

**Садібеков Е.Ө.**

саясаттану магистрі, дінтану мамандығының 3 курс докторанты,  
философия және саясаттану факультеті, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,  
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: Sadybekov.Ermek@mail.ru

**ҚАЗАҚСТАНДЫҚ БАҚ-ТАҒЫ  
ЕЛДЕГІ РАДИКАЛИЗМГЕ АРНАЛҒАН  
МАҚАЛАЛАРДЫ ТАЛДАУ**

Жалпы адамзат алдында жаңа қауіп пайда болып, адамдар бойына үрей сезімін ұялатты. Радикализм, терроризм және экстремизм секілді құбылыстар әр мемлекет үшін негізгі мәселе болып табылады және де әр мемлекет бұл құбылыспен өзіндік тәсілдер арқылы күресуде. Бұқаралық ақпарат құралдары бұл күресте маңызды рөлді атқарады. Олар радикалдардың образын қалыптастырады, олар жайлы жаңалықтар жазады, мемлекеттің негізгі идеологиялық қаруы десек болады.

Сол себепті мақалада біз бұқаралық ақпарат құралдарындағы радикализм, терроризм секілді құбылыстарға арналған мақалаларды талдадық. Талдау барысында 4 жаңалықтық бағыттағы және бір аналитикалық бағыттағы сайттар, оның ішінде 3 орыс тілінде және 2 қазақ тілінде жазатын сайттар алынды. Зерттеу барысында негізгі көңіл радикалдар қатарына тарту жолдарына, радикалдардың ортақ құндылықтарына, радикалдану себептеріне, жалпы демографиялық көрсеткіштеріне (жынысы, жасы, білімі), радикалдардың таралу географиясына бөлініп, сарапталды. Сонымен қатар мақалада бұқаралық ақпарат құралдарының радикалдарды баяндауына, халық арасындағы пікір қалыптастыру секілді мәселелерде қарастырылды.

Болашақта зерттеу нәтижелері радикализм және терроризмге қарсы әрекет бағдарламаларын даярлау, ақпараттық топтардың жұмысы үшін контрагитациялық дәрістерді, сонымен бірге дінтану, тарих, саясаттану және дін әлеуметтануы сынды пәндерге дәрістер жасақтауда қолданылуы мүмкін.

**Түйін сөздер:** радикализм, радикал, БАҚ, терроризм, радикалдану.

Sadibekov Ye.

Master of Political Science, the 3 course of student PhD of the specialty Religious Studies,  
Faculty of Philosophy and Political Science, al-Farabi Kazakh National University,  
Kazakhstan, Almaty, e-mail: Sadybekov.Ermek@mail.ru

**Analysis of articles in Kazakhstani media devoted  
to radicalism in the country**

In the modern world a new danger has appeared before humanity, which instilled fear in the consciousness of people. Such phenomena as radicalism, terrorism and extremism are the main three problems for any state. Each country tackle with these phenomena using peculiar methods. The media play an important role in this tackle. They form the image of the radicals, write news about them. Generally, they are the main ideologicaweapons of the state. Therefore, this article analyzes articles in the media on such phenomena as radicalism and terrorism. There were 4 information and 1 analytic, 3 Russian-language and 2 Kazakh-language medias were reviewed. The focus of the study was to explore the ways of recruitment, general values of people with radical views, causes of radicalization, socio-demographic (gender, age, education) features and geography of distribution of radicalism. In addition, the article discusses the style of describing the personalities of radicals in the media, because this affects to the perception and formation of an image of radicals in public opinion.

In the future, the results of the research can be used to prepare programs to counter religious extremism and terrorism, information groups for clichés, as well as to prepare lectures on such subjects as religious studies, history, political science and sociology of religion.

**Key words:** radicalism, radical, media, terrorism, radicalization.

Садибеков Е.О.

магистр политологии, докторант 3 курса специальности религиоведение,  
факультет философии и политологии, Казахский национальный университет им. аль-Фараби,  
Казахстан, г. Алматы, e-mail: Sadybekov.Ermek@mail.ru

### **Анализ статей в казахстанских СМИ, посвященных радикализму в стране**

В современном мире появилась новая опасность перед человечеством, которая вселила страх в сознание людей. Такие явления как радикализм, терроризм и экстремизм являются основными проблемами для любого государства, и каждая страна борется с данными феноменами своеобразными методами. Средства массовой информации выполняют важную роль в данной борьбе. Они формируют образ радикалов, пишут новости о них, одним словом, являются основным идеологическим оружием государства.

Поэтому в данной статье анализируются статьи в средствах массовой информации, посвященные таким явлениям как радикализм и терроризм. В ходе анализа было рассмотрено 4 сайта новостного характера и 1 аналитический сайт, из них 3 русскоязычных и 2 казахоязычных. Фокус исследования был направлен на изучение путей вербовки, общих ценностных ориентиров людей с радикальными взглядами, причин радикализации, а также социально-демографические (пол, возраст, образование) особенности и географию распространения радикалов. Помимо этого, в статье рассматривается стиль описания личностей радикалов в СМИ, так как это влияет на восприятие и формирование портрета радикала в общественном мнении.

В будущем результаты исследований могут быть использованы для подготовки программ по противодействию религиозному экстремизму и терроризму, информационных групп для контрагитаций, а также для подготовки лекций по таким предметам как религиоведение, история, политология и социология религии.

**Ключевые слова:** радикализм, радикал, СМИ, терроризм, радикализация.

### **Кіріспе**

Қазақстандағы қоғамдық пікірге бұқаралық ақпарат құралдарының әсер ету мәселесінің өзектілігі соңғы онжылдықта орын алған өзгерістерге байланысты болды: ол ақпараттық технологиялар саласындағы жетістіктер мен байланыс процестерінің үздіксіз дамуы. Ақпаратқа оңай қолжетімділік және ақпараттың көп болуы қазіргі заманғы постиндустриалды қоғамды сапалы түрде өзгертті. Ақпаратты жеткізудің жаңа құралдары, сонымен қатар адамдармен қарым-қатынастың оңтайлануы сапалы революцияны алдын ала белгіледі. Осы үрдістердің нәтижесінде хабар ағыны әлеуметтік, өмірлік қызметтің нормалары, қатынастары мен байланыстары бар тәуелсіз аймаққа айналған арнайы ақпараттық саланы құрады.

Ақпараттық-коммуникациялық технологияларды мемлекеттік мекемелер мен жергілікті өзін-өзі басқарудың тиімділігін арттыру құралы ретінде бағалайды. Ақпараттық кеңістікті заманауи жағдайларда қалыптастырудағы басты орын бұқаралық ақпарат құралдарына тиесілі.

Бұқаралық ақпарат құралдары тиімділікті қамтамасыз ететін түрлі коммуникациялық механизмдерді пайдалану арқылы халық пен билік арасындағы қарым-қатынаста делдал мәртебесіне ие болды: ашықтық, тиімділік және халықтың түрлі топтары мен сегменттерінің мүдделерін көрсету үшін кең мүмкіндіктерді пайдалана алады. Мемлекеттік биліктің бастамашысы ретінде, бұқаралық ақпарат құралдарына саясатқа әсер ету қабілеті, тіпті оның ережелерін, сондай-ақ қоғамдық қажеттіліктер мен мүдделердің талаптарына сәйкес өзгерту мүмкіндігі берілген. Д. Грабер бұқаралық ақпарат құралдарын «кең ауқымды аудиторияға саяси маңызды ақпаратты реттеп, тез арада саясатқа әсер ететін маңызды фактор» деп атады (Gräber, 1993,85). Сондықтан қазіргі таңда БАҚ-тың қоғамдағы рөлі өте жоғары. Бірақ Қазақстандағы саяси билік БАҚ-тың мүмкіншіліктерін шектейді, олар тек биліктің құралы ретінде ғана қолданады. Биліктің негізгі саяси идеологиясын таратушы құрал десек те болады. Себебі көптеген тәуелсіз деген БАҚ соңғы жылдары жабылып жатыр. Дегенмен, радика-

лизмге қарсы күресудің тиімді құралы ретінде пайдаланылады, өйткені дәл осы БАҚ арқылы біз болып жатқан оқиғаны біліп отырамыз.

БАҚ-тағы контент-талдау арқылы таңдалып алынған көрсеткіштер танымал сайттар арқылы сараланды. Мәселені талдау үшін, эксперттер арасында танымал болып табылатын сайттар ұсынылып, солар арқылы талдау жасалды. Талдау үшін 4 жаңалықтық және 1 аналитикалық сайт таңдалды, оның ішінде 3 орыс тілінде және 2 қазақ тілінде болып табылады. Талдау радикалдардың өз қатарына тарту жолдары мәселесін қарастыруға, сонымен қатар, олардың құндылықтарының негіздерін көруге, радикалданудың негізгі себептеріне деген көзқарасты қалыптастыруға, олардың негізгі әлеуметтік жағдайын және таралу географиясын айқындауға мүмкіншілік берді.

Зерттеудің негізгі мақсаты: Қазақстандық БАҚ-тағы елдегі радикализмге арналған мақалаларды талдау.

Зерттеу пәні: Қазақстандық БАҚ-тардағы радикализм мәселесін қамту проблемалары

Зерттеу объектісі: Радикализм мәселесі

### Зерттеу жұмысының әдістемесі

Біз қозғаған мәселені жазу үшін әдіснамалық негізі ретінде контент-талдау әдісі алынды.

*Әдебиеттерді шолу.* Зерттеулер жүргізбес бұрын, контент-талдау және онлайн сауалнама жүргізу әдістерінің негізгі мәселелерімен, басымдықтарымен және кемшіліктерімен танысып шықтық. Зерттеу жұмыстарымыздың теориялық базасын құруға шет ел және Ресей зерттеушілерінің еңбектері үлкен көмек берді. Сауалнаманың іріктеу процесін жасағанда, Хауэлл Джонсон, Джордж Бим, Герберт Вайсберг, Баффор Бернанд, Энтони Гидденс, В.А. Ядов еңбектеріне жүгіндік. Мысалы Энтони Гидденс пікірінше, «62 миллион халықтың пікірін тікелей білу мүмкін емес, сондықтан белгілі бір адамдар тобын сауалнамалайды, яғни іріктеуді қалыптастырады. Іріктеу репрезентативті болу керек, ол дегеніміз – біз таңдаған адамдар тобы жалпы халыққа тән қасиеттерге ие болу керек. Репрезентативті іріктеудің арасындағы үнемі қолданатыны – ол кездейсоқ іріктеу (random sampling)». (Giddens, 2001:256). Біз онлайн сауалнама өткізгендіктен және сауалнаманың «жентек қар» әдісі (snow-ball method) арқылы болғандықтан, қосымша Веховер В және Лозар Манфреданың «Overview: Online Surveys» еңбегі, Вифлеем Дж. және Биф-

фигнанджи С «Handbook of Web Surveys» онлайн сауалнамалар өткізу әдістеріне жазылған еңбектеріне жүгіндік, сонымен қатар «Жентек қар» әдістемесін кеңінен сипаттаған Гудман Л. «Snowball sampling». *Annals of Mathematical Statistics* және Балтар, Фабиола, Брюнет, Игнаси «Social research 2.0: virtual snowball sampling method using Facebook» еңбектеріне кеңінен жүгіндік.

Сауалнаманы өткізу технологияларын, сұрақтарды жасау тәртібі бойынша да жоғарыда аталған зерттеушілерге, сонымен қатар, Р.М. Грувес, Ф.Дж. Фуллер, Дж. Шаугнесси, Е. Зэхмейстер, В.В. Никандров секілді зерттеушілерге жүгіндік.

*Негізінен, біздің зерттеу мақсатымыз айқын болды, сондықтан бізде нақты зерттеу жоспары болды. Сол арқылы біз нақты мәселелер бойынша жалпы сипаттамаларды анықтап, оған талдау жасадық. Жоғарыда аталған зерттеушілердің еңбектері өзіміздің зерттеулерімізді жасауға негіз болды.*

### Негізгі бөлім

Бұқаралық ақпарат құралдары қоғам санасына күнделікті ой салып, пікір қалыптастырып, бағыттап отыратын мемлекеттің негізгі идеологиялық қаруы десек болады. Бұқаралық ақпарат құралдары радикализмнің дамуына байланысты идеологиялық рөлі де күшейді. Себебі, күнделікті жаңалықтар арқылы, мақалалар арқылы радикалдар жайлы белгілі бір образ қалыптастырады. Негізінен, БАҚ қалыптастырып жатқан образ көбінесе негативті, әрине ол да түсінікті, өйткені радикалдар қоғамға тек зорлық-зомбылық әкелуде. Бірақ, радикалдар өз еліміздің азаматтары екенін ұмытпауымыз керек, олар сырттан келген жау емес, олар өз арамызда өскен азаматтар. Сондықтан да бұл біздің қоғамымыздың қазіргі заман трагедиясы, өйткені жау сырттан келеді деп жүргенде, радикалдар өз азаматтарымыздың ішінен шықты.

Негізінен зерттелетін сайттарды таңдау эксперттер мен журналистер арасында сауалнама өткізу арқылы таңдауды ұйғардық. Себебі осы саланы зерттеп жүрген эксперттер мен радикализм мәселесін жазып жүрген журналистер арасында өткізудің логикасы түсінікті, олар бізге сапалы контент таңдап бере алады. Эксперттер мен журналистер арасында онлайн сауалнама «SurveyMonkey» қосымшасы арқылы жасалды.

Вифлеем және Биффигнанди пікірінше, «сауалнама деректерін жинау әдістері статисти-

калық сауалнама үшін деректерді жинаудың әртүрлі әдістерінің бірі болып табылады, олар жеке тұлғалардың үлгісінен жүйелі түрде ақпаратты жинау үшін пайдаланылатын әдістер. Біріншіден, қағаз және қарындашпен (РАPI) дәстүрлі әңгімелесуден компьютерлік әңгімеге (CAI) көшу болды. Қазір жеке сауалнамалар (САPI), телефон сауалнамалары (САTI) және пошта сауалнамалары (САSI, CSAQ) веб-сауалнамалармен жиі алмастырылуда (Bethlehem, J.; Biffignandi, S. 2012:567). Сондықтан бізде онлайн сауалнама әдісін таңдадық. Вифлеем және Биффигнандидің, Диллманның еңбектеріне сүйенсек, олардың пікірінше онлайн сауалнамалардың мынандай артықшылықтары бар:

- Веб-сауалнамалар жылдам, жеңіл және арзан (Bethlehem, J.; Biffignandi, S. 2012:568).

- Деректерді жинаудың бүкіл кезеңі едәуір қысқартылды, себебі барлық деректер бір ай ішінде жиналып, өңделуі мүмкін (Bethlehem, J.; Biffignandi, S. 2012:568)

- Респонденттің және сауалнаманың өзара әрекеті электрондық пошта немесе қағаз сауалнамасынан гөрі динамикалық болып табылады (Dillman, D.A. 2006).

- Егер де кейбір түсініксіз жеке сұрақтар бойынша қосымша қалқымалы нұсқаулықтар жасап, анықтама беруге болады (Dillman, D.A. 2006).

- Ұзақ жауаптар тізімін пайдаланатын сұрақтар белгілі бір сұрақтарға тікелей жауапты кодтауды қамтамасыз ету үшін пайдаланылады, олар әдетте қағаз сауалнамаларында ашық түрде сұралады (Dillman, D.A. 2006).

- Интернет-сауалнамалар жағдайға бейімделуі мүмкін (мысалы, респонденттер ішінара толтырылған форманы сақтауға рұқсат етілуі мүмкін, сауалнама бұрыннан бар ақпаратпен алдын ала жүктелуі мүмкін және т.б.) (Dillman, D.A. 2006).

- Онлайндық сауалнамалар тестілеуді қолдана отырып жетілдіруге болады, мұнда ыңғайлылық тапсырмалардың жылдам орындай алу мүмкіншілігімен, қателердің жылдам түзеуге және интерфейспен пайдаланушының қанағаттануына байланысты өлшенеді (Bethlehem, J.; Biffignandi, S. 2012:568).

Жалпы сауалнама әлеуметтану ғылымында кеңінен пайдаланатын зерттеу әдісі. В. Веховер және Манфреда Лозар пікірінше, «1930-шы жылдардағы ықтимал іріктеуді пайдалана отырып, сауалнама қоғамдық ғылымдар, маркетинг және ресми статистика саласындағы

эмпирикалық зерттеулердің стандартты құралы болды» (Vehovar, V.; Lozar Manfreda, K. 2008: 177-194). Бұл әдістің өзіндік тарихы бар және ол әлеуметтің пікірін тікелей білу үшін тиімді құралдардың бірі болып табылатынының тағы бір дәлелі.

Сауалнаманы оңтайландыру үшін «SurveyMonkey» қосымшасын пайдаландық. «SurveyMonkey» онлайн сауалнама өткізуге тиімді құралдардың бірі [How to Use Online Tools for Customer Surveys]. Компания тегін талдауға мүмкіндік береді, сондай-ақ деректерді талдауды, іріктеуді, жүйелік қателерді түзетуді және деректерді көрсету құралдарын қамтитын ақылы сервер бағдарламаларының жиынтығын ұсынады (SurveyMonkey «How it works»).

Сауалнама дәстүрлі түрде емес, онлайн сауалнама болғандықтан, іріктеу қағидасын «Жентек қар» (Snowball sampling) әдісі арқылы құрдық. Әлеуметтанулық және статистикалық зерттеулерде, жентек қар әдісі дегеніміз ықтималдылықсыз іріктеу әдісі болып табылады, мында зерттеудің қатысушылары болашақ зерттеуге қатысушы субъекттерді өздерінің таныстарының арасынан таңдайды (Goodman, L.A.1961:148). Былай айтқанда біздің мақсат бірнеше таныс эксперттер және журналистер WhatsApp желісі арқылы таныс эксперттерге біздің сұрақтарды тарату арқылы, сұрақтарға жауап алу түрі болатын.

Жалпы виртуалды «Жентек қар» (Снежный ком) әдісі дәстүрлі «Жентек қар» әдісінің түрі болып табылады және қатысушылардың виртуалды желілеріне негізделген. Бұл зерттеушіге жаңа артықшылықтар мен кемшіліктер әкеледі.

*Артықшылықтары:*

- зерттеудің географиялық қамтуын кеңейтуге мүмкіндік береді;

- нәтижелердің өкілеттілігін арттыруға мүмкіндік береді;

- виртуалды іріктеу дәстүрлі іріктеу әдісінен қарағанда жауаптардың санын көбейте алады. Facebook-ке қатысушыларды зерттеу және зерттеу жұмыстарына қатысуға шақырған зерттеуші Балтар (2012 жыл) мәліметіне сәйкес, қатысушы мен зерттеуші арасындағы сенімді орнату үшін уақытты қысқартуға болады. Қатысушылар өздерінің жеке ақпараттарымен бөлісу ықтималдығы жоғары болғандықтан, зерттеуші өзінің Facebook профиліне жеке ақпаратпен бөлісті. Сенім деңгейінің жоғарылауы адамдар тарапынан жауап беруінің жоғары деңгейіне ықпал етті;

- дәстүрлі «Жентек қар» әдісімен салыстырғанда тез арада жасалады және арзанға түседі.

Кемшіліктері:

– виртуалды іріктеу әдісі нәтиженің репрезентативтілігін жоғарылатуына қарамастан, іріктеу таңдауы жыныс, жас, білім деңгейі, әлеуметтік-экономикалық деңгей және т.б. секілді онлайн-тұрғындардың сипаттамаларына ауысады;

– мақсатты халық әрдайым Интернетке қол жеткізе алмауы мүмкін (Baltar, Fabiola; Brunet, Ignasi, 2012).

Зерттеуші зерттеуін жүргізбес бұрын, мына мәселелерді шешу керек деп есептейді:

1) іріктеудің негізгі қатысушыларын анықтау керек;

2) сұрақтарды тексеріп, бағалау керек;

3) интервьюлерді үйретіп, тексеру (егер олар болса). (Groves, R.M.; Fowler, F. J.; Couper, M.P.; Lepkowski, J.M.; Singer, E.; Tourangeau, R., 2009:156).

Жалпы талдау үшін алынған сайттарды таңдау екі кезеңнен тұрды. Бірінші кезеңде біз «Serveymonkey» қосымшасы арқылы журналист және радикализм саласын зерттеп жүрген мамандар арасында контент-талдау жасауға болатын сайттар тізімін беруді ұсындық. Сауалнамаға

қатысқан эксперттер және журналистер саны 20 адам болды. Эксперттер мен журналистер арасында «Жентек қар» (Snowball sampling) әдісі арқылы сауалнама өткізіліп, көпшілікке мәлім болып табылатын сайттар тізімін айқындадық. Эксперттер және журналистер жалпы 20 онлайн баспаның тізімін берді.

Екінші кезеңде жинақталған сайттар тізімінің ішінен Қазақстан Республикасының сайттарының рейтингін анықтайтын «Zero.kz» сайты арқылы, бізге ұсынылған сайттардың ішінен қаралымы ең көп болып табылатын сайттар тізімін анықтадық. Олар 1-кестедегідей болды (ақпарат 2018 жылдың мамыр-маусым айларына сай келеді).

Зерттеу кезеңі 2018 жылдың мамыр-қыркүйек айлары аралығында өткізіліп, 2011 жылдың қаңтар айынан бастап, 2018 жылдың маусым айына дейінгі аралығы қамтылды. 2011 жыл алынған себебі, аталған жылдың 17 мамыр күні Рахымжан Махатов өзін-өзі Ақтөбе қаласының ҰҚК ғимаратының ішінде жарып, мерт болған еді. Сол кезеңнен бастап, Қазақстандағы террористік акт бастау кезеңі ретінде қарастырсақ болады.

#### 1-кесте

№	Орын	Сайт атауы	Қазір сайтта	Хосттар	Сайтқа кірушілер	Қаралымдар
1	1	Tengrinews.kz	232	1 182 448	2 940 216	3 397 094
2	4	МИА Казинформ	244	490 472	751 494	2 207 101
3	20	Бақ.kz	64	202 889	209 661	698 306
4	35	Абай.kz	14	5 896	5 779	11 317
5	52	rus.azattyq.org	9	2548	4512	7080

Талдау бастамас бұрын, бізге керек деген негізгі мәселелерді таңдадық. Олар: қатарына тарту жолдары, радикалдардың құндылықтары, радикалданудың себептері, әлеуметтік-демографиялық көрсеткіштері (жасы, жынысы, білімі, мінездемелері) және таралу географиясы. Осы көрсеткіштер бойынша таблица құрылып, керек деген ақпараттар осы таблицаға енгізіліп отырды.

Жалпы 2011-2018 жылдар аралығында зерттеу барысында радикализм, терроризм және экстремизм тақырыбына арналған біз қараған сайттарда 6705 мақала шықты. Радикализм тақырыбында 2011-2018 жыл аралығында ең көп мақала шығарған Казинформ, бұл сайт 2262

мақаласын дәл осы проблемаға арнаған, ең аз бұл бағытта жазған Абай.kz сайты – 88 мақала (2-кесте).

Негізінен мәселе өршіген сайын, мақала саны да көбейіп отырған. Террористік актілер орын алған жылдары тіптен мақала күнде шыққан. Бірақ халық тарапынан бұл мәселеге қызығушылық төмендеген сайын, мақалалар да азая бастаған. Жалпы мақалалар санының шыңы 2016 жылға сай келді. 2016 жылы Алматы қаласында орын алған террористік акт ақпараттық кеңістікті де жарды. 2016 жылдың шілде айында ғана әр сайт бұл мәселеге шамамен 10 мақала жазды.

## 2-кесте

№	Сайт атауы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Жалпы саны
1	Tengrinews.kz	269	159	143	166	278	406	195	32	1648
2	МИА Казинформ	169	215	177	240	363	738	303	57	2262
3	Вақ.kz	12	12	21	9	18	268	92	27	459
4	Абай.kz	19	6	5	4	9	22	16	7	88
5	rus.azattyq.org	167	165	184	159	322	484	549	220	2250
6	Жалпы саны	636	557	530	578	990	1918	1155	343	6705

Журналистер негізінен радикал, террорист және экстремист секілді түсініктер арасында айырмашылық қоймайтындықтан, біз радикал, террорист және экстремист секілді анықтамаларды зерттеу аясында синонимдік терминдер ретінде теңестіріп, пайдалануды ұйғардық.

1. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы сипатталған радикалдар қатарына тарту жолдары

Радикалдар өз санын көбейту үшін әртүрлі әдістер пайдаланады. Интернет және әлеуметтік желі секілді коммуникация түрлері олардың жұмысын жеңілдеткендей. Себебі, көптеген радикалдар сол интернет арқылы ақпарат таратып, өз жақтаушыларын да сол жерден табады. Эксперттердің пікірінше, радикалдың құрығына діни сауаты жоқ, әлеуметтік жағдайы төмен, моральді-психологиялық мәселелерге душар болған адамдар ж.т.б. жағдайларға ұшыраған адамдар түсуі мүмкін.

Жалпы 2011 жылмен 2018 жыл аралығындағы сарапталған сайттарда, радикалдардың негізгі қатарына тартудың негізгі төрт жолы көбінесе айтылады: 1) Интернет және әлеуметтік желілер (электронды пошта, радикалдардың әрекетін баяндайтын бейнероликтер, сайттар, Twitter, Facebook, В Контакте, Telegram, WhatsApp) 2) Дәріптеу орындары (жалға алған пәтерлер, мешіт маңында уағыз айту мақсатында ашылған кафелер және дөнер сату нүктелері) 3) Шет елде теологиялық білім алуға кеткен жерлестер (Түркия, Мысыр, Араб елдері) 4) Визуалды ақпарат түрлері (үнпарақ, CD-дисктер, діни кітаптар, журналдар, флэш-карта).

Бұл радикалдар қатарына тартудың көбінесе кездесетін жолдары болды, бірақ арасында назарды аудартатын кейбір эксперттердің де дара пікірі бар. Мысалы, Azattyk.org сайтында шыққан мақала: «Бұл үшін уағызшылар арнайы технологияларды пайдаланады. Олар бұрыңғыдай мектептің және мешіттің алдында қарауылдамайды. Оның орнына олар қалалық

аудандардағы жасөспірімдер топтарын анықтайды. Олар жасөспірімдер арасындағы ең белсенді және беделді баланы таңдап, қайда баратынын және не істейтінін біледі. Осылайша олар бірте-бірте оған жақындайды. Содан кейін олар өздері ұстанатын ұстанымдардың артықшылықтары туралы әңгімелер жүргізеді, жасөспірімдер үшін қызықты тақырыптар бойынша әңгімелер көтереді және оларды өз қатарына шығарады. Осы топтардың көзқарасын бойына сіңірген жасөспірім оларды айналасындағы басқа жасөспірімдерге оңай таратады. Айта кету керек, сонымен қатар түрлі бейнебаяндар мен кітаптар бар» (Почему молодеют ряды осужденных «экстремистов»? Радио Азаттык март 03, 2015) Сонымен қатар, бұл да Azattyk.org сайтында шыққан саясаттанушы Талғат Мамырайымов пікірі: – Бұл әлеуметтік желілер арқылы жүзеге асатынына күмәнданамын, онда ислам мемлекеттерінің террористік ұйымдарының әлеуетті жұмысшылары жұмысқа қабылданады. Неліктен жұмысшылар деп отырмын, себебі лаңкестік – ең алдымен мамандар үшін жақсы жұмыс. Әлеуметтік желілер арқылы бейтаныс адамдарды қатарына тарту екіталай. Бұл нонсенс. Бұл бос әңгімелер. Бұл тек қана бетпе-бет мүмкін бола алады, – дейді Азаттыққа Талғат Мамырайымов («Девушки» в соцсетях зовут... к «джихаду» Радио Азаттык, Октябрь 27, 2014).

Радикалдардың өз қатарына қосу әдістері бұлармен шектелмейді әрине, бірақ бұл әдістер зерттеу барысында эксперттер мен журналистер арасында кеңінен айтылды. Бұл әдістерді білу, қатарына тарту жолдарының алдын алуға болады деген сөз. Жалпы талдап қарасақ, негізінен радикалдардың қатарына қосу ақпарат беруге сайып келеді. Олардың ақпаратына тойтарыс беру үшін, діни мәдениет қалыптастыру керек. Бұл тойтарыс берудің бірінші шебі ғана бола алады, өйткені радикалдар қатарына тек діни

сауаты төмен азаматтар емес, сонымен қатар жоғары білімі бар және ауқатты да азаматтар кіріп кетіп жатады. Бұл әрине радикалданудың себептерімен байланысты, оны біз келесі бөлімдерде қарастырамыз.

## 2. Радикалдардың құндылықтары

Құндылықтар дегеніміз – адамның ұмтылуға тиіс мақсаттары туралы жалпы қабылданған ұстанымдар (Н. Смелзер, 1998). Әр қоғамның қалыптасқан ұстанымдары, ережелері, құндылықтары және соның бәрін біріктіретін мәдениеті болады. Құндылықтар әр қоғамда әртүрлі болады, бірақ барлық дамыған және өркениетті қоғамға тән құндылық ретінде ол адам өмірі, денсаулығы, отбасы секілді құндылықтарды атауға болады, сонымен қатар белгілі бір қоғамның тарихи қалыптасуына орай, тек өзіне тән ұстанымдары болады. Қазақ қоғамы ежелден көшпелі халық болды, соның нәтижесінде өзіндік мәдениеті қалыптасты. Қазақ даласына ислам діні келгенімен, кейбір мәдениетке сіңіп кеткен элементтер ислам дінімен ұштасып кетіп, дін оларды ығыстырмады, керісінше, екі мәдениет элементі ұштасып, бірге өмір сүрді. Бірақ радикалдар керісінше ұлттық мәдениетпен дінді қарама-қарсы қойып, ұлттық мәдениетте қалыптасқан кейбір қазақи дәстүрлерді жаңадан енген элемент ретінде қарастырып, ислам дініне қарсы деп жатады. Мысалы, беташар қазақ мәдениетінде исламға дейін пайда болған дәстүрлердің бірі деп есептейді Гео-саяси институт директоры Асылбек Избаиров. Оның пікірінше, келіннің бетін ашу, отбасыға қабылдаудың белгісі – ол дегеніміз тікелей мұсылман мәдениетінен шыққанын көреміз (А. Избаиров, 2017).

Зерттеу барысында тенгри, казинформ, ВАQ.KZ секілді сайттарда радикалдардың құндылықтарын сипаттайтын мәліметтер таппадық, олар көбінесе Абай.кз және Азаттық.орг сайттарынан алынды. Жалпы Абай.кз және Азаттық.орг сайттарына шыққан мақалаларды сараптай келе, радикалдар ұлттық мәдениетке, дәстүрлерге қарсы екенін көруге болады. Негізінен радикалдар қарсы болатын екі бағыттағы құндылықтарды атап кетуге болады: рухани және саяси. Радикалдар рухани құндылықтарға қарсы (діни жораларға, ас беруге, 7 күн және 40 күн өткізуге, құлпытас қоюға (кейде қойылған тастарды бұзған), зиратта Құран оқуға, 7 атаны білуге, Яссауи, Арыстан баба және Бекет ата секілді қасиетті жерлерге табынуға, ұлттық музыка тыңдауға, келіннің үлкендерге сәлем беруіне). Егер саяси құндылықтарын айтсақ, ра-

дикалдар зайырлы мемлекетті жойып, шариат заңына сүйенген теократиялық мемлекет құрғысы келеді. Сонымен қатар, олар қоғамдағы теңдік жүйесін бұзып, әйелдердің қоғамдық және еңбек жұмыстарына айналысуға тыйым салады. Мемлекетті мойындамай, заңдарға бағынбайды, себебі оны жасап шығарған кәсірлер деп есептейді.

Радикалдар өз қауымдастығының ішінде ерекше топ болып өмір сүреді. Мемлекеттің ішіндегі белгілі бір әлеуметтік топ ретінде. Мұнда ер азаматтар әйелдерден жоғары, олардың құқықтары ескерілмейді. Әйел адамдарға күштеп бетін бүркетіп, басқа ер азаматтарға көрсетпейді, өзге ер азаматтар үйге келсе, өзі қонақтарды күтеді. Топ ішінде егер күйеуі террористік акт жасап көз жұмса, әйелі қауымдастықтан аластатылмайды, оны топ ішінде жаңа «Уәли» таңдалып, ол әйел соның айтқанымен өмір сүреді. Уәли болып тек қауымдастық ішінен ғана тағайындалады, егер әйелдің туыскандары намаз оқымаса немесе осы қауымдастықтың мүшесі болмаса, онда ол уәли болуға құқығы жоқ. Қауымдастық ішінде олар бір-бірін «ахи», «брат» және «сестра» деп атайды және тек олай деп тек қауымдастықтың мүшелеріне ғана айтады екен (Ж. Журсин, 2012).

Қауымдастық мүшелері ай сайын 3000 мың теңге жинап, оны қауымдастықтың ішінде жағдайы нашарларға беріледі екен. Қауымдастық тек намаз оқитындарды және олардың көзқарастарын дұрыс деп есептейтіндерді ғана қабылдап, өзгелерді кәпір деп есептейді.

Бұл мәліметтер жоғарыда аталған азаттық.орг және Абай.кз сайттарында жазылған мақалалардан сарапталынып, жүйелендірілді. Байқап отырғанымыздай, радикалдар қоғамның негізгі құндылықтарына қайшы құндылықтар дәріптеп, мәдениеттің ішінде субмәдениет ретінде қалыптасып отырғанын көруге болады. Себебі олар негізгі мәдениетке контрмәдениет ретінде шығып отыр және де әзірше локалды құбылыс болып отыр. Дегенімен, өте қауіпті, өйткені олар өздерінің құқықтары үшін күреске дайын және де барлық қолдан келетін әдістерді пайдаланбақ. Оларға қарсыласудың негізгі қару ретінде дәл осы БАҚ, интернет, әлеуметтік желіні пайдалана отыра, идеологиялық қарсылықты ұйымдастыру керек. Сол кезде ғана бұл қоғам дертінің таралуын тоқтатуға болады. Сонымен қатар, қоғамның бір әлеуметтік тобы ретінде мойындап, оларды зерттеу керек.

## 3. Радикалданудың себептері

Қоғамның радикалдану себептері жайлы пікір аралауан, дегенімен БАҚ-та басымдыққа ие бо-

лып отырған пікір, ол халықтың экономикалық-әлеуметтік жағдайы. Жалпы пікірлер желісін 3 негізгі бағытқа бөлуге болады:

Экономикалық-әлеуметтік себептер.

Саяси себептер.

Рухани себептер.

*Экономикалық-әлеуметтік себептер* ретінде әлеуметтік үміттердің жоғары деңгейі, жұмыссыздық, әлеуметтік теңсіздік, аймақтардың тең дамымауы, таныстық арқылы жұмысқа тарту, төмен қаржылық білім, әлеуметтік әділетсіздік, өмір деңгейінің күрт түсуі, баспана қолжетімсіздігі, дәстүрлі ислам қоғамының модернизациясы және қоғамдағы тез өзгерістер, әлеуметтік маргинализация деп көрсетілді.

*Саяси себептер* ретінде геосаяси аспект, жаһандану үрдісі, саяси құқықтардың жоқтығы, жемқорлық, өзін-өзі жүзеге асыру мүмкіндігі жоқ, дискриминация, сөз бостандығы, идеологиялық вакуум, биліктің радикализм секілді проблеманың бар екенін мойындамауы, заңды оппозицияны жойылуының нәтижесінде олардың орнын радикалдардың алуы, мемлекеттік басқару жүйесі және саяси институттардың деформациясы және саяси элитаның мемлекеттік басымдықтарды рухани емес, материалды құндылықтарға бет бұруы деген пікірлер көп кездесті.

*Рухани себептер* ретінде діни сауатсыздық, құндылықтар дағдарысы және қалауларының ауысуы, рухани мәселелер, білім сапасының төмендеуі және интернеттегі қолжетімді порнография адамның рухани азғыруына әкеледі деген негізгі көрсеткіштерді алдық.

Әрине, тек бір көрсеткіш қоғамның радикалдануына әкеледі деген сөз емес, себебі кейбір пікірлер осы үш себепті біріктіріп те айтты. Қазіргі таңда тек бір көрсеткіш радикалданудың себебі болмайтындығын айқындап отыр. Бірақ террористік актіге барған радикалдардың өмірбаянына қарасақ ішінде тек көбіне білімі төмен, діни сауатын интернеттен ашқан, толық емес отбасынан шыққан және мектеп кезінде ешқандай жетістіктермен көзге түспеген балаларды көріп жатамыз. Радикалдардың мінездемелерінде барлығы қарапайым, дінге келмегенге дейін тыныш, қой аузынан шөп алмас жігіт ретінде сипатталады. Сондықтан радикалды жолға түсудің себептері әр адамға индивидуалды болатынын дәлелдейді. Бәріне жаппай бір себепті келтіруге болмайды. Байқағанымыздай, әр террористің өзіндік ерекше тарихы бар.

4. Радикалдардың әлеуметтік-демографиялық сипаттамалары (жынысы, жасы, әлеуметтік жағдайы, мінездемелері)

Жалпы Қазақстанда ұсталған радикалдардың жасы әртүрлі, қалған көрсеткіштері (әлеуметтік жағдайы, білімі, мінездемелері) ұқсас десек болады. Негізінен ұсталған радикалдардың басым бөлігі ер азаматтар, тек бірнеше әйел бар. Негізінен, әйел адамдар 2011-2015 жылдары аралығында зерттелген сайттар мақалаларында болмады, тек 2015 жылдан кейін, олар жайлы ескертіле бастады. Бұл мүмкін әйелдердің радикалдануына себепші болған радикал күйеулерінің өлімімен байланыстыруға болады. Себебі, өзін-өзі жарып жіберген, Сирияға кетіп қалып қайтпай қалған немесе заңға қайшы әрекеттері үшін ер азаматтары ұсталып, жалғыз қалған әйелдер, бірақ радикалды идеядан бас тартпай, кейбіреулері кек алу үшін әрекеттер жасаған және кейбіреулері Сирияға кетуді насихаттаған болып шықты.

Адамның жас кезеңін 4 негізгі кезеңге бөлуге болады: 17-21 жас (жасөспірім), 21-35 жас (есейген шақ), 35-60 жас (кемел жас), 60-75 жас (егде жас) (Малая медицинская энциклопедия, 1991). Радикалдану дертіне көбіне 21-35 жас аралығындағы азаматтар шалдығады екен (3-кесте).

### 3-кесте

№	17-21 жас	21-35 жас	35-60 жас	60-75
1	15%	66%	17%	1%

Радикалдарға байланысты БАҚ-та берілген туысқандар сұхбатын оқысақ, олардың арасында ұқсастық байқауға болады. Радикалдар мінезі жұмсақ, ешкімге зұлымдық жасауға қауһары жоқ адамдар ретінде сипатталады. Сонымен қатар, көбінде тұрақты жұмыс болмаған, арнайы діни білімі жоқ, отбасы бар, отбасында бірнеше бала бар. Радикалдану механизмі бір, бірінші дінге келеді, содан кейін радикалды идеялар айтып, отбасынан алшақтай бастайды. Егер де ата-анасы намаз оқымаса, оларды кәпір деп айыптап, араласпайды, жиі дін тақырыбында сөйлеп, ұлттық дәстүрлерге қарсы шығады. Жалпы көптеген радикалдар үй ішін шетелге жұмысқа шақырды деп алдаған. Нәтижесінде Сирияға өтіп кеткен, кейбіреулері өздері өтсе, кейбіреулері бала-шағасын алып өткен.

3-кестеде да байқағанымыздай, 21-35 жас аралығындағы жастар радикалды идеяға ұрыншақ келеді. Жұмысқа қабілетті жастардың радикалдануы мемлекет үшін үлкен проблема. Себебі ретінде жұмыссыздық мәселесін айтып кетуге болады, бірақ бұл негізгі себеп болып табылмайды. Радикалданудың себебі көп, негізгі себептерінің бірі ретінде білім сапасы десек болады, байқағанымыздай, радикалды жолға түскен жастардың арасында білімді азаматтар саны өте төмен. Террористік актіге барғандар арасында жоғары білімді азаматтар жоқ. Қазіргі таңда радикалды жолға түсу тек экономикалық жағдаймен байланыстырмайтынын айтады, бірақ нақты террористік актіге барып жатқан ол біздің білімсіз жастарымыз. Қазіргі таңда радикалдардың өздерін бөлу керек секілді, себебі радикализм жолына білімсіздер немесе жағдайы төмен азаматтар ғана емес, сонымен қатар білімі жоғары және материалдық жағдайы жоғары адамдар да кіруде деп айтылуда, бірақ ескеретін жәйт бар. Білімі жоғары және материалдық жағдайы бар азаматтар саяси мақсатты қудалап, саяси мақсаттарға қол жеткізу үшін террористік топты қаржыландыруы мүмкін, бірақ олар өздерін жарып, террористік акт жасауға бармайды. Сондықтан радикалдардың өздері екіге

бөлінеді: террористік актіге баратын және оны қаржыландыратын радикалдар.

#### 5) Радикалдардың таралу географиясы

Радикалдардың таралу аймағын анықтау, зерттеу үшін маңызды болды, себебі, радикалдардың өршіген территориясын анықтау, сол аймақты зерттеп, қандай мәселелер қоғамның радикалдануына әкелгенін анықтауға болады. Зерттеу көрсеткендей, біздің мемлекетте тек кейбір аймақтар радикалдануға шалдыққан. Бұқаралық ақпарат құралдарын талдау кезеңінде, Батыс Қазақстан облысы жиірек аталды (4-кесте). Соның ішінде өзекті мәселе өршіп тұрған қалалардың бірі Ақтөбе болды.

Бүгінгі таңда, республиканың әкімшілік-аумақтық құрылымы жүйесіне 14 облыс, 2 республикалық маңызы бар қала, 175 әкімшілік аудан, 87 қала, 35 кент және 6 982 ауылдық елді мекен кіреді (Географиялық орны, табиғи-климаттық жағдайы). БАҚ талдау кезеңінде біз кесте жасап, оған тек мақала аясында ескертілген қала, облыс немесе облыстың аясындағы кішігірім қала, ауыл, аудан орталықтарын енгіздік. Кесте ауқымды болып кетпес үшін, аз рет аталған кішігірім ауыл, қалаларды ірі облыстарға біріктірдік. Сондықтан негізгі бөлініс облыстарға және бірнеше рет аталған ірі қалалар қағидасы ретінде бөлінді.

#### 4-кесте

№	Сайт атауы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Жалпы
1	Батыс Қазақстан облысы	8	12	11	5	6	12	7	0	61
2	Ақтөбе	8	8	1	1	5	48	4	1	76
3	Атырау	14	21	18	1	8	2	4	0	68
4	Орал	0	8	1	1	6	0	1	1	18
5	Алматы облысы	3	6	0	1	0	6	3	0	19
6	Алматы	2	5	1	4	2	12	5	1	32
7	Астана	3	0	4	2	10	6	4	0	29
8	Қарағанды облысы	5	1	7	3	2	17	4	1	34
9	Қарағанды	3	0	2	1	0	1	5	4	16
10	Оңтүстік Қазақстан облысы	9	3	0	5	3	4	7	7	38
11	Шығыс Қазақстан облысы	1	0	1	1	6	1	0	0	10
12	Солтүстік Қазақстан облысы	0	1	3	11	5	3	3	2	38

Жалпы егер де 2011 жылы Батыс Қазақстан аумақтары радикалдану көрсеткіші бойынша көшбасын бастап келе жатса, 2013 жылдан бастап, Қарағанды және Қарағанды облыстарында жағдай ушыға бастайды. Ол жақтағы кейбір ауылдар толығымен радикалдана бастаған. Мысалы, Қарағанды облысында орналасқан Гүлшат поселкесі. Сонымен қатар, Жезқазған, Сәтбаев, Теміртау қалаларында да жағдай ұшыққан. Әсіресе 2016 жылы, газет беттерінде осы қалалар радикалдар мекені ретінде жиі атанған. Бұл көбіне сол аймақтардың жұмыссыздық мәселесімен байланыстырады. 2015 жылға қарай, Шығыс Қазақстан облыстарында да радикалдану мәселесі өткір тұрды. Зыряновск және Аягөз қалаларында радикалдар өте көп ұсталып, тұрақты және тыныш аймақтардың бірінен, қауіпті аймақтардың біріне айналды. Аягөз Қазақстанның моноқалаларының бірі, белсенді әрі әлі де салынып жатқан қала дегенімен, ол жақтың да жастары жұмыс іздеп Алматы қаласына келеді. Жұмыссыздық мәселесі де осы моноқалаларда да өткір тұр. Егер Республикалық маңызы бар Алматы және Астана қалаларын айтсақ, бұл қаланың байырғы тұрғындарының арасындағы радикалдар емес, көбіне өзге аймақтан келген радикалдар дәл осы қалаларда пана тауып, өзіне жақтастар іздейді. Себебі бұл қалаларда жұмыс іздеп, арман қуып, бірақ жұмыс таппай, үміті үзілген жастар көп. Радикалдарға да керегі осындай жастар.

### Қорытынды

Қорытындылай келе, бірнеше тұжырымдамалар жасауға болады:

Біріншіден, журналистер радикализм, терроризм және экстремизм секілді түсініктер арасында ешқандай айырмашылық қойып қолданбайды. Журналистер үшін барлығы бірдей.

Екіншіден, БАҚ радикалдарды тек негативті тұрғыдан немесе жалпы ақпарат берумен тыйылады. Тек «Азаттық» сайтының позициясы басқа болды, бұл сайт адам құқықтары, сөз бостандығы, дін бостандығы секілді демократиялық құндылықтарға сүйене отыра радикалдарды бірінші кезекте адам ретінде көргісі келді.

Үшіншіден, орыс тілді және қазақ тілді сайттарда жаңалық жеткізу стилі ұқсас, дегенімен BAQ.KZ сайтында радикализм тақырыбына арналған жиындар, конференциялар секілді ақпарат көп.

БАҚ өкінішке орай радикализм мәселесін терең зерттемейді. Күнделікті болып жатқан оқиғаны баяндаумен шектеледі. БАҚ радикалдың тек негативті образын қалыптастырады, мәселені терең қарастырмайды, журналистік тергеулер жоқтың қасы. Тек Азаттық сайты радикалдардың тұрғылықты жерлеріне барып, сұхбат алып, радикалданудың себептерін білуге тырысқан. Тенгри және Казинформ сайттары алғашқы кезеңде тек Қазақстан ішінде болып жатқан террористік актілерді немесе ұсталған радикалдарды баяндады, уақыт өте келе халықаралық терроризм мәселелерін қозғай бастады. Абай.кз сайты радикализм мәселесіне көптеген мақалаларын арнаған, бірақ журналистік тергеулер жоқ. Көбіне эксперттік пікірлерді бір-бірінен көшіріп жазады.

БАҚ мемлекеттің негізгі идеологиялық қаруларының бірі болып есептеледі. Сондықтан радикализммен күресуде маңызды орын алады.

### Әдебиеттер

- Baltar, Fabiola; Brunet, Ignasi. «Social research 2.0: virtual snowball sampling method using Facebook»// [https://www.researchgate.net/publication/216554965\\_The\\_use\\_of\\_Facebook\\_in\\_social\\_research\\_The\\_virtual\\_snowball\\_method\\_applied\\_to\\_the\\_study\\_of\\_immigrant\\_entrepreneurs\\_in\\_Spain/download](https://www.researchgate.net/publication/216554965_The_use_of_Facebook_in_social_research_The_virtual_snowball_method_applied_to_the_study_of_immigrant_entrepreneurs_in_Spain/download)
- Bethlehem, J.; Biffignandi, S. (2012). Handbook of Web Surveys. Wiley Handbooks in Survey Methodology. New Jersey: John Wiley & Sons, p. 567.
- Dillman, D.A. (2006). Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method (2nd ed.). New Jersey: John Wiley & Sons. // <http://garfield.library.upenn.edu/classics1990/A1990CW18500001.pdf>
- Giddens, Anthony (2001) Sociology. Cambridge: Polity Press, p.256.
- Goodman, L.A. (1961). «Snowball sampling». Annals of Mathematical Statistics. 32 (1): 148–170 // [https://projecteuclid.org/download/pdf\\_1/euclid.aoms/1177705148](https://projecteuclid.org/download/pdf_1/euclid.aoms/1177705148)
- Gräber D. (1993). Mass Media and American Politics. N.Y: CQ Press, p. 85.
- Groves, R.M.; Fowler, F. J.; Couper, M.P.; Lepkowski, J.M.; Singer, E.; Tourangeau, R. (2009). Survey Methodology. New Jersey: John Wiley & Sons, p. 156.
- «How to Use Online Tools for Customer Surveys» // <https://www.inc.com/guides/2010/07/how-to-use-online-tools-for-customer-surveys.html>
- SurveyMonkey «How it works» // [https://www.surveymonkey.com/mp/take-a-tour/?ut\\_source=header](https://www.surveymonkey.com/mp/take-a-tour/?ut_source=header)

Vehovar, V.; Lozar Manfreda, K. (2008). «Overview: Online Surveys». In Fielding, N.; Lee, R. M.; Blank, G. The SAGE Handbook of Online Research Methods. London: SAGE. pp. 177–194.

Асылбек Избаиров. Традиции казахского народа глубоко переплетены с предписаниями ислама // <https://www.zakon.kz/4871383-asylbek-izbairov-traditsii-kazahskogo.html>

Возраст // Малая медицинская энциклопедия. – М.: Медицинская энциклопедия. 1991–96 гг // [https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_medicine/6653/](https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_medicine/6653/)

Географиялық орны, табиғи-климаттық жағдайы // <http://www.parlam.kz/Information.aspx/kazakhstan>

Исповедь вдовы первого казахского смертника // [https://rus.azattyq.org/a/terakt\\_makhatov\\_knb\\_aktobe\\_24487443.html](https://rus.azattyq.org/a/terakt_makhatov_knb_aktobe_24487443.html)

Смелзер Н. Социология: пер. с англ. – М.: Феникс, 1998. // [https://scepstis.net/library/id\\_580.html](https://scepstis.net/library/id_580.html)

### References

Baltar, Fabiola; Brunet, Ignasi. «Social research 2.0: virtual snowball sampling method using Facebook» // [https://www.researchgate.net/publication/216554965\\_The\\_use\\_of\\_Facebook\\_in\\_social\\_research\\_The\\_virtual\\_snowball\\_method\\_applied\\_to\\_the\\_study\\_of\\_immigrant\\_entrepreneurs\\_in\\_Spain/download](https://www.researchgate.net/publication/216554965_The_use_of_Facebook_in_social_research_The_virtual_snowball_method_applied_to_the_study_of_immigrant_entrepreneurs_in_Spain/download)

Bethlehem, J.; Biffignandi, S. (2012). Handbook of Web Surveys. Wiley Handbooks in Survey Methodology. New Jersey: John Wiley & Sons, p. 567.

Dillman, D.A. (2006). Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method (2nd ed.). New Jersey: John Wiley & Sons. // <http://garfield.library.upenn.edu/classics1990/A1990CW1850001.pdf>

Giddens, Anthony (2001) Sociology. Cambridge: Polity Press, p.256.

Goodman, L.A. (1961). «Snowball sampling». Annals of Mathematical Statistics. 32 (1): 148–170 // <https://projecteuclid.org/download/pdf1/euclid.aoms/1177705148>

Gräber D. (1993). Mass Media and American Politics. N.Y: CQ Press, p. 85.

Groves, R.M.; Fowler, F. J.; Couper, M.P.; Lepkowski, J.M.; Singer, E.; Tourangeau, R. (2009). Survey Methodology. New Jersey: John Wiley & Sons, p. 156.

«How to Use Online Tools for Customer Surveys» // <https://www.inc.com/guides/2010/07/how-to-use-online-tools-for-customer-surveys.html>

SurveyMonkey «How it works» // [https://www.surveymonkey.com/mp/take-a-tour/?ut\\_source=header](https://www.surveymonkey.com/mp/take-a-tour/?ut_source=header)

Vehovar, V.; Lozar Manfreda, K. (2008). «Overview: Online Surveys». In Fielding, N.; Lee, R. M.; Blank, G. The SAGE Handbook of Online Research Methods. London: SAGE. pp. 177–194.

Асылбек Избаиров: Традиции казахского народа глубоко переплетены с предписаниями ислама // <https://www.zakon.kz/4871383-asylbek-izbairov-traditsii-kazahskogo.html>

Возраст // Малая медицинская энциклопедия. – М.: Медицинская энциклопедия. 1991–96 гг // [https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_medicine/6653/](https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_medicine/6653/)

Географиялық орны, табиғи-климаттық жағдайы // <http://www.parlam.kz/Information.aspx/kazakhstan>

Исповедь вдовы первого казахского смертника // [https://rus.azattyq.org/a/terakt\\_makhatov\\_knb\\_aktobe\\_24487443.html](https://rus.azattyq.org/a/terakt_makhatov_knb_aktobe_24487443.html)

Смелзер Н. Социология: пер. с англ. – М.: Феникс, 1998. // [https://scepstis.net/library/id\\_580.html](https://scepstis.net/library/id_580.html)