.edu.kz

Immersive Book as a New Format in Modern Publishing in Kazakhstan

The article analyzes the integration of augmented reality (AR) and virtual reality (VR) technologies into Kazakhstani book publishing as a prime example of the profound digital transformation within the national media system.

The relevance of the study is driven by the rapid transition from traditional printed forms to hybrid media products, necessitating a theoretical understanding of new narrative, production, and consumer practices in the context of media convergence.

The purpose of the work is to identify the specifics, potential, and systemic limitations of immersive formats in the domestic publishing sector based on a synthesis of modern media theories and current empirical data.

The research methodology is based on systems analysis and a qualitative approach, implemented through a series of semi-structured interviews with leading developers, AR designers, and content managers of immersive book projects in Kazakhstan for the period 2025–2026. The study established that

hybrid formats with augmented reality (AR) possess the greatest market and educational potential, particularly in demand in the segments of non-fiction, children's, historical, local lore, and music literature. It was revealed that immersiveness in book publishing transforms the reader's role from a passive consumer into an active participant in the media environment, ensuring a higher level of engagement and information retention.

The paper concludes with the necessity of developing interdisciplinary cooperation between publishing houses and the IT sector. It justifies the need for a large-scale revision of professional publishing competencies and the institutionalization of new ethical standards regarding the verification of visual content, cognitive load management, and the protection of personal data in digital applications.

Keywords: immersiveness, augmented reality (AR), virtual reality (VR), book publishing, storytelling, Kazakhstan.

Ғ.Ж. Ибраева^{1*}, М.Х. Арғынбаева¹, Г.Е. Беркенова¹,
Д.Ә. Авелбеков¹, А.Ж. Ибраев², А.Б. Бауыржан¹

¹ Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

² Тұран университеті, Алматы, Қазақстан

*e-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.edu.kz

Иммерсивті кітап Қазақстандағы заманауи кітап басып шығарудағы жаңа формат

Мақалада ұлттық медиажүйенің терең цифрлық трансформациясының айқын үлгісі ретінде қазақстандық кітап басу ісіне толықтырылған (AR) және виртуалды (VR) шынайылық технологияларының интеграциясы талданады.

Зерттеудің өзектілігі дәстүрлі баспа формаларынан гибриді медиаөнімдерге жедел көшумен байланысты, бұл медиаконвергенция жағдайында жаңа нарративті, өндірістік және тұтынушылық тәжірибелерді теориялық тұрғыдан пайымдауды талап етеді.

Жұмыстың мақсаты – заманауи медиатеориялар мен өзекті эмпирикалық мәліметтерді синтездеу негізінде отандық баспа секторындағы иммерсивті форматтардың ерекшелігін, әлеуетін және жүйелік шектеулерін анықтау.

Зерттеу әдістемесі жүйелі талдауға және 2025–2026 жылдар аралығындағы Қазақстанның иммерсивті кітап жобаларының жетекші әзірлеушілерімен, AR-дизайнерлерімен және контент-менеджерлерімен өткізілген жартылай құрылымдалған сұхбаттар сериясы арқылы іске асырылған сапалы тәсілге негізделген. Жұмыс барысында толықтырылған шынайылық (AR) гибриді форматтарының, әсіресе non-fiction, балалар әдебиеті, тарихи-өлкетану және музыкалық әдебиет сегменттерінде нарықтық және білім беру әлеуеті өте жоғары екендігі анықталды. Кітап ісіндегі иммерсивтілік оқырманның рөлін пассивті тұтынушыдан медиаортаның белсенді қатысушысына өзгертетіні, бұл ақпаратты қабылдау мен игерудің жоғары деңгейін қамтамасыз ететіні дәлелденді.

Қорытындыда баспалар мен IT секторы арасындағы пәнаралық ынтымақтастықты дамыту қажеттілігі көрсетілген. Ол сондай-ақ кәсіби баспа құзыреттерін жан-жақты қарастыру және көрнекі мазмұнды тексеруге, пайдаланушының когнитивтік жүктемесін басқаруға және цифрлық қосымшалардағы жеке деректерді қорғауға қатысты жаңа этикалық стандарттарды институттандыру қажеттілігін негіздейді.

Түйін сөздер: иммерсивтілік, толықтырылған шынайылық (AR), виртуалды шынайылық (VR), кітап шығару, сторителлинг, Қазақстан.

Введение

Цифровая трансформация медиасферы в последние десятилетия привела к радикальному пересмотру способов производства, распространения и потребления информации. Процессы медиаконвергенции способствуют сближению ранее автономных областей коммуникации: печатных и электронных медиа, журналистики и программирования, гуманитарного знания и IT-индустрии. В этих условиях традиционные форматы не исчезают, но переосмысливаются,

включаясь в гибридные медиаэкосистемы, где текст, изображение, звук и интерактивные интерфейсы образуют единую коммуникативную среду.

Одним из ключевых проявлений этих процессов становится феномен иммерсивности – технологически опосредованного «погружения» пользователя в цифровое или смешанное пространство, создающего эффект присутствия и усиливающего когнитивную и эмоциональную вовлеченность (Ибраева, 2022). Иммерсивные технологии (AR, VR, XR) активно внедряются

в журналистике, музейных практиках, рекламе, образовании и индустрии развлечений. Однако книгоиздание, традиционно воспринимаемое как наиболее консервативная форма медиакommunikации, все чаще становится экспериментальной площадкой для апробации новых форматов.

Современная книга постепенно утрачивает статус исключительно текстового носителя. Она трансформируется в мультимодальный интерфейс, в котором вербальные структуры дополняются визуальными реконструкциями, аудиофрагментами, трехмерными моделями и элементами интерактивности. Подобные гибридные форматы не только расширяют границы традиционного чтения, но и изменяют саму логику восприятия и интерпретации информации: читатель все чаще выступает не пассивным потребителем текста, а активным участником медиасобытия (Нурумов, 2019).

В международных исследованиях иммерсивные медиа анализируются достаточно широко – в контексте VR-журналистики, интерактивных нарративов и мультимедийного сторителлинга (Greber, 2023; Sirkkunen, 2021; Ryan, 2015; Murray, 2017; Pavlik, 2023). Однако казахстанский опыт внедрения AR/VR в книгоиздательскую практику остается фрагментарно представленным в научном дискурсе. Существующие публикации, как правило, сосредоточены на отдельных проектах или технологических аспектах, не предлагая системного анализа иммерсивного книгоиздания как элемента национальной медиасистемы и как формы гуманитарной репрезентации в условиях цифровой культуры.

Именно этот пробел и определяет научную новизну настоящего исследования. Рассматривая книгоиздание не только как отрасль культурного производства, но и как пространство экспериментирования с новыми формами медиакommunikации, статья стремится показать, что иммерсивные технологии меняют не только внешний формат книги, но и ее эпистемологическую функцию – способы представления знания, культурной памяти и исторического опыта.

Цель статьи – выявить специфику, потенциал и ограничения иммерсивных форматов в казахстанском книгоиздании в контексте медиаконвергенции, визуальной культуры и цифровой гуманитаристики.

Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие задачи:

- проанализировать теоретические основания иммерсивности в контексте медиаконвергенции и трансформации медиасистем;

- рассмотреть иммерсивное книгоиздание в рамках визуальной культуры и digital humanities как формы гуманитарной репрезентации;

- выявить жанровые приоритеты и когнитивные эффекты использования AR/VR в книжных проектах;

- проанализировать изменения производственного процесса в издательской деятельности;

- определить технологические, экономические и этические ограничения развития иммерсивных форматов в Республике Казахстан.

В современных медиаисследованиях иммерсивность трактуется как совокупность технологических и нарративных механизмов, создающих у пользователя ощущение присутствия внутри медиасреды (Ryan, 2015). В отличие от традиционных форм коммуникации, где реципиент остается внешним наблюдателем, иммерсивные форматы предполагают активное соучастие пользователя в процессе восприятия и интерпретации медиатекста. Дж. Мюррей описывает этот сдвиг как переход от «чтения истории» к «проживанию истории», когда медиатекст становится интерактивным пространством опыта (Murray, 2017).

Дж. Павлик рассматривает иммерсивные технологии как очередной этап эволюции медиа: от линейных, однонаправленных моделей коммуникации к сетевым, интерактивным и пространственным форматам (Pavlik, 2023). В этой логике AR и VR не являются лишь «дополнениями» к традиционным медиа, а трансформируют саму архитектуру медиапродукта, изменяя отношения между автором, текстом и аудиторией. Пользователь оказывается включен в структуру повествования, а медиакommunikация приобретает характер событийности.

Эти процессы органично вписываются в концепцию медиаконвергенции, предполагающей интеграцию различных медийных каналов, жанров и технологических платформ в едином коммуникационном пространстве. Конвергенция затрагивает не только технический уровень (цифровизацию контента), но и институциональные структуры, профессиональные роли и культурные практики (Greber, 2023; Sirkkunen, 2021). В этом контексте книга перестает быть автономным артефактом печатной культуры и включается в экосистему цифровых платформ, мобильных приложений и интерактивных интерфейсов.

Иммерсивное книгоиздание может быть интерпретировано как частный, но показательный пример медиаконвергенции: здесь пересекаются традиции печатной культуры, принципы визуального дизайна и логика программного обеспечения. Книга становится не только текстом, но и медиаплатформой, в которой реализуются принципы интерактивности, мультимодальности и пространственной организации контента.

Зарубежный опыт иммерсивного книгоиздания демонстрирует переход от статичного потребления контента к созданию сложных визуальных историй и технологических экосистем, объединяющих искусство и IT-разработку.

На примере электронной книги «Искусство анимации» (Animation Art), авторов Дж. Катценберга и Б. Плимптона видна эволюция медиума: от первых газетных комиксов до высокобюджетных блокбастеров с компьютерной графикой, где книга выступает не просто носителем текста, а визуальным архивом техник и технологий.

Методология

Настоящее исследование выполнено в рамках качественного подхода, ориентированного на анализ профессиональных практик и интерпретаций участников процесса. Такой выбор обусловлен тем, что иммерсивное книгоиздание в Казахстане находится на стадии формирования, и количественные данные о рынке, аудитории и экономических показателях пока ограничены. В этих условиях приоритетным становится выявление смыслов, стратегий и профессиональных установок ключевых акторов.

Основным методом исследования стали полуструктурированные экспертные интервью, проведенные в 2025-2026 гг. с участниками производства иммерсивных книжных проектов в Республике Казахстан.

В выборку вошли пять экспертов, представляющие различные сегменты производственного процесса:

Эксперты 1, 2 – дизайнеры-верстальщики, авторы проектов с использованием дополненной реальности в области истории городов и музыкального наследия, исследователи новых форматов книгоиздания;

Эксперты 3, 4 – разработчики образовательных IT-продуктов и руководитель проекта детской энциклопедии с элементами AR;

Эксперт 5 – контент-менеджер и сценарист AR/VR-проектов, работающий с интерактивным сторителлингом и пользовательским опытом.

Эксперты представляли такие издательства как Qazaq Kitaby, «TURAN» баспасы, Мазмұндама баспасы и др., обладающие новыми технологическими возможностями, «погружая» в мир казахской сказки, национальной истории, музыки и культуры.

Выбор данной группы экспертов обусловлен необходимостью охватить ключевые профессиональные позиции: визуальный дизайн, программная реализация и нарративное проектирование. Такой междисциплинарный состав позволяет рассмотреть иммерсивное книгоиздание не как монолитный технологический процесс, а как результат взаимодействия различных компетенций и профессиональных практик.

Дополнительным эмпирическим материалом послужили элементы проектной документации и сценарные разработки интерактивной визуальной новеллы, рассматриваемые как пример гибридного цифрового сторителлинга, находящегося на пересечении литературы, дизайна и программирования.

Обработка данных осуществлялась методом тематического кодирования, что позволило структурировать интервью по ключевым аналитическим блокам:

- жанровые приоритеты и когнитивный потенциал иммерсивных форматов;
- трансформация производственного процесса;
- технологические и экономические барьеры;
- принципы сторителлинга и баланс форм;
- дистрибуция и этические аспекты.

Такой подход обеспечивает не только описательный, но и интерпретативный анализ, позволяя соотнести эмпирические данные с теоретическими моделями медиаконвергенции, визуальной культуры и digital humanities.

Эмпирические данные показывают, что практики иммерсивного книгоиздания в Казахстане ориентированы прежде всего на жанры, в которых визуализация выполняет не декоративную, а познавательную функцию. Эксперты подчеркивают, что наибольшую эффективность AR демонстрирует там, где традиционные иллюстрации оказываются недостаточными для передачи пространственных, динамических или акустических характеристик объектов.

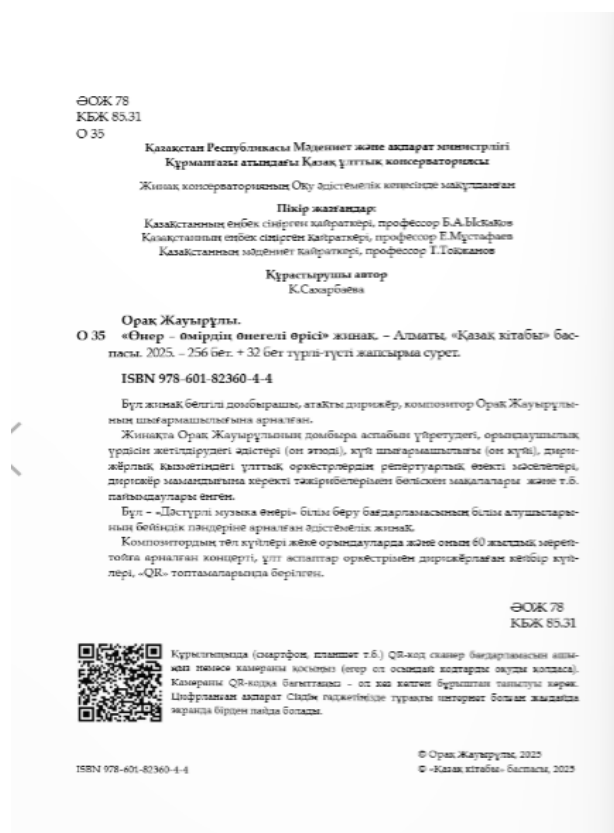
Материалы

Одной из наиболее перспективных ниш для внедрения иммерсивных элементов в Казахстане является сфера образования и сохранения традиционного наследия. Казахстанский опыт показывает, что использование QR-маркеров становится эффективным «переходным» этапом на пути к полноценной дополненной реальности.

Ярким примером такой интеграции выступает издание с дополненной реальностью издательства Qazaq Kitaby Baspasy. – методический сборник известного домбриста и дирижера Орака Жауирулы «Өнер – өмірдің өнегелі өрісі», разработанный для студентов программы «Традиционное музыкальное искусство». Использование QR-кодов (см. Рисунок 1) позволяет читателю мгновенно синхронизировать текстовую информацию с музыкальным сопровождением, тем самым обеспечивая более глубокое эмоциональное и когнитивное погружение в материал.

Рисунок 1

Технология входа в иммерсивную среду (<https://qazaq-kitaby.kz/orak-zhauyruuly-oner-omirdin-onegeli-orisi/>)



В данном издании классический текст и нотный материал дополнены системой QR-коллекций, открывающих доступ к уникальному архивному контенту: от учебных этюдов для домбры до видеозаписей полноценных оркестровых концертов.

Такой подход решает фундаментальную проблему интеграции звукового ландшафта в печатное пособие, создавая полноценную мультимодальную среду. Для профессионального образования это обеспечивает эффект «живого примера»: студент-домбрист получает возможность не только изучать ноты, но и мгновенно наблюдать за техникой исполнения и нюансами дирижирования. Это критически важно для качественной передачи опыта в рамках традиционной музыкальной школы.

Данный кейс несет в себе глубокое дидактическое и культурное значение.

Во-первых, он подчеркивает национальный колорит, демонстрируя, как современные технологии могут служить сохранению казахской культуры.

Во-вторых, образовательный потенциал проекта подтверждает прямую пользу иммерсивности в улучшении процесса обучения.

Наконец, практическая реализация этого сборника доказывает, что гибридные медиаформаты уже успешно существуют и активно используются в вузовском образовании Казахстана.

Издательство Qazaq Kitaby Baspasy реализовало масштабный проект к 90-летию юбилею Кадыра Мырза Али, который является ярким примером трансформации литературного наследия в современный цифровой формат (см. Рисунок 2). Это издание выходит за рамки классической биографии, предлагая читателю многоуровневое погружение в мир автора.

1. Книга представлена как полноценный аудиовизуальный архив. Книга интегрирована с мультимедийной платформой, где представлены аудиофайлы с оригинальным голосом поэта, читающего свои произведения. Это позволяет не только изучать текст, но и сохранять уникальную интонацию и исполнительскую манеру автора.

2. В рамках проекта собрана коллекция из более чем двухсот песен, написанных на стихи Кадыра Мырза Али. Использование цифровых ссылок и QR-кодов в издании обеспечивает мгновенный доступ к музыкальным записям,

демонстрируя тесную связь поэзии с национальным песенным искусством.

3. Издание включает видеоматериалы и телевизионные программы о жизни и творчестве поэта, а также видеоинформацию о его родном крае – Сырымском районе.

Таким образом, книга становится «точкой входа» в обширную цифровую энциклопедию, объединяющую литературу, музыку и краеведение.

Проект реализован как электронное и гибридное издание, что делает творчество классика доступным в современном медиaprостранстве и привлекательным для молодой аудитории, ориентированной на мультимедийное потребление контента.

Рисунок 2

Синтез классического книгоиздания и цифровых медиа (<https://qazaq-kitaby.kz/kadyr-myrza-ali-90-zhyl/>)



Параллельно с этим, развитие платформ вроде XR Books для устройств Quest 2/PRO выводит иммерсивность на новый уровень, предлагая пользователям не только анимированный контент, но и полноценные VR-сцены – от уютной кофейни до горных вершин (см. Рисунок 3). Однако, как отмечают эксперты и тестировщики, текущий этап развития сталкивается с высокими ожиданиями аудитории: простые сферические панорамы (360-градусные изображения) уже воспринимаются как недостаточные. Современный пользовательский запрос диктует необхо-

димость внедрения полноценных, кастомизируемых 3D-пространств и сложной виртуальной архитектуры.

Мировой опыт подтверждает, что для обеспечения глубокого когнитивного и эмоционального погружения недостаточно формального добавления интерактивных элементов – требуется создание целостной, технологически совершенной среды, где цифровая архитектура становится органичным продолжением авторского нарратива.

Расширение иммерсивных технологий в книгоиздании не может быть адекватно осмыслено исключительно в рамках медиаиндустриального или технологического подхода. Оно требует обращения к методологическим основаниям цифровой гуманитаристики (digital humanities) – междисциплинарного направления, в котором цифровые инструменты используются не только для визуализации, но и как способы производства, интерпретации и сохранения гуманитарного знания.

В классическом понимании digital humanities охватывает цифровые архивы, интерактивные карты, визуализацию данных, моделирование исторических процессов, а также мультимодальные формы репрезентации культуры. Однако в контексте иммерсивного книгоиздания цифровая гуманитаристика приобретает дополнительное измерение: книга перестает быть статичным носителем знания и превращается в динамическую исследовательскую среду, где текст, изображение, звук и пространство формируют многослойную когнитивную архитектуру.

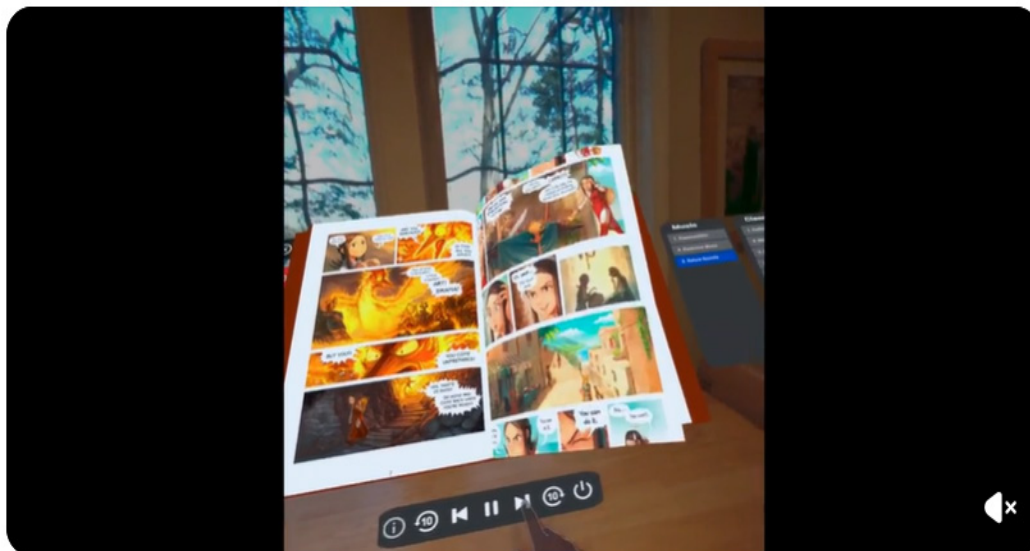
Иммерсивные технологии позволяют реализовать в издательской практике ключевые принципы digital humanities. Во-первых, это моделирование и реконструкция: создание цифровых репрезентаций исторических объектов, архитектуры, культурных практик и событий, которые невозможно наблюдать непосредственно. Во-вторых, это пространственная интерпретация (spatial humanities), когда культурные и исторические процессы осмысляются не только во временном, но и в пространственном измерении – через карты, трехмерные сцены, навигацию внутри реконструируемых ландшафтов. В-третьих, это интерактивная навигация знания, предполагающая переход от линейного чтения к нелинейному исследовательскому маршруту, где пользователь сам выстраивает траекторию освоения материала.

Рисунок 3

Визуализация контента в иммерсивном приложении для чтения XR Books

(https://www.reddit.com/r/OculusQuest/comments/zzxtli/xr_books_immersive_ar_book_reader_application/)

XR Books - Immersive AR Book Reader Application



В рамках иммерсивного книгоиздания историко-краеведческие проекты с элементами AR фактически функционируют как микро-архивы и цифровые выставки, встроенные в структуру печатного издания. Текст в такой книге не только сообщает информацию, но и направляет пользователя к визуальным слоям знания, где осуществляется «погружение» в реконструируемую реальность. Тем самым книга сближается с музейными практиками, цифровыми архивами и образовательными платформами digital humanities, где знание представлено не только в вербальной, но и в пространственно-визуальной форме.

С позиции теории визуальной культуры подобная трансформация означает переход от иллюстративности к визуальной аргументации. Изображение перестает быть вспомогательным элементом, «украшающим» текст, и начинает выполнять эпистемологическую функцию. Трехмерная модель исторического здания, пространственная реконструкция события или анимированная карта не просто сопровождают повествование, но формируют у читателя представление о масштабе, динамике и причинно-следственных связях. В этом смысле иммерсивное книгоиздание можно рассматривать как форму визуального знания, в которой смысловая

нагрузка распределяется между вербальным и визуально-пространственным уровнями.

Одновременно такой сдвиг порождает методологические и этические вызовы. В цифровой гуманитаристике давно обсуждается проблема репрезентативности и интерпретационной прозрачности: любая цифровая реконструкция является не «копией прошлого», а исследовательской моделью, основанной на отборе данных, гипотезах и допущениях. В иммерсивных книгах эта проблема усугубляется эффектом присутствия: визуальные образы, особенно в формате AR/VR, обладают высокой суггестивной силой и воспринимаются как «очевидная реальность». Следовательно, визуальная реконструкция может закреплять интерпретации быстрее и глубже, чем текст, что делает критически важным вопрос научной верификации.

С точки зрения Ж. Бодрийяра, такие образы могут функционировать как симулякры – знаки, подменяющие референт и создающие автономную «гиперреальность» (Baudrillard, 1994). Для нон-фикшн и образовательных изданий это означает необходимость строгого разграничения между реконструкцией и художественной интерпретацией. В противном случае иммерсивные элементы могут не столько расширить гуманитарное знание, сколько конструировать

эффектную, но методологически непрозрачную визуальную «версию истории».

В парадигме digital humanities иммерсивное книгоиздание в Казахстане следует рассматривать не как технологическую инновацию сама по себе, а как новую форму гуманитарной репрезентации, в которой сходятся издательская практика, визуальная культура и цифровые методы работы с культурным наследием. Это требует не только технической экспертизы, но и институционализации научных стандартов визуальной интерпретации, методологической прозрачности и этической ответственности.

Результаты и обсуждение

Анализ интервью показал, что практика иммерсивного книгоиздания в Казахстане носит ярко выраженный прикладной и нишевый характер.

Эксперты единодушно отмечают, что технологии AR/VR воспринимаются не как универсальная «приправа» к любой книге, а как специализированный инструмент для решения конкретных коммуникативных задач.

Можно классифицировать типы иммерсивных книг. В историко-краеведческих проектах AR используется для пространственной реконструкции: архитектурные объекты, утратившие первоначальный облик, «возвращаются» в городской ландшафт через экран мобильного устройства. По оценкам экспертов, такая визуализация создает эффект «присутствия в прошлом», при котором читатель не только узнает о факте, но и соотносит его с собственным телесным восприятием пространства. В результате историческое знание перестает быть абстрактным и приобретает характер переживаемого опыта. Этот эффект может быть интерпретирован в логике теории иммерсивности как переход от описательного к событийно-пространственному способу репрезентации культурной памяти.

В проектах, связанных с музыкальным и нематериальным культурным наследием, визуальный слой дополняется аудиальным: при сканировании нот или иллюстраций активируются видеозаписи исполнения, звучание инструментов, комментарии исполнителей. Эксперты подчеркивают, что подобная мультимодальность формирует синестетический режим восприятия, где текст, звук и образ объединяются в единую когнитивную структуру. Это особенно значимо для культурных практик, в которых акустиче-

ское измерение является смыслообразующим, а передача знания в чисто вербальной форме неизбежно оказывается неполной.

В сегменте детского нон-фикшн и образовательных изданий AR используется для визуализации абстрактных объектов и процессов (космос, микромир, анатомия человека, техника). Эксперты отмечают, что в этих случаях иммерсивность выступает как «когнитивный усилитель»: она снижает порог абстракции, облегчая переход от понятийного мышления к наглядному представлению. При этом принципиально подчеркивается, что AR не заменяет текст, а расширяет его интерпретационное поле, позволяя читателю выстраивать более устойчивые ментальные модели изучаемых объектов.

С точки зрения теории визуальной культуры и digital humanities выявленные практики демонстрируют переход от иллюстративности к визуальной аргументации: изображение становится формой знания, а не вспомогательным элементом. Таким образом, жанровые предпочтения в иммерсивном книгоиздании обусловлены не модой на технологии, а их способностью усиливать когнитивные и интерпретационные возможности текста.

Эмпирика свидетельствует, что внедрение иммерсивных технологий радикально трансформирует издательский процесс. Если в традиционной модели ключевыми фигурами являются автор, редактор и верстальщик, то в иммерсивных проектах формируется междисциплинарная команда, включающая программистов, 3D-дизайнеров, аниматоров, UX-специалистов и звукорежиссеров. Таким образом, издательство начинает функционировать не только как культурная, но и как технологическая организация.

Это приводит к изменению самой логики производства. Книга перестает быть исключительно текстовым продуктом и приобретает характеристики цифрового медиаобъекта. Объектом проектирования становится не только содержание, но и пользовательский маршрут: последовательность экранов, логика навигации, временная структура взаимодействия, режимы переключения между текстовыми и визуальными слоями. Дизайн трансформируется из композиции печатной полосы в проектирование пользовательского опыта (user experience).

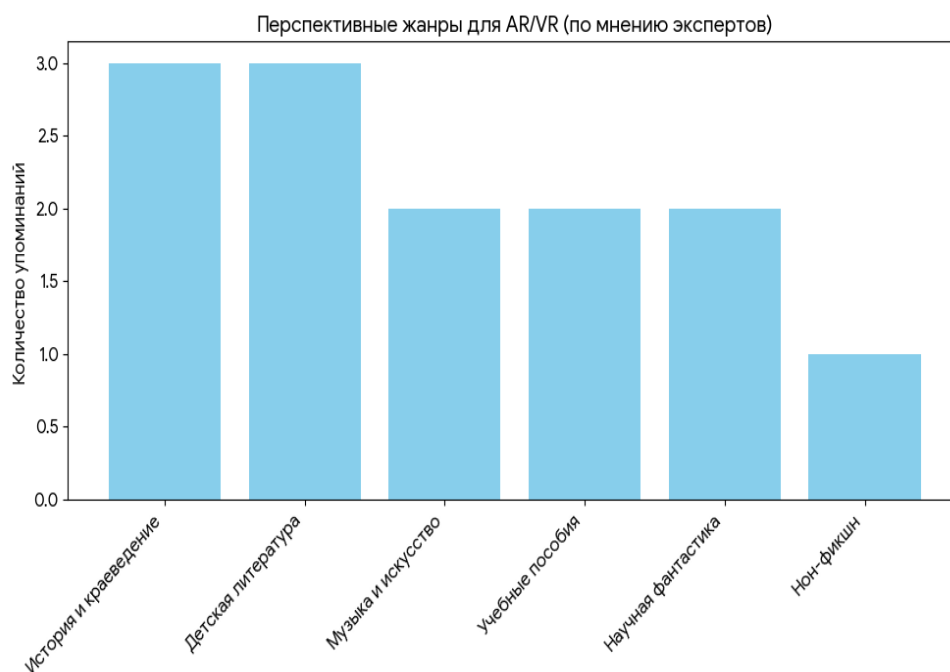
Эксперты подчеркивают, что подобная трансформация требует новых профессиональных компетенций. Верстальщик должен учитывать параметры экранного восприятия,

разработчик – особенности нарратива, а редактор – согласованность текстового и визуального слоев. Возникает необходимость в междисциплинарной коммуникации, где гуманитарные и

инженерные подходы должны быть синхронизированы. В противном случае существует риск технологического доминирования над смысловой структурой текста.

Рисунок 4

Экспертное мнение по перспективным жанрам иммерсивных книг (сост. авторами)



В логике digital humanities данная модель может быть интерпретирована как переход от издательства-репродуктора знания к издательству-интерпретатору, формирующему способы визуальной и пространственной репрезентации культурного содержания. Книга становится не только средством передачи информации, но и средой ее интерпретации.

Все эксперты указывают, что ключевыми ограничителями развития иммерсивного книгоиздания в Казахстане остаются экономические и технологические факторы.

С экономической точки зрения иммерсивные проекты характеризуются высокой себестоимостью. Помимо расходов на печать, требуются значительные инвестиции в разработку программного обеспечения, создание 3D-контента, тестирование, поддержку приложений и их регулярное обновление. Это существенно повышает конечную цену продукта и ограничивает его доступность для массовой аудитории. Как след-

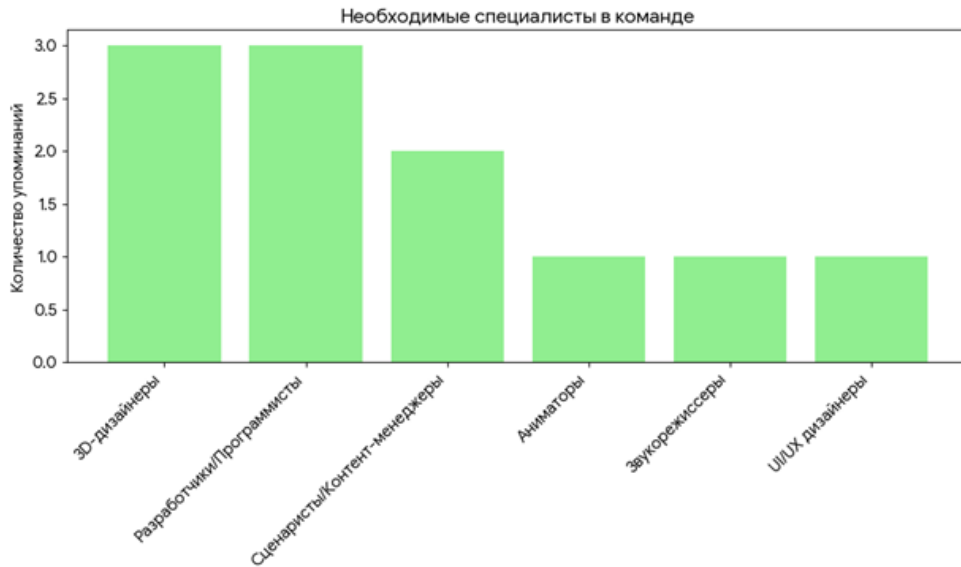
ствие, успешные проекты трудно тиражировать в промышленных масштабах, а рынок остается нишевым.

Технологические ограничения связаны с неоднородностью пользовательских устройств. Различия в производительности смартфонов, объеме памяти и качестве интернет-соединения приводят к нестабильной работе приложений. Эксперты отмечают, что даже при высоком качестве контента технические сбои могут снижать пользовательский опыт и вызывать разочарование аудитории.

Особое внимание уделяется проблеме «фрикционного интерфейса»: необходимость устанавливать отдельные приложения, сканировать коды, настраивать камеру и доступы уменьшает спонтанность взаимодействия с книгой. Пользователь ожидает «бесшовного» опыта, тогда как иммерсивные форматы часто требуют дополнительных усилий, что снижает их массовую привлекательность.

Рисунок 5

Запрос на специалистов иммерсивного книгоиздания (сост. авторами)

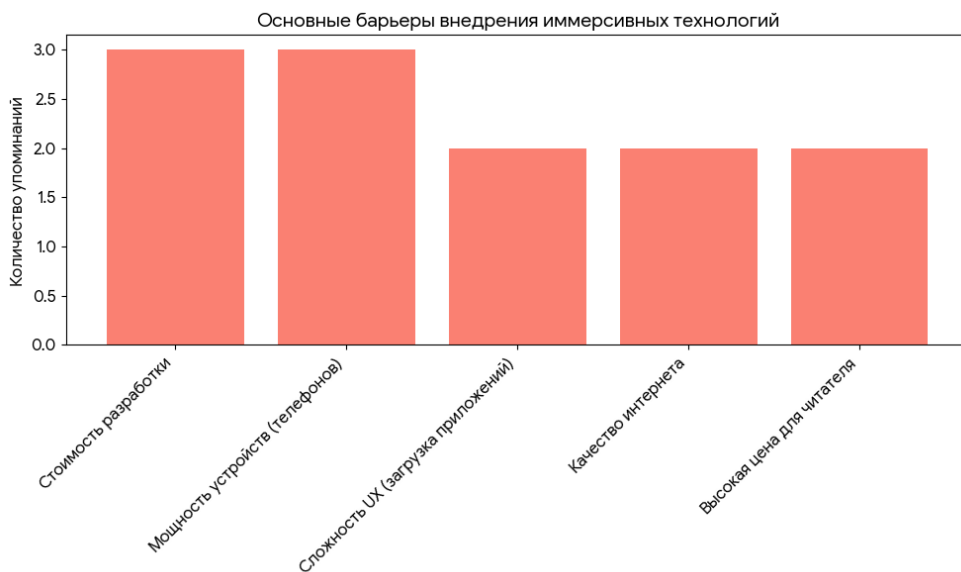


Кроме того, эксперты подчеркивают риск перенасыщения интерактивностью. При избыточном количестве визуальных эффектов книга утрачивает статус нарративного медиа и превращается в «аттракцион», где внимание пользователя рассеивается между технологически-

ми возможностями и смысловым содержанием. Это подтверждает теоретический тезис о том, что эффективность иммерсивности определяется не масштабом внедрения технологий, а их функциональной интеграцией в нарративную структуру.

Рисунок 6

Основные барьеры внедрения иммерсивных технологий (сост. авторами)



Наиболее концептуально значимым результатом исследования является акцент экспертов на этической ответственности при использовании иммерсивных технологий в книгоиздании. Визуальные реконструкции в нон-фикшн обладают высокой убедительностью и потому требуют строгой научной верификации. Любая ошибка в 3D-модели исторического объекта, архитектуры или культурного артефакта может восприниматься читателем как достоверный факт и закрепляться в коллективной памяти.

В этом контексте эксперты фактически формулируют принципы визуальной эпистемоло-

гии: визуальный образ должен сопровождаться прозрачной методологией реконструкции, указанием источников и границ интерпретации. Иначе иммерсивное книгоиздание рискует превратиться в форму визуального мифотворчества, где эффект присутствия подменяет научную рефлексию.

Эти данные подтверждают тезис о том, что иммерсивное книгоиздание в Казахстане является «лабораторией новых форматов», требующей не только инвестиций, но и новых профессиональных компетенций на стыке гуманитарных и технических наук.

Таблица 1

Традиционное VS иммерсивное книгоиздание (сост. авторами)

Критерий сравнения	Традиционное книгоиздание	Иммерсивное книгоиздание (AR/VR)
Состав команды	Автор, редактор, верстальщик, корректор	Автор, редактор, 3D-дизайнер, программист, UX/UI-дизайнер, звукорежиссер, продюсер
Формат контента	Статичный (текст, фото)	Динамичный (3D, видео, звук)
Основные затраты	Полиграфия, авторский гонорар, редаKTypa	Высокие затраты на digital-разработку, 3D-моделирование, программирование, постоянную поддержку ПО
Технологическая база	Бумага и краска	Смартфоны, облака, AR-движки
Роль текста	Первичен и автономен	Текст, дополненный интерактивом
Роль читателя	Пассивный реципиент текста	Активный участник, взаимодействующий с контентом и влияющий на порядок его восприятия
Основные риски	Опечатки, плагиат, рыночный провал	Технологические сбои, высокая себестоимость, этические риски (верификация визуала, защита данных), быстрый моральный износ технологий

Дополнительный этический аспект связан с защитой персональных данных, особенно в проектах, ориентированных на детскую аудиторию. Использование мобильных приложений не должно сопровождаться сбором избыточной информации о пользователях, геолокации или поведенческих данных. Тем самым иммерсивное книгоиздание оказывается не только технологическим, но и нормативным вызовом, требующим институционализации стандартов цифровой безопасности и ответственности разработчиков.

В логике digital humanities данное измерение можно интерпретировать как необходимость формирования этических протоколов визуальной репрезентации, сопоставимых с академическими стандартами работы с источниками и интерпретациями в гуманитарных науках.

Полученные эмпирические данные позволяют рассмотреть иммерсивное книгоиздание

в Казахстане не только как технологическую инновацию, но и как структурное изменение медиакommunikации, затрагивающее эпистемологические, культурные и институциональные основания издательской деятельности. Сопоставление результатов интервью с теоретическими моделями медиаконвергенции, визуальной культуры и цифровой гуманитаристики выявляет несколько ключевых закономерностей.

Во-первых, иммерсивные форматы подтверждают тезис о медиаконвергенции как слиянии не только платформ, но и логик производства знания. Если в традиционной книге доминирует линейная вербальная организация смысла, то в иммерсивных проектах возникает мультимодальная архитектура, где текст, изображение, звук и интерактивность образуют единое когнитивное пространство. Книга становится медиаплатформой, интегрированной в

экосистему мобильных приложений и цифровых интерфейсов. Это согласуется с концепцией Дж. Павлика, трактующей иммерсивные технологии как переход к пространственным и событийным формам медиакommunikации, в которых пользователь включен в структуру нарратива (Pavlik, 2023).

Во-вторых, выявленные жанровые приоритеты подтверждают, что иммерсивность эффективна не как универсальное решение, а как специализированный инструмент визуализации знания. Наиболее востребованными оказываются форматы, где необходимо представить то, что трудно или невозможно передать в традиционном тексте: исторические пространства, нематериальное культурное наследие, абстрактные научные процессы. Здесь иммерсивность выступает не средством привлечения внимания, а механизмом когнитивного усиления, способствующим формированию устойчивых ментальных моделей и эмоционально насыщенного восприятия. Это согласуется с положениями теории визуальной культуры о том, что изображение может функционировать как форма знания, а не только как иллюстрация.

В-третьих, анализ производственного процесса демонстрирует, что иммерсивное книгоиздание трансформирует саму институциональную логику издательства. Издательская команда превращается в междисциплинарную лабораторию, объединяющую гуманитарные, дизайнерские и инженерные компетенции. Это изменение имеет не только организационные, но и эпистемологические последствия: в процессе создания книги формируется новый тип знания, в котором интерпретация культурного содержания осуществляется не только через текст, но и через визуальные модели, интерфейсы и пользовательские сценарии. В парадигме *digital humanities* такая модель может быть интерпретирована как переход от репродукции знания к его интерактивной интерпретации.

В-четвертых, выявленные экономические и технологические барьеры указывают на ограниченную масштабируемость иммерсивных форматов в текущих условиях. Высокая себестоимость разработки, технологическая неоднородность пользовательских устройств и «фрикционный» характер интерфейсов препятствуют массовому распространению. Однако именно эти ограничения подчеркивают лабораторный статус иммерсивного книгоиздания: на данном этапе оно функционирует не как индустриаль-

ный стандарт, а как экспериментальная зона, в которой апробируются новые формы медиакommunikации.

Наконец, особое значение имеет выявленное в эмпирике этическое измерение. Визуальные реконструкции, обладая высокой убедительностью, формируют специфическую «визуальную эпистемологию», где изображение воспринимается как носитель истины. Это делает критически важной проблему верификации, прозрачности интерпретаций и указания границ реконструкции. В контексте теории Ж. Бодрийяра об опасности симулятивных форм репрезентации (Baudrillard, 1994) иммерсивное книгоиздание оказывается потенциальной зоной производства «гиперреальности», где эффект присутствия может подменять научную рефлексию. Следовательно, развитие данного направления требует институционализации стандартов визуальной интерпретации, сопоставимых с академическими нормами работы с источниками.

Результаты

Издание иммерсивных книг в Казахстане пока на начальном этапе. Но появление ИИ, новых технологий позволяет надеяться, что эта отрасль издательского дела будет активно развиваться.

Эмпирические данные подтверждают, что иммерсивное книгоиздание в Казахстане следует рассматривать как узловую точку пересечения медиаконвергенции, визуальной культуры и цифровой гуманитаристики. Оно не сводится к внедрению новых технологий, а отражает более глубокие изменения в способах производства и репрезентации гуманитарного знания.

Проведенное исследование позволяет сделать ряд обобщающих выводов о специфике, потенциале и ограничениях иммерсивных форматов в казахстанском книгоиздании.

Во-первых, иммерсивные технологии (AR/VR) в отечественном издательском секторе находятся на стадии институционализации. От отдельных экспериментальных проектов отрасль постепенно переходит к осмысленному использованию иммерсивности как функционального инструмента цифровой трансформации медиасистемы.

Во-вторых, наиболее перспективными являются гибридные AR-форматы в сегментах нон-фикшн, детской, историко-краеведческой и музыкальной литературы. В этих жанрах иммер-

сивность выполняет когнитивную функцию: облегчает понимание сложных объектов и процессов, усиливает эмоциональную вовлеченность и способствует формированию визуального знания.

В-третьих, иммерсивное книгоиздание трансформирует производственную модель отрасли. Издательство становится междисциплинарной лабораторией, где объединяются гуманитарные, дизайнерские и инженерные практики. Это требует пересмотра профессиональных компетенций и образовательных стандартов в сфере издательского дела и медиадизайна.

Ключевыми ограничениями развития остаются экономические и технологические факторы. Высокая себестоимость, неоднородность пользовательских устройств и «фрикционный» характер интерфейсов препятствуют массовому распространению иммерсивных форматов и закрепляют их статус как нишевых и экспериментальных.

Особую значимость приобретает этическое измерение. Визуальные реконструкции в нон-фикшн и образовательных проектах требуют строгой научной верификации и прозрачности интерпретаций, а использование мобильных приложений – соблюдения стандартов защиты

персональных данных, особенно в детском сегменте. Институционализация этических протоколов визуальной репрезентации является необходимым условием устойчивого развития иммерсивного книгоиздания.

В теоретическом плане статья демонстрирует, что иммерсивное книгоиздание может быть продуктивно осмыслено в рамках digital humanities как новая форма гуманитарной репрезентации, где текст, изображение и интерактивность образуют многослойную когнитивную структуру. В этом качестве книга становится не только носителем культурной памяти, но и пространством визуальной интерпретации знания, соединяющим издательскую традицию, медиадизайн и цифровые методы работы с культурным наследием.

В практическом отношении результаты исследования могут быть использованы при разработке образовательных программ для специалистов издательской отрасли, при формировании стандартов визуальной верификации контента, а также при проектировании новых гибридных форматов, ориентированных на сохранение и популяризацию культурного наследия Казахстана в цифровой среде.

Вклад авторов

Ибраева Г.Ж. – разработка концепции, выбор методологии, написание и редактирование текста, администрирование проекта.

Аргынбаева М.Х. – сбор данных, формализованный анализ, написание и редактирование текста, визуализация.

Беркенова Г. – сбор и обработка данных (data citation), проведение исследования.

Авелбеков Д.А. – сбор теоретических источников, работа с программным обеспечением.

Ибраев А.Ж. – сбор эмпирических данных, редактирование текста, техническое обеспечение исследовательских процессов.

Бауыржан А.Б. – обзор и обработка данных, проведение исследования.

Литература

- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355–385. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355>
- Baek, S.-Y., & Kim, G.-D. (2025). The Impact of Digital Storytelling on Presence, Immersion, Enjoyment, and Continued Usage Intention in VR-Based Museum Exhibitions. *Sensors*, 25(9), 2914. <https://doi.org/10.3390/s25092914>
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Bolter, J. D., & Engberg, M. (2020). The aesthetics of reality media: How VR and AR are transforming storytelling. *Journal of Visual Culture*, 19(1), 11-30. <https://doi.org/10.1177/1470412920906251>
- Bowman, N. D., et al. (2024). Immersive Storytelling as a Technology, a Practice, and an Experience. *Media and Communication*, 12, Article 9334. <https://doi.org/10.17645/mac.9334>
- De la Peña, N., et al. (2024). Embracing Immersive Journalism: Adoption and Integration by News Media Producers. *Journalism and Media*, 5(4), 1492-1510. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5040098>
- Garzón, J., et al. (2024). Augmented Reality in Higher Education: A Systematic Review and Meta-Analysis of the Literature from 2000 to 2023. *Education Sciences*, 15(6), 678. <https://doi.org/10.3390/educsci15060678>
- Greber, H., Lecheler, S., Aaldering, L., de Haan, Y., Kruikemeier, S., Goutier, N., & de Bruin, K. (2023a). Feeling the news? The differential effects of immersive journalism on emotional response. *Digital Journalism*, 11(1), 39–60. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155205>

- Greber, H., Aaldering, L., & Lecheler, S. (2023b). The worthwhileness of immersive journalism–Taking on an audience perspective. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2177711>
- Greber, H., Lecheler, S., Aaldering, L., de Haan, Y., Kruikemeier, S., Goutier, N., & de Bruin, K. (2023c). Uncovering the audience perspective: A qualitative analysis of experiences and evaluations of two immersive journalism productions in the Netherlands. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/14648849231214675>
- Ибраева Г.Ж. Иммерсивная журналистика: курс лекций. – Алматы: Қазақ университеті, 2022. – 142 с.
- Nurumov, B., & Oz, M. (2019). Immersive journalism: creativity, technologies, industry. *Herald of Journalism*, 53(3). <https://doi.org/10.26577/HJ.2019.v53.i3.04>
- Pavlik, J. V. (2023). *Understanding Immersive Media: From Prehistory to the Metaverse*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003271222>
- Shin, D. (2024). Navigating constraints: news values and journalistic role performance in Chinese state media VR news. *Frontiers in Communication*, 9, 1480659. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1480659>
- Sirkkunen, E., Uskali, T., Jones, S., & Gynnild, A. (2021). *Immersive Journalism as Storytelling: Ethics, Production, and Design*. Tampere.

References

- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355–385. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355>
- Baek, S.-Y., & Kim, G.-D. (2025). The Impact of Digital Storytelling on Presence, Immersion, Enjoyment, and Continued Usage Intention in VR-Based Museum Exhibitions. *Sensors*, 25(9), 2914. <https://doi.org/10.3390/s25092914>
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Bolter, J. D., & Engberg, M. (2020). The aesthetics of reality media: How VR and AR are transforming storytelling. *Journal of Visual Culture*, 19(1), 11–30. <https://doi.org/10.1177/1470412920906251>
- Bowman, N. D., et al. (2024). Immersive Storytelling as a Technology, a Practice, and an Experience. *Media and Communication*, 12, Article 9334. <https://doi.org/10.17645/mac.9334>
- De la Peña, N., et al. (2024). Embracing Immersive Journalism: Adoption and Integration by News Media Producers. *Journalism and Media*, 5(4), 1492–1510. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5040098>
- Garzón, J., et al. (2024). Augmented Reality in Higher Education: A Systematic Review and Meta-Analysis of the Literature from 2000 to 2023. *Education Sciences*, 15(6), 678. <https://doi.org/10.3390/educsci15060678>
- Greber, H., Lecheler, S., Aaldering, L., de Haan, Y., Kruikemeier, S., Goutier, N., & de Bruin, K. (2023a). Feeling the news? The differential effects of immersive journalism on emotional response. *Digital Journalism*, 11(1), 39–60. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155205>
- Greber, H., Aaldering, L., & Lecheler, S. (2023b). The worthwhileness of immersive journalism–Taking on an audience perspective. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2177711>
- Greber, H., Lecheler, S., Aaldering, L., de Haan, Y., Kruikemeier, S., Goutier, N., & de Bruin, K. (2023c). Uncovering the audience perspective: A qualitative analysis of experiences and evaluations of two immersive journalism productions in the Netherlands. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/14648849231214675>
- Ibraeyva, G. Zh. (2022). *Immersivnaya zhurnalistika: kurs lektsiy* [Immersive journalism: a course of lectures]. Almaty: Kazakh University. – 142 p.
- Nurumov, B., & Oz, M. (2019). Immersive journalism: creativity, technologies, industry. *Herald of Journalism*, 53(3). <https://doi.org/10.26577/HJ.2019.v53.i3.04>
- Pavlik, J. V. (2023). *Understanding Immersive Media: From Prehistory to the Metaverse*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003271222>
- Shin, D. (2024). Navigating constraints: news values and journalistic role performance in Chinese state media VR news. *Frontiers in Communication*, 9, 1480659. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1480659>
- Sirkkunen, E., Uskali, T., Jones, S., & Gynnild, A. (2021). *Immersive Journalism as Storytelling: Ethics, Production, and Design*. Tampere

Сведения об авторах:

Ибраева Галия Жунусовна (автор для корреспонденции) – доктор политических наук, профессор кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: galiya.ibrayeva@gmail.com, Galiya.Ibrayeva@kaznu.edu.kz);

Арғынбаева Макпал Халеловна – кандидат филологических наук, ассистент-профессор кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: m.duarg@gmail.com);

Беркенова Гулнур Ерланкызы – докторант кафедры политологии и политических технологий факультета философии и политологии КазНУ имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: gulnura0710mail.ru@gmail.com);

Авелбеков Диас Адилулы – магистрант 2 курса образовательной программы «Издательский менеджмент и типографика» кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: diasavel66@gmail.com);

Ибраев Адиль Жунисұлы – ассоциированный профессор Университета «Туран» (Алматы, Казахстан, e-mail: altai.ibray@gmail.com);

Аязжан Бауыржан – докторант кафедры ЮНЕСКО по журналистике и коммуникации Казахского национального университета имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: ayazhan.news@gmail.com).

Information about authors:

Ibrayeva Galiya Zhunusovna (corresponding author) – Doctor of Political Science, Professor in the Department of Publishing, Editorial, and Design Arts, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: galiya.ibrayeva@gmail.com, Galiya.Ibrayeva@kaznu.edu.kz).

Argynbaeva Makpal Khalelovna – Candidate of Philological Sciences, Assistant Professor in the Department of Publishing, Editorial, and Design Arts, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: m.duarg@gmail.com).

Berkenova Gulnur Erlankyzy – Doctoral Candidate in the Department of Political Science and Political Technologies, Faculty of Philosophy and Political Science, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: gulnura0710mail.ru@gmail.com).

Avelbekov Dias Adiluly – 2nd-year Master’s student of the Educational Program “Publishing Management and Typography,” Department of Publishing, Editing and Design Arts, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: diasavel66@gmail.com).

Adil Zhunisuly Ibrayev – Associate Professor, Turan University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: altai.ibray@gmail.com).

Ayazhan Bauyrzhan – PhD student, UNESCO Department of Journalism and communication, Al-Farabi Kazakh National University, (Almaty, Kazakhstan, e-mail: ayazhan.news@gmail.com).

Авторлар туралы мәлімет:

Ибраева Галия Жүнісқызы (корреспонденттік автор) – саясаттану ғылымдарының докторы, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің журналистика факультетінің баспа, редакциялық және дизайн өнері кафедрасының профессоры (Алматы, Қазақстан, e-mail: galiya.ibrayeva@gmail.com, Galiya.Ibrayeva@kaznu.edu.kz).

Аргынбаева Мақпал Халелқызы – филология ғылымдарының кандидаты, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің журналистика факультетінің баспа, редакциялық және дизайн өнері кафедрасының ассистент-профессоры (Алматы, Қазақстан, e-mail: m.duarg@gmail.com).

Беркенова Гүлнүр Ерланқызы – Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің философия және саясаттану факультетінің саясаттану және саяси технологиялар кафедрасының докторанты (Алматы, Қазақстан, e-mail: gulnura0710mail.ru@gmail.com).

Авелбеков Диас Әділұлы – Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің журналистика факультетінің баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер кафедрасының «Баспа менеджменті және типографика» білім беру бағдарламасы бойынша 2-курс магистранты (Алматы, Қазақстан, e-mail: diasavel66@gmail.com).

Ибраев Әділ Жүнісұлы – Туран университетінің доценті (Алматы, Қазақстан, e-mail: altai.ibray@gmail.com).

Аязжан Бауыржан – докторант, ЮНЕСКО-ның журналистика және коммуникация кафедрасы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті (Алматы, Қазақстан, e-mail: ayazhan.news@gmail.com).

Получено: 7 декабря 2025 г.

Принято: 25 февраля 2026 г.