

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»
XVIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XVIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**PROCEEDINGS
of the XVIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**2023
Астана**

УДК 001+37
ББК 72+74
G99

**«GYLYM JÁNE BILIM – 2023» студенттер мен жас ғалымдардың
XVIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XVIII
Международная научная конференция студентов и молодых
ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2023» = The XVIII International
Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE
BILIM – 2023». – Астана: – 6865 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.**

ISBN 978-601-337-871-8

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001+37
ББК 72+74

ISBN 978-601-337-871-8

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2023**

исполнения личных желаний, связанных с фанатизмом. Данная интерпретация в корень неверна и не поддерживается людьми и самим Кораном. Ведь рай ожидается при правильном проведении джихада и исполнении пяти столпов Ислама.

Говоря о джихаде нужно брать во внимание не только негативные аспекты, но и положительные, такие как джихад против своих пороков.

Список использованных источников

1. Peters R.[en] Islam and Colonialism. The doctrine of Jihad in Modern History. Mouton Publishers, 1979. P. 118;
2. Ганор Б. Угроза глобального джихада и международных криминальных сетей // Глобальный терроризм и международная преступность: Материалы 4-го Всемирного антикриминального и антитеррористического форума. — Герцлия: Институт международной политики по борьбе с терроризмом, 2008. — С. 53.

УДК 298.9

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ КАК ОДНОГО ИЗ МЕТОДОВ СОВРЕМЕННОГО ПРОЗЕЛИТИЗМА НЕТРАДИЦИОННЫХ ДВИЖЕНИЙ И КУЛЬТОВ (НА ПРИМЕРЕ ДВИЖЕНИЯ «АТА ЖОЛЫ»)

Қаиргелді Данияр Жумабайұлы

daniyar.kairgeldi.kz@gmail.com

Магистрант кафедры религиоведения

ЕНУ им.Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – д.ф.н., доцент Ю.В.Шаповал

С развитием информационно-коммуникационных технологий виртуальное пространство все больше отнимает реальное время у людей. То, что человек создал в надежде пользоваться, стало ярмом зависимости. Даже само слово «пользователь» отражает парадигму той «Золотой эры Интернета», когда сервисы ждали людей, которые ими воспользуются. Теперь критерием эффективности Интернет-площадок становится умение удерживать человека, чтобы использовать уже его с целью «продать» ему больше рекламного контента, «продать» его в качестве подписчика другому сервису и т.д. Современные исследователи влияния Интернета даже предлагают заменить привычное нам слово «пользователь» на «пользуемый». Таким образом само Интернет-пространство стало массово коммерциализированным [1].

Под коммерциализацией Интернет-пространства подразумевается «продажа» пользователю не только физических товаров, но и оказание нематериальных услуг, таких как образовательные курсы, психологические консультации и др. Вполне естественным на этом фоне стал поиск в Сети ответов на собственные вопросы о смысле жизни и обращение к духовности. В связи с наличием подобного спроса со стороны населения закономерным является появление множества авторов контента на духовную и религиозную тематику. Наиболее активными среди них являются представители нетрадиционных движений и культов в сравнении с традиционными ортодоксальными конфессиями, причинами чему являются отсутствие у первых кредита доверия от населения, их малоизвестность, отсутствие естественной воспроизводимости адептов ввиду недавнего их появления (согласно социологической типологии культы – это новые религиозные группы, не ставшие на путь традиции и пока не эволюционировавшие в деноминации) [2].

Под нетрадиционными движениями и культами подразумеваются различные новые религиозные движения (*далее – НРД*), в тот час группы, основанные на восточной медитации, оккультизме, парапсихологии, психотерапии/самореализации, спиритизме и др. В настоящей статье предлагается рассмотреть деятельность движения «Ата жолы» в Интернет-пространстве и предпримется попытка проанализировать методы работы информационных ресурсов движения.

Причиной выбора «Ата жолы» в качестве объекта исследования стал их выход в открытое информационное пространство путём активной трансляции своих идей в социальных сетях, несмотря на признание движения в Казахстане тоталитарно-деструктивной сектой и запрет деятельности в 2009 г.

Движение «Ата жолы» имеет признаки религиозно-оккультной организации, деятельность которой берет начало в феврале 1997 г. под названием «Ак жолы». В последующем она была переименована в «Ата жолы» и зарегистрирована в 2001 г. в г. Алматы как коммерческая организация ТОО «Ата жол». Деятельность движения регулярно сопровождалась скандалами. Членов организации обвиняли в мошенничестве, деструктивном влиянии и вредном для здоровья формах целительства.

Культ имел многочисленных сторонников по всему Казахстану в конце 1990-х – начале 2000-х гг. Быстрая популярность культа объясняется характерными для оккультных организаций методами прозелитизма, в т.ч. миссионерство среди паломников, посещающих святые места, мазары, могилы предков, т.е. среди потенциально близкой идейно аудитории, лиц, находящихся в поиске духовного начала. Помимо «*вербовки*» паломников в неофиты деятельность «Ата жолы» до 2009 г. не контролировалась государством: открыто издавались брошюры «Ата жолы Аліппесі», журнал «Ата жол» и др. печатные издания, позиционирующиеся как «*духовно-ознакомительные*». После запрета их деятельности и почти десятилетнего перерыва или работы «*в подполье*» «Ата жолы» снова заявило о себе в 2019 г. Однако помимо традиционных для оккультных течений методов прозелитизма характерно активное применение Интернет-ресурсов и социальных сетей как площадок для распространения собственных идей и поиска новых последователей. Таким образом, актуальной особенностью темы, на мой взгляд, является изменение методов прозелитизма религиозно-оккультных движений в сторону активизации в Сети на примере «Ата жолы».

Активная трансляция собственных идей различными нетрадиционными культами и движениями ввиду отсутствия либо недостаточности юридически-правовой базы для регулирования подобной деятельности со стороны государства может способствовать формированию новых угроз национальной безопасности страны.

Более того, из-за недостаточного освещения темы вреда отдельных псевдорелигиозных культов население остается слабоинформированным и практически не имеющим иммунитета перед их деструктивным влиянием, в тот час в Интернет-пространстве.

Целью исследования в настоящей статье является анализ деятельности в Интернет-пространстве группы «Ата жолы» как яркого примера нетрадиционного оккультного движения в Казахстане.

Представляются следующие задачи в рамках настоящего исследования:

- провести мониторинг и анализ Интернет-площадок в поиске и воздействии на целевую аудиторию, то есть провести разбор аккаунтов и страниц «Ата жолы» в социальных сетях Facebook, Instagram, YouTube и мессенджерах Telegram и WhatsApp;
- на основе контент-анализа материалов движения «Ата жолы» определить периодичность публикаций, продолжительность и размер видеоконтента;

– на основе полученных данных построить портрет потенциально подверженного деструктивному влиянию гражданина, а также выявить примерный алгоритм втягивания гражданина в культ посредством Интернета.

Объектом настоящего исследования представляется деятельность «Ата жолы» в информационном пространстве в целом.

Под предметом исследования подразумеваются площадки движения в социальных сетях и публикации контента на них.

В основе данного научного исследования лежат основные теоретические общенаучные методы: индукция и дедукция, анализ и синтез. Также применены практические методы эмпирического уровня в виде контент-анализа публикаций и обработки данных, замера активности пользователей, применения статистических данных, а также мониторинга Интернет-активности администраторов страниц в режиме реального времени (*на предмет выявления периодичности публикаций, просмотр чатов в мессенджерах*).

В основе источниковой базы исследования лежит разнообразный круг материалов: экспертно-аналитические и научные статьи, данные сервисов по обработке больших данных.

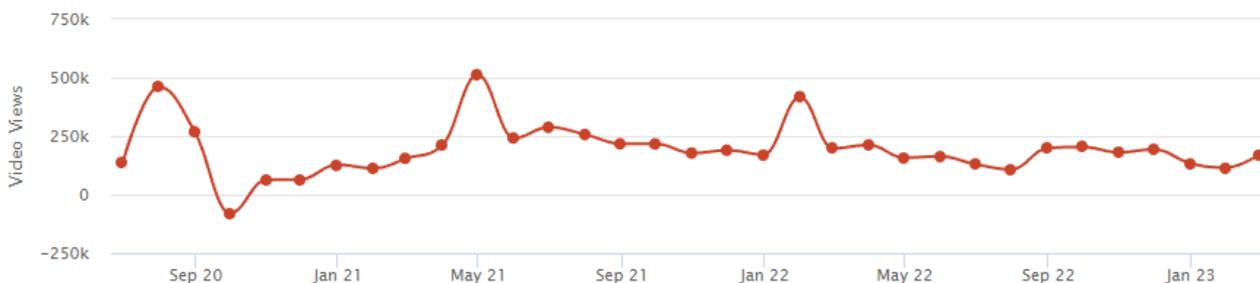
1. Роль различных интернет-площадок в поиске и воздействии на целевую аудиторию.

Анализ информационного пространства свидетельствует о начале активной деятельности «Ата жолы» в медиапространстве в период с 2019-2020 гг., представляется возможным охарактеризовать данное время «*выходом из подполья*».

Так, мониторинг сети Интернет выявил ряд аккаунтов действующего лидера «Ата жолы» Токбергена Байтасова в различных социальных сетях:

– **YouTube-канал «Канал Токберген Байтасова»** (<https://www.youtube.com/@user-ib1rl5bj8r/featured>) – более 62,1 тыс. подписчиков. Канал создан 25 апреля 2013 года, но первая публикация на канале датируется 27 июня 2015 года. Площадка является основной, активно действующим ресурсом «Ата жолы». Обращает внимание постоянство аудитории Байтасова (*среднее количество просмотров одного видеоролика – порядка 3 тыс.*). В то время как резких скачков количества просмотров не наблюдается, что свидетельствует в большей степени о наличии постоянной аудитории канала, а не «*накрутке*» просмотров за счет попадания в рекомендации по специальным алгоритмам YouTube (*диаграмма 1*).

Диаграмма 1. Динамика изменения количества просмотров YouTube-канала «Канал Токберген Байтасова» в период сентября 2022 г. по январь 2023 г. (по данным сервиса «SocialBlade»).



– **Facebook-страница «Токберген Байтасов»** (<https://www.facebook.com/haruah17>) – более 3,8 тыс. друзей, 650 подписчиков. Первая публикация датируется 21 января 2013 г. Страница активная.

– страница в «Одноклассниках» «Токберген Байтасов» (<https://ok.ru/profile/579547023277>) – порядка 50 друзей, 11 подписчиков, является активной.

– Twitter-аккаунт «@bajtasov57» (<https://twitter.com/bajtasov57>) – порядка 40 читателей, более 60 читаемых. Страница создана 19 марта 2013 г., является активной (размещено порядка 3,7 тыс. твитов).

– Instagram-страница «baitasovtokbergen» (<https://www.instagram.com/baitasovtokbergen/>) – более 260 подписчиков. Является активной (размещено порядка 60 публикаций).

– TikTok-аккаунт «dyucwex5emn9» (<https://www.tiktok.com/@dyucwex5emn9>) – более 3,7 тыс. подписчиков, 7,1 тыс. подписок. Является активным (суммарно более 9,3 тыс. лайков).

Вместе с тем следует отметить выявленные аккаунты Токбергенов Байтасова, являющиеся в настоящее время не активными: Instagram-страница «baitasovtokbergenkeskiruly» (<https://www.instagram.com/baitasovtokbergenkeskiruly/>), аккаунт в «LinkedIn» «Токберген Байтасов» (<https://www.linkedin.com/in/токберген-байтасов-97a801ab/>).

Помимо страниц Токбергенов Байтасова посредством мониторинга информационного пространства выявлены следующие популярные аккаунты движения и его сторонников:

– YouTube-канал «Ата-баба жолымен рухани жанару» (https://www.youtube.com/channel/UCMPjJ0Mf_zb3wZMZCR4rRvQ) – более 57,8 тыс. подписчиков. Канал создан 14 июня 2018 г. Первая публикация датируется 8 мая 2019 г.

– YouTube-канал «Ата жолы ғылым мектебі» (<https://www.youtube.com/channel/UCsHAyo0Aaguw5ikrdnzve5Q>) – более 10,3 тыс. подписчиков. Канал создан 1 апреля 2021 г., первая публикация – 10 апреля. Предыдущее название канала – «Ата жолың бақ жолың Сүйінбай ата ордасы», что предположительно свидетельствует, что аккаунт был площадкой так называемой «орды», или «ячейки» движения, «Сүйінбай ата ордасы». В настоящее же время позиционируется как образовательная площадка.

– YouTube-канал «Қожагелді қызы Гүлмира» (<https://www.youtube.com/channel/UCLj0LiR1QP7guUX5EySrn7g>) – более 1,76 тыс. подписчиков. Канал создан 16 января 2016 г. Первая публикация датируется 29 сентября 2020 г. Канал является активным, принадлежит активному последователю учения Гулмира Кулкараровой.

Помимо всего этого обращает внимание открытый характер возможности связаться с представителями движения. Так, в описании к каждому видеоролику в YouTube размещается список телефонных номеров членов движения, распределенные в региональном разрезе. Таким образом количество представленных номеров показывает число активных координаторов в регионах: по г.Астана и Акмолинской области – 15 координаторов, по г.Алматы и Алматинской области – 4, по г.Караганда и Карагандинской области – 2, по г.Актобе и Актюбинской области – 3, по г.Уральск и ЗКО – 2, по г.Атырау и Атырауской области – 4, по г.Павлодар и Павлодарской области – 3, по г.Усть-Каменогорск и ВКО – 5, по г.Жезказган и Улытауской области – 2, по г.Кызылорда и Кызылординской области – 1, по г.Шымкент и Туркестанской области – 3, по г.Тараз и Жамбылской области – 2, по г.Актау и Мангистауской области – 3, по г.Костанай и Костанайской области – 1. Данные номера были проверены на наличие активности в мессенджерах WhatsApp и Telegram, а также посредством поиска пользователей банковского приложения «Kaspi.kz». По итогам проверки большинство номеров оказалось активными и принадлежали указанным в контактах людям.

Также у «Ата жолы» имеется собственный сайт «AtaZholly.kz» (<https://btk.ata-baba.kz/>), на котором публикуются труды основателя организации Кыдырали Тарыбаева, нынешнего лидера Байтасова, материалы идеологического характера и др. Сайт создан 27 января 2021 г. на имя Токбергенов Байтасова (E-Mail: atazholy.kz@gmail.com) (по данным ресурса «Domaintools»).

Сайт интерактивно связан с другими тематическими порталами: сайт РОО «Ата-Баба Жолымен Рухани Жаңару» (<https://ata-baba.kz/>), сайт библиотеки (<https://books.ata-baba.kz/>), блоги (<https://blogs.atazholy.kz/>).

Таким образом, наличие активных аккаунтов лидера движения практически во всех популярных в Казахстане социальных сетях свидетельствует о попытках культа вести активную деятельность по трансляции собственных идей среди широкой Интернет-аудитории, в тот час всех возрастных категорий.

2. Контент-анализ материалов движения «Ата жолы» в социальных сетях.

Контент-анализ материалов «Ата жолы» свидетельствует о том, что преобладающим видом публикаций являются выдержки из книг основателя движения Кыдырали Тарыбаева, проповеди действующего лидера Токбергена Байтасова, видеозаписи с совместных молитв, а также духовные наставления авторитетных членов движения и тексты молитв.

Помимо этого лидер движения Токберген Байтасов и его сторонники комментируют актуальную повестку дня. Так, например, зафиксированы материалы с комментариями касательно пандемии коронавируса, Январских событий, джута и т.д.

Обращает внимание, что ряд страниц и аккаунтов представлен преимущественно дублирующими материалами с основного канала в YouTube «Канал Токберген Байтасова»: Facebook-страница «Токберген Байтасов», страница в «Одноклассниках» «Токберген Байтасов», Twitter-аккаунт «@bajtasov57», Instagram-страница «baitasovtokbergen» и др.

Сервис видеохостинга YouTube для членов «Ата жолы» является площадкой для публикации длинных по продолжительности видеороликов (*средняя продолжительность – 20 мин.*): преимущественно видеолекции, проповеди.

В то же время отдельные члены движения, например, Гулмира Кулкараева на своем YouTube-канале «Қожагелді қызы Гүлмира» публикует видеоматериалы в формате Shorts (*короткие видеоролики продолжительностью до 1 мин.*). Данный формат позволяет автору всплывать в рекомендациях другим пользователям благодаря специальным алгоритмам YouTube.

Аналогичные алгоритмы используются Токбергенем Байдаковым в социальной сети Instagram, публикуются видеоролики в формате Reels. Так, на Instagram-странице «baitasovtokbergen» практически все видеоматериалы опубликованы в этом формате.

Социальная сеть TikTok полностью основан на подобных алгоритмах попадания в рекомендации, что способствовало набиранию до 21 тыс. просмотров за один видеоролик в TikTok-аккаунте «duycwex5emn9».

Отдельно следует отметить активное применение авторами контента специальных хештегов для быстрого поиска и навигации на страницах. Например, следующие теги наглядно демонстрируют характер публикуемых материалов: #зияратхеди, #қатымқұран, #зікір, #дінділ, #қияметкүні, #шиша и др.

Контент также сопровождается специальным аудиовизуальным рядом в национальной тематике. Помимо казахской традиционной музыки члены движения в видеороликах демонстрируют ношение ими элементов национальной одежды с целью наглядно показать принадлежность к традиционной группе, позиционируя себя в качестве держателей, хранителей «древних знаний предков». Действующий лидер Байтасов чаще носит зеленый шапан, украшенный казахскими национальными узорами, и фиолетовый башлык (*традиционный головной убор кочевников*). Женщины также носят национальные одежды, покрывая голову платками. В целом, идеология организации проповедует обмирщение, опрощение, в т.ч. в образе жизни. На видеозаписях со встреч сторонников «Ата жолы» заметно употребление по отношению друг к другу обращений «аққу», «ана» (*к почетным женщинам*), «би», «ата» (*к почетным мужчинам*) и др.

Подавляющая часть контента представлена материалами на казахском языке, что свидетельствует об ориентированности движения на казахоязычный сегмент сети Интернет. Тем не менее зафиксированы единичные материалы на русском языке, преимущественно дублирующие основной контент.

Заключение.

Таким образом, посредством мониторинга информационного пространства и анализа Интернет-ресурсов движения «Ата жолы» фиксируется высокая активность его сторонников в социальных сетях. И представляется сделать вывод о наличии планомерной информационной кампании по транслированию собственных идей в массы, что подтверждается большим охватом Интернет-аудитории(*Facebook, YouTube, Twitter, Одноклассники, Instagram, LinkedIn, yVision, WhatsApp, Telegram*), в том числе языковым(*контент преимущественно на казахском языке*), и ежедневной публикации контента.

Также благодаря использованию специальных сервисов обработки больших данных можно сделать вывод о наличии постоянной, стабильной постоянной потребителей контента, что подтверждается отсутствием резких скачков в динамике просмотров.

Список использованных источников:

1. «Социология Интернета», В.В.Касьянов, 2018, - гл. «Религия и Интернет», с.226-266;
2. «Интернет-маркетинг новых религиозных движений (на примере анализа интернет-ресурсов Челябинска)», Е.В.Щетинина, «Вестник ЧелГУ», 2013, №6(297). История, Вып.54, с.110-113.

УДК 291(322.2)

СЕКУЛЯРИЗМГЕ ПОСТ-СЕКУЛЯРИСТІК КӨЗҚАРАС

Мажиев Ғылымбек Жадігерұлы

g.mazhiev@mail.ru

Нұр-Мұбарак Египет ислам мәдениеті университетінің докторанты,

Алматы, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Қ. Затов

Бүгінгі таңда зайырлылық сөзінің баламасына айналып кеткен «секуляризм» ұғымы ғылым саласында жан-жақты талқыланып жүрген тақырып. Әлемнің көптеген елдері өздерін зайырлы деп көрсеткенімен әр елдің зайырлылық ұстанымдары әр басқа. Сейкесінше, академиялық ортадағы тұжырымдалуы мен зерттелуі де әр қырынан қарауды талап етеді. Осыған орай «секуляризм» теорияларын сынға алатын «пост секулярлық» көзқарасқа тоқталу маңызды.

Секуляризм теориясы академиялық орта мен көптеген елдің дін мен мемлекет қатынасын орнықтыратын тұжырымға айналғандығы мәлім. Алайда, ғылым да қоғам да бір орында тұрмайды. Қоғамдық пікір мен қажеттіліктер және зерттеулер үнемі алға жылжып отырады. Бұл пікірді секуляризм теориясын сынап ой қозғаған ойшылдардың еңбектері қуаттай түседі. Оларға Юрген Хабермас, Чарлз Тейлорды және өзге де ғалымдарды жатқыза аламыз.

Алдымен, «пост секуляризмге» өтпес бұрын секуляризм теориясының негізгі мәніне анықтама бер кетелік. Секуляризм – басым жағдайда қоғам мен мемлекеттегі діннің ықпалының біртіндеп азаюын білдіреді. Бұл тұжырым 20 ғасырдың соңына қарай сынала бастады. Мысалы, П. Бергер «Бүгінгі әлем, кейбір ерекшеліктерді қоспағанда... бұрынғыдай аса діндар қалыпта» [1, 3 б.] деген тұжырым айтты. Яғни, қанша уақыт өтсе де қоғамнан дін жоғалған жоқ, керісінше кей елдерде діндарлық көрсеткіші артса, кейбір елдерде дінге сенушілердің саны өз қалпын сақтады. Баршаға мәлім Қазақстан, Өзбекстан және өзге де посткеңестік елдер