

**КИЕЛІ ОРЫНДАР
ТЕРРИТОРИЯНЫ
БРЕНДІЛЕУ ҚҰРАЛЫ
РЕТІНДЕ****Кіріспе**

Соңғы кездері Қазақстанда (сонымен қатар басқа елдерде де) киелі орындарға, қасиетті жерлерге ғибадат, зиярет етуге барушылар саны күннен күнге артуда. Бірі бұны «қажылық» деп атаса, бірі діни туризм деп атайды. Діни туризм дегеніміз қасиетті, киелі жерлерге, діни орталықтарға саяхат жасау. Діни туризм бірнеше түрге бөлінеді: қажылық туризм, эзотерикалық туризм, сакралды туризм. Қажылық туризм дегеніміз әртүрлі конфессия өкілдерінің арнайы қасиетті жерге ғибадат ету үшін, құлшылық ету үшін саяхат жасауы. Эзотерикалық туризм дегеніміз өзінің дәстүрлі діни дүниетанымын кеңейту мақсатында қасиетті жердің тылсым күштерін түсіну үшін жасалатын саяхат. Сакралды туризм дегеніміз белгілі бір киелі орынға бару арқылы өзін басқа әлеммен байланыстыру және өзінің бірегейлігін қалыптастыру. Сакралды (ағылшын тілінен «sacral» және латын тілінен «Sacrum» – қасиетті, құдіретті) – белгілі бір объектіге бірегей мағына беретін, ерекше құндылыққа айналдыратын, күнделікті түсініктер мен заттардан өзгеше иррационалды, мистикалық мән беретін дүниетанымдық категория. Сондықтан да пәнаралық ғылымдарда «қасиетті», «киелі», «құдіретті» сөздері тұтас «сакралды» деп қолданылады.

Қасиетті жерлерге, киелі орындарға ғибадат ету кең өріс алуы Бүкіләлемдік туристік ұйым UNWTO-ның діни туризмді XXI ғасырдағы туризмнің ең перспективті (үмітті) бағыты ретінде қабылдауына себепші болды.

Қазіргі кезде елдер, аймақтар мен қалалар арасындағы бәсекелестіктің өсуіне байланысты осы тенденцияны пайдалану арқылы әрбір аймақ өз территориясының танымалдылығын қалыптастыруы қажет. Бұл біріншіден, заман талабы; екіншіден, «Қазақстан 2050» стратегиясында айтылғандай бәсекелестікке қабілетті ел болуымыз бен 30 дамыған елдер қатарына қосылуға әрекет жасаудың бірден-бір тиімді жолы. Осы арқылы қарастырылып отырған тақырыбымыздың өзектілігін айқындаймыз.

Қазақстанның территориясы киелі жерлерге, қасиетті орындарға бай. Ол жерлерге әртүрлі мақсатта зиярет ету кең өріс алып отыр. Мұны халықтың ұлттық бірегейлігін құрасты-

рудың бір формасы ретінде және территорияның танымалдылығын қалыптастырушы құрал ретінде қарастыруға болады.

Зерттеу объектісі – Қазақстан территориясындағы киелі орындар мен қасиетті жерлер.

Мақаланың мақсаты – территорияны бренділеу үрдісінде негізгі құралдардың бірі болып саналатын киелі орындар мен қасиетті жерлерді талдау және олардың мәнін ашу.

Зерттеу тақырыбымыздың маңыздылығы Ұлт жоспары – бес институционалдық реформаны жүзеге асыру жөніндегі 100 нақты қадам жобасының 86-шы қадамындағы «Қазақстан Республикасының туристік саласын дамыту», 87-ші қадамындағы «әрбір азаматқа және шетелдік туристке ел туралы көбірек ақпарат беру, елдің тарихы мен мәдениеті, қызықты оқиғалары және қарапайым қазақстандықтардың өмірі туралы ақпараттар дайындау» жоспарларына сәйкес Қазақстан территориясындағы киелі орындар мен қасиетті жерлерді зерттей отырып, ақпарат беру.

«Киелі орын», «қасиетті жер» түсінігі

Зерттеу тақырыбымыздың релевантты зерттеу әдістемесін анықтауға мәдениет антропология Ұлан Биғожиннің «В Казахстане сейчас идет бум святых мест» (Ұлан Биғожин, <http://caa-network.org/archives/5947>, а) атты интервьюі негіз болды. Ұлан Биғожиннің пікірінше «Қазақстанда ұлттық бірегейлікті қалыптастырудың бір тәсілі ретінде қасиетті жерлерге деген қызығушылық 90-жылдың аяғындағы Елбасымыз Н.Ә. Назарбаевтың «Біздің жолымыз – Қожа Ахмет Ясауи жолы», сонымен қатар, «біздің өзіміздің толерантты, дәстүрлі қазақ исламымыз» бар деген сөздерден басталады» (Ұлан Биғожин, <http://caa-network.org/archives/5947>, б). Яғни, киелі орындар, қасиетті жерлер ол тек діни көзқарас, наным-сенім ғана белгісі емес, ол мемлекеттің ұлттық бірегейлігін қалыптастырушы, мәдениетіміз бен салт-дәстүрімізді дәріптейтін, айқын көрсететін құрал екенін байқаймыз.

Киелі орын, қасиетті жер деген ұғымдар сонау ерте заманнан келе жатыр. Заман өзгерген сайын, адамдардың қажеттіліктері мен сұраныстары өзгерген сайын оларға деген көзқарастар да өзгерді. XIX ғасырдан бастап киелі орындар мен қасиетті жерлерге деген жаңа көзқарастар қалыптаса бастады. Бұған себеп болған ғылымдағы пәнаралық көзқарастар мен әдістемелер.

Роджер Штамп «The Geography of Religion: Faith, Place, and Space» (Roger W. Stump, 2008)

атты еңбегінде діни практикалар мен сенімнің кеңістік пен орынға байланысты екенін айтады. Роджер Штамп бойынша әртүрлі діни көзқарастардың қалыптасуы, көшіп-қону үрдісі, діни практикалар мен культтердің жүзеге асырылуы қасиетті кеңістіктердің қалыптасуына себепші болды. «Дін географиясы» еңбегінде киелі кеңістіктердің пайда болуын анықтау үшін діни топтардың көшіп-қону үрдісін зерттейді. Сол сияқты қазақстандық дінтанушы ғалым Ә. Муминовты өзінің «Родословное древо М. Ауезова» (Муминов А.К. 2011) еңбегінде «қожалардың» көшіп-қону үрдісінің негізінде Қазақстанның көптеген жерінде киелі орындардың пайда болғандығы туралы дәлелдер келтіріп өткен.

Энциклопедиялық түсіндірмелерде «киелі орын» дегеніміз (латын тілінен – sacer) – ерекше мәні бар қайталанбас объектілері бар орын. Онтологиялық тұрғыда «киелі» күнделікті болмыстан ажыратылатын шынайылықтың жоғарғы деңгейі; гносеологиялық тұрғыдан ақыл жетпейтін ақиқат білім; феноменологиялық тұрғыда таңқалдыратын ғажап дүние; аксиологиялық тұрғыда абсолютті, императивті құбылыс (Степин, В.С. 2010 : 91).

Күнделікті өмірде «киелі орын» аруақтармен немесе адам ақылына симайтын сиқырмен сипатталады.

Киелі орындар бүгінгі таңда тарихи есте-лік орындары ретінде көптеген ғалымдардың зерттеу объектілеріне айналып отыр. Көптеген пәнаралық зерттеулер жүргізіліп отыр, бірақ оның мәнін түсініп, сиқырын ашу әлі де болса ғалымдардың қолынан келе алмай отыр.

Әлеуметтанушы Э. Дюркгейм барлық діндерді әлемді – пендешілік және қасиетті деп екі салаға бөліп көрсетеді дейді. Дюркгейм бойынша сакралдылық – әлеуметтік құбылыс, қоғамдық топтар өздерінің әлеуметтік және моралдық ниеттеріне қасиеттілік бейнесін, нышандарын береді. Сол арқылы ұжымдық талаптарға табынуды талап етеді.

“It is absolute. In all the history of human thought there exists no other example of two categories of things so profoundly differentiated or so radically opposed to one another” (Durkheim, E. 1915:38).

Дюркгейм бойынша, сакралдылықтың маңызды белгісі – оның қол сұқпаушылығы, жекешелігі және құпиялылығы.

Дюркгейм тұжырымдамасын сынға алған Р. Отто «қасиеттілік» пен «киелілікті» иррационалды бастама деп түсіндіреді. Өзінің «Святое» атты еңбегінде «сакралдылықты», «қасиет-

тілікті», «киелілікті» түсіндіру үшін әртүрлі ұғымдарды қолданады. Р. Отто діни тәжірибелерді зерттеу барысында киелі категориясының априорлық бастамасын айқындайды. Неміс философы Р. Отто киелі категориясын «нуминоз» деген сөзбен алмастырады (латын тілінен *numen* – құдай құдіреттілігінің белгісі); нуминоздың психологиялық ерекшелігін айқындай отырып, «*mysterium tremendum*» сезімімен (адамды экстатикалық күйге әкелетін құпияға иландыратын сезім) байланыстырады. Киелілікті сипаттайтын тағы бір сезім түрі «*fascinans*» сезімі (латын тілінен *fascino* – еліту, арбау) – құпиямен қарым-қатынасқа түскен кезде әрбір адамның бойында пайда болатын масаттану, тартылыс, таңғалдырарлық сезімнің пайда болуы. Нуминоздық сезімдер кешені пайда болған кезде ол абсолютті құндылық дәрежесіне ие болады. Осы құндылықты Отто «*sanctum*» (латын тілінен – қасиетті, киелі), иррационалдылық тұрғысында «*augustum*» (латын тілінен – құдіретті, қасиетті) деп атайды (R. Otto. 2008 : 132).

Қазақ жері киелі орындарға бай. Егерде, әлеуметтанушы Э. Дюркгейм және неміс философы Р. Отто киелілік жеке адамның қабылдауымен анықталады деп санаса, Тәңіршілдік дүниетанымында «жер» ол өсіретін, ұрпақ жалғастыратын тіршіліктің көзі.

«Қасиетті жер», «киелі орын» ұғымдарын идеологиялық және күнделіктілік тұрғысынан түсіндіруге болады. Идеологиялық деп тұрғаным мемлекеттік маңыздылығы бар «қасиетті жерлер», екіншісі күнделікті халықтың сұранысына ие болып отырған, жеке ұрпақтың ата-бабасымен байланысты «қасиетті орындар». Әрбір киелі орын өзінің әлеуметтік, мәдени, саяси, діни функцияларын атқарады. Күнделікті қарапайым адам мен діни адамның, ғалымның қабылдауының нәтижесінде әртүрлі тұжырымдамалар мен түсініктер қалыптаса береді, бірақ сол орын немесе жер ешқашан өзінің жекешелігін, ерекшелігін жоғарылатпайды.

Киелі жерлерді аймақтың танымалдылығын қалыптастыру үшін территорияны брендiлеу құралы ретінде алу себебiм қазiргi таңда территорияны брендiлеу өзектi пәнаралық мәселелердiң бiрi болып отыр. Бүгiнгi жаһандану қоғамында рухани және материалды мәдениет жемiстерi мен өнiмдерi экономиканың басты капиталы, қаржы көзi, инвестиция көзi.

Бiздiң мақаламызда «киелi орын», «қасиеттi жер» брендiлеу механизмiндегi суббренд болып табылады.

«Бренд», «мәдени брендинг» түсінігі

Биыл егемендігімізге 25 жыл толды. Жас мемлекетпіз. Алдымызда әлі талай асулар мен белестер, шығатын шыңдар бар. Дұрыс қойылған мақсат, дұрыс таңдалған жол әрдайым үлкен жетістіктерге әкеледі.

2016 жылдың қыркүйек айында Қазақстан Республикасының Мәдениет және спорт министрлігі «Қазақстанның ұлттық брендін қалыптастыру» атты байқау жариялады. Байқаудың мақсаты – Қазақстан Республикасының Ұлттық брендін қалыптастыру туралы үздік ұсыныстарды ашық байқау арқылы анықтау және жасау. Негізгі міндеттері: 1) халықаралық аренада Қазақстанның имидждік танымалдылығы мен тартымдылығын жетілдіру; 2) қазақстандықтардың патриоттық сезімін нығайту; 3) қазақстандық туристік объектілерді ақпараттық жарнамалауға көмектесу және шетелдік инвестицияларды тарту (<http://mic.gov.kz/kk/competition>).

Әрине, отанына деген сүйіспеншілігі жоғары адамдар мен ғалымдар аудиториясы, кәсіпкерлер және тағы басқалары байқауға белсене қатысты. Әр қайсысы әртүрлі ұсыныстарын жасады. Біріншіден, «ұлттық бренд» дегеніміз не? деген сұрақ туындайды. Әрине бренд деген сөз сонау орта ғасырдан келе жатқан ұғым. «Бренд» сөзі ағылшын тілінен енген, «марка», «таңба» деп аударылады. «Бренд» сөзінің нақты анықтамасы жоқ. Қазіргі әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдарда «бренд» сөзін «имидж», «бейне» сөздерімен байланыстырылады. Ал «брендинг» сөзі ХХІ ғасырда кеңінен қолданылып жүрген ұғымдардың бірі. Брендинг – ол тауардың немесе қызметтің имиджін қалыптастыруға бағытталған іс-шаралардың кешені. Қысқаша айтқанда, брендинг – ол брендті басқару. Брендингтің мақсаты брендтің нақты, анық бейнесін жасау және қарым-қатынас, байланыс бағыттарын қалыптастыру. Брендингтің міндеті нарықты зерттеу, өнімді жайғастыру, (brand name) атын жасау, визуалды жүйелендіру мен вербалды сәйкестендіру, бренд идеясын бейнелейтін және тасымалдайтын сәйкестендіруші және коммуникациялық тасымалдаушыларды қолдану жұмыстарын атқарады.

ХХ ғасырдың екінші жартысынан бастап территория және сол территориядағы орналасқан құбылыстар мен заттар, табиғи процестер территорияның сұранысын қалыптастыратын құралдарға айналып отыр.

«Территорияны брендiлеу» ұғымы алғаш рет 1993 жылы Дональд Хайдердiң, Филипп Котлердiң, Ирвинг Рейннiң «Маркетинг территорий» атты кiтабында қолданылды. Бұл мамандардың айтуы бойынша «қазiргi заманда адамдар тұтынушы, ал территория – тауар» (Philip Kotler, 1999 : 63). Осы кезден бастап елдi, аймақты, қаланы және жекелеген территорияларды кәсiби жылжыту, танымал ету мәселесi басталады. Бұл елдiң, аймақтың, қаланың әлеуметтiк, экономикалық дамуы үшiн өте қолайлы iске айналды.

Осыған орай, американдық саясаткер, қоғам қайраткерi Саймон Анхольт 2002 жылы қолданысқа «Орын брендингi (Брендинг места)» ұғымын енгiздi. С. Анхольт бойынша территориялық брендинг жылжыту және алмасу актi болып саналады, бiрақ оны өзiндiк мақсат ретiнде ғана қарастырмау керек, оны елдiң немесе қаланың имиджiн және абыройын қалыптастырудың мүмкiндiгi ретiнде қарастыру керек (Anholt, S. 2009 : 106). Мақаланың мақсаты елдiң имиджiн жасауда, мәдени брендингтi қалыптастырудағы мұражайлардың рөлiн анықтау.

«Брендингтiң мәні тереңде, яғни қолда бар құралдардың барлығын қолдана отырып аймақ туралы әсер қалыптастыру. Осыған байланысты территорияны дамытудың парадигмалары өзгередi. Ескi модельдер жаңа заманның талаптарына жауап бермейдi. Аймақ әлеуметтiк-экономикалық қатынастың субъектiсiне айналады» (Якубова Т.Н. 2014: 484-488).

Халықтың орналасқан территориясы мен сол территорияда орналасқан материалды және рухани құндылықтар, тарихи-мәдени мұралар брендiлеу үрдiсiндегi суббрендтер болып табылады.

Қазақ даласындағы «киелi жердiң» ерекшелiктерi және мәдени практикалар

Белгiлi бiр территорияны немесе орынды қандай құбылыс қасиеттi етедi және брендке айналдырады? Steve Brie, Jenny Dagers және David Torevell қалалық кеңiстiктердi зерттеу барысында адамдардың шоғырланған жерлерiне барған. Үшеуiнiң бақылауы бойынша адамдар көбiнесе монастырлардың, шiркеулердiң қасына белгiлi бiр мерекелерде немесе басқа бiр рәсiмдердi орындауға жиi жиналады.

«Monasteries are self-evidently different from exhibition spaces. But any monastery shares with this exhibition the conscious aim of building a physical environment which mediates a series of meanings, a cultural framework which speaks both of the interior values and of the interpersonal

perspectives of the individuals who inhabit it. In the case of a monastery, this local culture, as we might term it, stands in contrast to culture which prevails in the society around it. In the Seeing Salvation exhibition, gallery visitors were invited to sojourn within such an alternative culture of a shorter or longer time, and the letters they wrote to the curator reflect the varying results of their stay»(Steve Brie 2009a : 10).

Steve Brie бойынша монастырь ерекше мәдениеттi қалыптастыратын орын. Сакралды кеңiстiктi iздеу жемiсi. Монастырь христиан халқы үшiн қасиеттi жер, бұл көрме кеңiстiгiнен әлде қайда өзгеше, кейбiр адамдар бұл жерге зиярет ету үшiн келiп жатса, екiншiлерi бұл жерге турист ретiнде өзге мәдениеттiң құндылығымен танысуға келедi. Ендеше киелi орындар тек құлшылық ету орны ғана емес, ол территорияны айқындайтын және мәдениеттiң ерекшелiгiн көрсететiн құндылық болып саналады.

Steve Brie, Jenny Dagers және David Torevell киелi орындарға барудың екi қырын көрсетедi: «Two aspects of this exhibition and the visitors responses to it strike me as important here: one is fact this was an event taking place in public, in a shared space where many individuals were able to participate together in an encounter with their environment, and with one another; the second is that is exhibition invited its visitors to enter the realm of the creative imagination, of symbolic memory and archetypal pattern. This was a public space where, as Mac Greger puts it, universal questions engage the intelligence of the heart, so that our “interior spaces” and the exterior space we inhabit achieve a degree of congruence»(Steve Brie 2009b : 10). Бiрiншiден, бұл белгiлi бiр құбылыстар өткiзiлетiн қоғамдық кеңiстiк ретiнде қарастырылса, ал екiншiден, адамдардың шығармашылық елесiн, символикалық және архетиптiк бейнесiн қалыптастыратын кеңiстiк ретiнде айқындалады.

Зерттеулерге сүйенетiн болсақ, «киелi жерлердi» үш категорияға бөлiп қарастыруға болады: бiрiншiсi – әртүрлi дiнмен байланысты адамдармен жасалған «қасиеттi орындар»; екiншiсi – табиғат факторларымен пайда болған – емдiк сулар, емдiк балшықтар, дольмендер және тағы басқалары. Үшiншi категориясы екi категорияның араласуынан пайда болған «киелi жерлер».

Қазақстан территориясында орналасқан киелi жерлер осы категорияларға сәйкес келедi.

2004 жылы Қазақстан Республикасының Президентi Нұрсұлтан Назарбаевтың қолдауымен қабылданған «Мәдени мұра» мемлекеттiк

бағдарламасы аясында қазақтың тарихи-мәдени ескерткіштерін жаңғырту, дамыту істері жүзеге асырылды. Осы бағдарлама аясында мемлекеттік, әлемдік маңыздылығы бар киелі орындар мен киелі жерлер анықталып, қалпына келтірілген болатын. Мемлекеттік тұрғыда бекітілген киелі орындарға – Қожа Ахмет Яссауи кесенесі, Айша бибі кесенесі, Арыстанбаб кесенесі және т.с.с көптеген мазарлар мен кесенелер, мемориалды кешендер жатады.

Киелі жерлерге зиярет ету ғылыми тұрғыда «діни туризм» немесе «сакралды туризм» деп аталады. Қазақстанның төрт бұрышында да киелі жерлер мен қасиетті орындар көп. бірақ халық арасында үлкен сұранысқа ие болған ол – Оңтүстік Қазақстан, Батыс Қазақстан және Шығыс Қазақстан өңірлеріндегі киелі орындар. Өрқайсысына жеке тоқталып кетейін.

Оңтүстік Қазақстан облысындағы Түркістан мекені – кіші қажылық мекеніне айналды. Түркістанның тарихы өте бай. Ол Қазақ хандығының бірінші астанасы. Сонымен қатар Ұлы Жібек жолының сауда орталығы мен округі болған. Қаланың ескі аты – Яссы. Бірақ қазір Түркістан қазақ даласының киелі аймағына айналды. Адамдар бұл мекенге рухани азық алу үшін, сауығу үшін, жан азабынан арылу үшін келеді.

Шын мәнінде Түркістанға баратын адамдар тобын екіге бөлуге болады: біріншісі – зиярет етушілер, олар Арыстанбаб, Қожа Ахмет Яссауи, Гаухар ана кесенелеріне табыну үшін; Бесік төбеге зиярет ету (*аңыз бойынша Бесік төбе құрсақ көтере алмай жүрген әйелдерге аналық қуаныш сыйлайды екен*); Қасиетті Құдықтан су алуға (*халықтың айтуы бойынша бұл Құдық ниеті түзу, жүрегі таза адамдарға ғана су береді екен*) барса, ал екінші топ адамдар тарихи ескерткіштерді көруге, тарихи мұраларды өз қолымен ұстауға, киелі орындармен, кесенелермен, ескерткіштермен байланысты аңыз-әңгімелерді тыңдауға, ата-баба ескерткіштеріне құрмет көрсетуге және рухани теңдік табуға барады.

Арыстан баб кесенесі. XX ғасыр басындағы сәулет ескерткіші, көне Отырар жеріндегі сәулет өнері ескерткіші. Арыстан баб Қазақ даласына мұсылман дінін таратушы Қожа Ахмет Яссауидің ұстазы болған. Кесене қабірдің басына салынған. Кесене дәлізханадан, мешіттен, құжыраханадан, азан шақыратын мұнарадан, т.с.с. жеке бөлмелерден құралған. Халық арасында «Арыстан бабта түне, Қожа Ахметтен тіле» деген сөз бар. Бұл сөздің дәлелі, Түркістан өңіріне зиярет етуге келген адамдар міндетті түрде Арыстанбаба кесенесінде түнеуге қалған.

Арыстан баба кесенесінің маңында құдық бар. Ол құдықтан тұзды су шығады. Сол тұзды судың емдік қасиеті зор деседі.

Қожа Ахмет Яссауи кесенесі. Орта Азия мен Қазақстандағы теңдессіз тарихи жәдігер. Бұл ғажайып сәулет өнерінің туындысы өз бойына ертеден келе жатқан жергілікті және Шығыс мұсылман құрылыс тәжірибесін жинақтаған бірегей ғимарат. Бұл ғажайып ғимарат Әулиелердің Сұлтаны Құл Қожа Ахмет Яссауиге зор құрмет ретінде, оған деген халықтың шексіз сүйіспеншілігіне орай, Әмір Темірдің бұйрығымен 1397 жылы салына бастаған.

«Мәдинада – Мұхаммед, Түркістанда – Қожа Ахмет, ...» деп Әзірет Сұлтан ұлықтаған халқымыздың даналық сөзі Хақ Расулдың сүннетін бекем тұтып, Ислам Ақиқатын паш еткен, хал ілімі мен хикмет дәстүрін орнықтырған Яссауи бабамыздың Пайғамбарымызбен рухани жалғастығын, бүкіл мұсылман әлемінің өркендеуіне тың серпіліс берген діни, рухани ықпалын айғақтайды.

Қ.А. Яссауи сәулет ғимараты айқын, дәл әрі үйлесімді жоспармен салынған. Деректерде Әмір Темір кесененің салынуына бұйрық беріп, әрі жобасын жасауға да тікелей қатысқан. Қожа Ахмет Ясауи сәулет ғимараты – аса үлкен порталды-күмбезді құрылыс. Оның ені – 46,5 м, ұзындығы – 65 м. Ғимараттың орасан зор порталы (ені – 50 метрге жуық, порталдық аркасы – 18,2 м және биіктігі – 37,5 м) және бірнеше күмбезі бар. Оның орталық бөлмесінің төңірегінде түрлі мақсатқа арналған 35 бөлме салынған. Қ.А. Яссауи кесенесі жамағатхана, қабірхана, мешіт, кітапхана, үлкен ақсарай, кіші ақсарай, асхана, құдықхана және бірнеше құжыра бөлмелерден тұратын, діни-ғұрыптық, діни-ағартушылық, тұрмыс-салттық қызмет түрлерін атқаруға арналған аса күрделі, аса зор кешенді құрылыс болуымен ерекшеленеді (<http://www.madenimura.kz/kk/yassauy>).

Кесененің ғылыми зерттеуі XIX ғасырдың соңында басталды. Ескерткіштің сызбаларын дайындау үшін Түркістан қаласына бірінші ғылыми экспедиция (1905 жыл) профессор Н.И. Веселовский бастаған Орта және Шығыс Азияны зерттеу үшін Орыс комитетінің экспедициясы болды. 1922 жылдан бастап бірнеше комиссия құрылысты техникалық зерттеу жұмыстарына қатысты. Ескерткіштің егжей-тегжейлі зерттеулері 1952-58 жылдары (Б.Н. Засыпкин, Т.Ш. Карумидзе, Л.Ю. Маньковская, К.А. Шахурин), сондай-ақ 1970-80 жж. Б.Т. Тұякбаева, А.Н. Проскорин) жасалды.

Қожа Ахмет Яссауи мешіті бүкіл дүние мұсылмандары үшін қасиетті орынға айналды. Бұл кесенеге үш рет бару Меккеге жасалатын қажылықпен теңестірілді. Өз масштабы жағынан Ахмет Яссауи кесенесі Самарқандтағы (Өзбекстан) Бибі ханым мешітіне тең. Бүгінгі күні Түркістан – Ясыға ортағасырлық сәулет өнерінің теңдесі жоқ жауһарын тамашалау үшін дүние жүзінен туристер мен қажыға барушылар келіп жатады (<http://culturemap.kz/kk/object/mavzoleiy-hodji-ahmeta-yasavi>).

Гаухар ана кесенесі. Түркістан қаласында Қожа Ахмет Яссауи кесенесінен алыс емес жерде орналасқан. Кесене «Әзірет-Сұлтан» мемлекеттік тарихи-мәдени қорық-мұражайының құрамына кіреді. Гаухар ана емшілік қасиеттері арқасында көптеген адамдарға көмек көрсеткен. Қызықты жағдай – кесене маңында емдік қасиеттері бар артезиан суы шығатын құдықтар орналасқан. Гаухар ана кесенесіне құрсақ көтере алмай жүрген келіншектер, әйелдер зиярет етеді, кесенеге қонып дұға қылады. Сонымен қатар кесененің ауласында жуынатын орындар бар. Емдік қасиеті бар суға әрбір әйел-келіншектер міндетті түрде душ қабылдауы тиіс.

2009 жылы іс-сапармен, яғни студенттерді Қожа Ахмет Яссауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университетіне пәндік олимпиадаға апардым. Олимпиада аяқталғаннан кейін қонақтарды Түркістан қаласының тарихи-мәдени ескерткіштерімен таныстыру мақсатында мәдени тур ұйымдастырылды. Сол кезде Арыстан баб кесенесіне бардық, құран оқытып шыққаннан кейін, бір студент «бәріміздің арманымыз орындалатын шығар, ішейік» деп құдықтан су алып бәрімізге үлкен ожауға құйып алып бәрімізге ішкізді. Суды әрқайсысы әртүрлі қабылдады, әрине барлығы «өте ащы», «мынау – тұз ғой», «мынау – у ғой» – деп әртүрлі «комментарийлермен» қабылдап, бірақ бір-бір ұрттап ішті. Екінші сапар Қожа Ахмет Яссауи кесенесі болды. Ол жердің архитектурасын тамашаладық, жер астына түстік, ол жердегі әрбір бөлменің бүгінгі күнге дейін сақталғанына таң қалдық. Ескі моншаны да көрдік. Сол кезде зиярет етушілер аз болды. Келген адамдар ғимараттың архитектурасының әсемдігіне және қабырғалардағы жазуларға тамсана қарайтын. Экскурсия аяқталды деп қайтып бара жатқан кезде, мынау Гаухар ана кесенесі – Қожа Ахмет Яссауидің қызының кесенесі деп таныстырды. Менің ұсынысым бойынша тоқтап, ол жерге де кіріп құран оқытып шықтық. Сол кезде ішіндегі бір әйел су ішіндер, бұл судың емдік қасиеті

зор деді. Солай қраннан ағып тұрған судан бәріміз бір кеседен ішіп қайттық. Университетке қайтып оралып, комиссия мүшелерімен әңгімелесіп отырғанда, комиссия төрағасы Досай Кенжетай: «Құралай ханым Түркістан қалай екен, не көрдіңіз? не ұнады?» – деп сұрады. Мен барған жерлерімді баяндап айтып бердім. Сол кезде ол кісі маған «осы жерден қайтқан соң бірінші ұл туасың, екінші қыз туасың» – деп жорамал айтып қалжыңдады. Киелі жердің құдіреті ме, әлде төрағаның аузының салымы ма, 9 жыл отау құрып, құрсақ көтере алмай жүрген мен, екі айдан кейін құрсақ көтердім. Ол кісі айтқандай дүниеге ұл әкелдім.

Қазақ жеріндегі киелі орындардың бірі – Маңғыстау өңірі. Маңғыстау – Қазақстан Республикасының қиыр оңтүстік бағытындағы ірі аймақтарының бірі. «Ұйқыдағы ару» атанған бұл өлке еліміздің мұнайы мен газын беріп отырған қазына түбегі.

Маңғыстау өңірі туралы зерттеулерін көптеген ғалымдар жазған. Бірақ соның ішінде ерекше атап кететінім, Серікбол Қондыбайұлының «Маңғыстау географиясы. Маңғыстау мен Үстірттің киелі орындары» атты кітабы, ол «Маңғыстау» сөзінің этимологиясынан бастап Маңғыстау өңірінің тарихи-мәдени ландшафттарын зерттеген. Әсіресе осы өлкенің киелі орындарының мәнін мифологиялық көріністер арқылы түсініктемелер берген.

Мәселен, Серікбол Қондыбайұлының өзінің еңбегінде «Маңғыстау» сөзінің шығу тарихын 1985 жылы жарық көрген Е. Қойшыбаевтың «Қазақстанның жер су аттары» (Қойшыбаев Е. 1985 : 43-44) сөздігіндегі Маңғыстау атауының шығу тегі туралы төрт болжамына сүйенеді. Біріншісі: өлке аты «мың» және «қыстау» тіркесінен шыққан. Екіншісі: ноғайдың «менк» деген тайпасының атынан ауысқан. Үшіншісі: көне түркі тіліндегі (түркмен тіліндегі) «ман» төрт жастағы қой сөзіне «қышлақ» жалғауы арқылы қалыптасса, төртіншісі: Е. Қойшыбаевтың өз болжамы «Маңғыштағ» «құбыжықтар тауы» дегенді білдіреді.

Серікбол бойынша Шығыс түркі (ұйғыр, салор, тува, алтай, шор, т.с.с.) және моңғол мифологиясында «маңғыш» (маңғыс, мангус) айдаһар, керемет құбыжықтар дегенді білдіреді. Түркілерде құбыжықтар жақсы және жаман қасиетке бірдей ие. Серікбол Е.Қойшыбаевтың тұжырымдамасын негізге ала отырып әртүрлі дәлелдер келтіреді. «Біріншіден, Маңғыстауда тұрған халық «дай, алан» жыланды, айдаһарды немесе басқа бір үрейлі мақұлықты қасиетті,

киелі (тотем) деп санауы ықтимал. Оның үсіне Маңғыстау облысында кездесетін Отман, Маната, Маңсуалмас, Манашы, Маңғар, Ақман, Қараман жер су аттарының болуы және олардың өз бойында мифтік аңыздық сипатын басқа топонимдерге қарағанда көбірек сақтауы аталған пікірге тоқтам жасауға мүмкіндік береді. Екіншіден, геологиялық уақыт бойына ғана емес, сонымен қатар VII–XV ғасырлар аралығында Маңғыстау климаты қазіргіге қарағанда өзгеше болған. Табиғат климатын ескеретін болсақ Маңғыстауда алып жыландардың, алып кесірткелердің, тіпті қазір жойылып кеткен аңдар мекендеген деп болжам жасауға болады. Қазақ халқының «адам көрмесе жылан қырық жылда айдаһарға айналады» деген сөзі негізсіз болмас. Үшіншіден, Қаратау жоталары (Таушық, Батыс және Шығыс Қаратаулары) солтүстік бастыстан оңтүстік шығысқа қарай созылып жатыр. Ақтау биігінен көз салып қарасақ сұрқай сары далада қарайып созылып жатқан таулар өте алып жыланға, айдаһарға ұқсайтынын байқау қиын шаруа емес» – дейді (Қондыбай С. 2008а : 10-11).

Сонымен, Серікбол Қондыбай бойынша «Маңғыстау» «айдаһартау» дегенді білдіреді.

Маңғыстау барлық адамдарға шын мәнінде өзінің 362 әулиелерімен танымал. Аймақ тұрғындары «362» деген санның өзін киелі ретінде қабылдайды: мысалы пәтер таңдаған кезде «362» деген санды таңдауға тырысады, авто көліктеріне «362» деген нөмірді тағады. Мұндай практика киелі орындардың, ата-баба аруақтарының үнемі қолдап жүреді деген сенімінен туындаған.

Бекет ата мешіті. Осы өңірдегі өзім барған екі киелі жер туралы айтып өтейін. Маңғыстауда ең маңызды киелі орын – Беке-ата мешіті. Сол аймақтың тұрғындарының айтуы бойынша Маңғыстау өңіріне келіп тұрып, Бекет-ата мешітіне бармай кетуге болмайды. Сол себепті, конференция аяқталысымен, екінші күні міндетті түрде Бекет-ата мешітіне бардық. Ол Маңғыстау облысының Оғланды жерінде тауда орналасқан. Бұл жердің құдіреттілігі мен қасиеттілігі тек табиғатының сұлулығымен ғана байланысты емес, Бекет-атаның жай адам еместігінде. Әбіш Кекілбаев жазып кеткендей «Ол – тірі кезінде қиянатқа жол бермес Әділеттіліктің, күпірлікке жол бермес Адалдықтың, қараулыққа жол бермес Шапағаттылықтың, қатыгездікке жол бермес Мейірімділіктің, арсыздыққа жол бермес Парасаттың асқан үлгісін танытып, үлкен-кішіні, алыс-жақынды, дос пен дұшпанды түгел мойындатқан Адам... Ол – тірісінде елдің жел

жақтағы панасы, ық жақтағы саясы бола білген Азамат. Жаудан елді арашалаған Батыр. Дауда әділетті арашалаған Қазі. Озбырлықтан обал мен сауапты арашалаған Пірәдар» (Қондыбай С. 2008b : 152).

Аңыз бойынша Бекет ата емші болған. Ол аурудан қиналған адамдарды емдеп жазған, адасқан, панасыз қалған адамдарға пана болған, балаға зәру болған отбасына сәби сыйлаған, адамдарға денсаулық пен өмірлік күш берген. Өзінің уағыз-өсиеттерінде адамдарды дұрыс жолға түсуді үйреткен, әділетті болып, қайырымдылық жасауға шақырған.

Мифологиялық аңыз-әңгімелер бойынша Бекет ата тауешкісінің пірі деп саналады. Сол себепті, Оғланды таулы аймағын, Бекет-ата мешітінің айналасында тауешкілерінің мүсіндері орналасқан және тауешкілер мекен етеді. Ол әртүрлі құстарға, аңдарға айнала алған.

Шопан ата жер асты мешіті. Сакралды практика бойынша Бекет ата мешітіне бармас бұрын Бекет атаның ұстазы болған Шопан ата мешітіне зиярет ету керек.

Шопан ата мешіті Маңғыстау облысының Сенек ауылында орналасқан. Шопан ата мешітінің Маңғыстау жерінде орналасуының өзі үлкен аңыз. Аңыз бойынша Қожа Ахмет Яссауи өзінің шәкірттерін оқу бітірген соң шақырып алып, «мына шаңырақтан барлығың жебе жібересіңдер, сол жебе қай жерге құлайды, сол жерде сопылық білімді жалғастырасыңдар және уағыз өсиет таратасыңдар» деген екен. Шопан атаның жебесі қазіргі мешіті орналасқан жерге түскен екен. Өзінің жебесін тапқан Шопан ата осы ауылдың Баян есімді байдың малшысы болады. Баян бай Шопанның өте ақылды екенін біліп, қызын сол кісіге тұрмысқа береді. Кейін ол осы жерге мешіт салады. Тағы бір аңыз бойынша Шопан ата таяғы түскен жерден су қайнары шыққан деседі. Қазіргі кездің өзінде мешіттің жанындағы құдық қасиетті деп саналады. Адамдар сол суды ішсе, барлық ауруларынан айығады және рухани тазарады деседі.

Сонымен қатар мешіттің төбесінде шаңырақ орналасқан, одан Шопан атаның таяғы шығып тұрады. Бұл таяқ әлемдерді байланыстыратын дәнекерші деп саналады. Зиярет етушілер немесе қажылық етушілер осы таяқты айналу арқылы өздерінің тілектерін Шопан атаның аруағына жібереді дейді. Шопан атаның таяғынан үлкен тал өсіп шықты деседі. Қазіргі кезде бұл талға 800 жыл болды деген халық арасында әңгіме бар.

Әрбір киелі жер мен қасиетті орындар туралы аңыз-әңгімелер, сол аймақтың танымалдылығын

қалыптастыруда маңызды орын алады. Аймақты тартымды етеді.

Қазақстан территориясындағы киелі орындар Республикалық бақылауда. Зиярет ету тәртібі мен ережелері жазылған және зиярет етушілер оны ұстануға тырысады.

Сонымен «киелі жер» табиғи құбылыс па? Әлде адамдардың ойдан шығарған практикасы ма? Киелі жердің қалыптасуы туралы әртүрлі пікірлер бар.

Киелі жерлердің қалыптасуы туралы тарих ғылымдарының докторы, қазақстандық шығыстанушы А.Қ. Муминов өзінің «Родословное древо Мухтара Ауезова» атты еңбегінде жақсы түсіндіріп өткен. Кітабында қожа әулетінің мәдени әлемі мен Мұхтар Әуезовтің байланысын сипаттай отырып, қазақ даласындағы киелі жерлер мен орындардың маңыздылығын ерекше атап өткен. Әшірбек Құрбанұлының айтуы бойынша қожа әулетінің мәдени әлемінің басым бөлігін киелі орындар (мазарлар, қадам-жайлар, зираттар, киелі жер, муккадас джай) алып жатыр (Муминов А.К. 2011b : 120 б). Киелі орындардың көлемі мемлекеттік деңгейде немесе белгілі бір аймақтың негізінде өлшенеді. Маңғыстау өңірінде 362 киелі орын бар. Олар бұл 362 санды Құранның аяттарын оқығанда қолданады және күнделікті тұрмыста да қолданып жүреді. Муминов айтып кеткендей кең көлемде танымал киелі орындар «мұсылмандардың рухани басқармасымен» ресми тіркеуге алынған және олар аймаққа, өлкеге қажылыққа келушілердің арқасында үлкен көлемде қаржы әкелетін табыс көзі болып табылады. Муминов өз кітабында киелі орындардың типологиясына жасаумен айналысқан кеңес дәуірінің этнографы Г.П. Снесаревті ерекше атап өтеді. Г.П. Снесарев қасиеттілер, киелілер туралы аңыз-әңгімелерді зерттей отырып, негізгі төрт типін бөліп көрсетеді: 1) бейнесі анықталмаған киелілер және олардың өз есімдері мен қарапайым тұрағы болмағандар; 2) библиялық-құрандық кейіпкерлер, бұған ерте ислам тарихының тұлғалары жатады; 3) ортағасыр сопылары – ерте кездегі, жалпы танымал және жергілікті; 4) мазарлары инерциялы түрде табыну объектісіне айналған жергілікті билік өкілдері. Иемденген киелі орындарына байланысты тағы бір топтамасын ұсынады: 1) ежелгі батырлар; 2) пайғамбарлар, Құрандағы кейіпкерлер; 3) шиит-қайсаниттер; 4) Мұхаммед пайғамбардың ізбасарлары; 5) шииттік имамдар; 6) сопылар; 7) ру тотемдері; 8) киелілердің «жаңа ұрпақтары». Мазарлар танымалдылығына және әйгілігіне байланыс-

ты бірнеше топқа бөлінеді: 1) барлық Орталық Азияға танымал; 2) бір өлкеге немесе толық бір аймаққа танымал; 3) шектеулі жерге ғана танымал (Муминов А.К. 2011c : 121-122).

Муминов айтып кеткендей киелі орындардың танымалдылығы бірінші орында сакралды аңыз-әңгімелерге байланысты. Сонымен қатар киелі орындар қарапайым адамдар арасында өзінің емдік қасиетімен, сиқырымен, құпиясымен танымал болып жатады. Барлық мұсылман әлемінде үлкен қажылық – ол Меккеге бару. Бұл барлық мұсылмандардың киелі орны. Сондай-ақ, қазіргі кезде «кіші қажылық» деген ұғым кездеседі. Ол жергілікті, аймақтық, өңірдегі киелі орындарға барып сыйыну, зиярат ету. Көп жағдайда бұл емделу, тазалану үшін жасалады. Қазіргі кезде қарапайым адамдар арасында киелі орындарға барудың үлкен бір себебіне айналған мәселе – ол ұрпақ тілеу. Сәби сүйе алмай жүрген отбасылар өздерінің әулетімен байланысты арғы ата-бабаларының немесе сол әдеттен шыққан ұлы тұлғалардың мазарларына, кесенелеріне барып тілектерін айтып, бата жасап, құрбандық шалып жатады. Ел танымайтын өз ата-бабасының мазарына барып тағзым ету. Р. Отто айтып кеткендей нумизондық сезімдердің кешені. Сол арқылы сол мазар немесе зират діни іс-әрекеттің негізінде танымал бола басталады және құдіреттілігі анықтала бастайды.

«Киелі орындардың тағы бір құдіреттілігі – олар өздерін қорғай алады» – дейді Ә.Қ. Муминов (Муминов А.К. 2011d : 124). Шынымен де, қарапайым адамдардың ішінде ауыздан ауызға тарап жүрген әңгімелерге сенетін болсақ, киелі орындарды ешқашан ешкім қирата алмайды. Адамдардың айтуы бойынша киелі орындардың иелері хауан, аруақ немесе жын түрінде көрініп, өз орнын қорғап тұрады.

Муминовтің кітабында айтылғандай, бірнеше киелі орындар бірігіп бір үлкен территорияны құрайды. Оңтүстік Қазақстан киелі орындар санынан, және олардың танымалдылығымен, құдіреттілігімен ерекше орынға ие. Сакралды аймақтарға Түркістан, Тараз, Жаңа-Қорған, Баб-Ата, Созақ және Отырар жатады. Бұл аймақтар «кіші қажылыққа» келушілердің көлемімен анықталады.

Киелі орындар қатарына Жезқазған өңірін де жатқызуға болады. Біріншіден, Ұлытау аймағы. Ол Асан-қайғы жырлаған «Жер ұйық». Қазақ даласының ұлы данасы Асан Қайғы халқына қолайлы жер іздеу мақсатында желмаясына мініп, қазақ даласын аралап шыққан. Әрбір жүрген жері мен басқан тауын ол киелі, қасиетті деп

санаған. Халыққа жайлы жер іздеген Асан-қайғы Ұлытау аймағын ең қолайлы киелі жер деп атап кеткен. Сонымен қатар тарихтан белгілі Ұлытау қазақ хандарының бас қосқан мекені. Екіншіден, Жезқазған өңірі көптеген қасиетті адамдардың мазарлары орналасқан жер – Алаша Хан кесенесі, Жошы хан кесенесі, Домбауыл кесенесі өздерінің құдіреттілігімен және зәулім архитектуралық құрылысымен танымал.

Қазақ жеріндегі киелі орындарды зерттеуші тағы бір ғалым, қазақстандық мәдени антрополог Ұлан Биғожин өзінің зерттеу жұмыстарында Ван дер Вираның «Діни ұлтшылдық» еңбегін негізге ала отырып, ұлтты құрудың негізгі элементі ретінде дінді қарастырады. Биғожиннің айтуы бойынша мемлекет сопылық мазарларды дәстүрлі исламның органикалық бөлігі ретінде қарастырады. Сонымен қатар ұлттық бірегейлікті құрастырушы құрал ретінде де қарастырады. «Қазақтардың діни наным сенімі ата-баба культіне негізделеді. Қазақтардың діни көзқарасының маңызды бөлігі – киелі орындар» – деп санайды

Ұ. Биғожин (Ұлан Биғожин, <http://caa-network.org/archives/5947c>).

Қорыта айтқанда, Қазақстанда киелі орындарға қызығушылықтың артуының себебі: біріншіден, дәстүрлі емес діни ағымдар өкілдерінің кіші қажылық негізінде киелі орындарға барып зиярат ету. Екіншіден, қазақтың ертеден келе жатқан наным-сеніміндегі ата-баба культінің маңызды орын алуы. Үшіншіден, әртүрлі аурулардың таралуына байланысты адамдардың ем іздеп баруы.

Орталық Азияға қызығушылық танытушы еуропалық, америкалық ғалымдар көп. Әсіресе егемендігін алған Қазақстан, өзінің жаңа тарихын қалыптастырып жатқан Қазақстан барлық ғалымдар үшін үлкен зерттеу объектісіне айналып отыр. Қазақ жері көшпелі және отырықшы мәдениетті біріктірген жер. Үлкен тарихи оқиғаларды басынан кешірген жер. Сакралды аңыз-әңгімелердің негізінде, осындай киелі орындарымыздың арқасында еліміздің танымалдылығы арта береді.

Әдебиеттер

- 1 Anholt S. Places: Identity, Image and Reputation / S. Anholt.- Palgrave Macmillan, 2009. – 256 p
- 2 Қазақстан Республикасының Ұлттық брендін анықтау жөніндегі байқау// <http://mic.gov.kz/kk/competition>
- 3 Қойшыбаев Е. Қазақстанның жер-су аттары сөздігі.– Алматы: Мектеп, 1985. – 256 б.
- 4 Қондыбай С. Маңғыстау географиясы. Маңғыстау мен Үстірттің киелі орындары. – Алматы: «Арыс» баспасы, 2008. – 288 б.
- 5 Қ.А. Яссауи кесенесі XIV-XV ғасыр// <http://www.madenimura.kz/kk/yassayu>
- 6 Қожа Ахмет Яссауи кесенесі// <http://culturemap.kz/kk/object/mavzoleiy-hodji-ahmeta-yasavi>
- 7 Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология. / Пер. с англ., нем., фр.; сост. и общ. ред. А.Н. Красникова. – М.: Канон+, 1998. – 432 с. – (Ис-тория философии в памятниках).
- 8 Муминов А.К. Родословное древо Мухтара Ауэзова / А.К. Муминов, при участии А. Ш. Нурмановой и С. Саттарова/ Сост. указ. У.А. Утепбергеновой; под ред. С.Н. Абашина. – Алматы: Жибек жолы, 2011. – 304 с.
- 9 Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; Предс. научно-ред. совета В.С. Степин. – 2-е изд., испр. и допол. – М.: Мысль, 2010.- 480 с.
- 10 Otto, R. (Das Heilige. Über das Irrationale in der Idee des Göttlichen und sein Verhältnis zum Rationalen, 1917) /пер. А.М. Руткевича – СПб: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2008. – 272 с.
- 11 Philip Kotler, Christer Asplund, Irving Rein, Donald Haider. Marketing Places Europe: How to attract investments, industries, residents and visitors to cities, communities, regions and nations in Europe, 1999 – 314
- 12 Roger W. Stump. The Geography of Religion: Faith, Place, and Space. New York: Rowan & Littlefield, 2008. – P. 441
- 13 Steve Brie, Jenny Daggers and David Torevell. Sacred Space Interdisciplinary Perspectives within Contemporary Contexts. Cambridge Scholars Publishing, 2009 – P.206
- 14 Ұлан Биғожин. В Казахстане сейчас идет бум святых мест./ <http://caa-network.org/archives/5947>
- 15 Якубова Т.Н. Территориальный брендинг как инструмент развития региона // Молодой ученый. – 2014. – №21. – С. 484-488.

References

- 1 Anholt S. Places: Identity, Image and Reputation / S. Anholt.- Palgrave Macmillan, 2009. – 256 p
- 2 Kazakhstan RespublikasynynUltykbrendinanyktauzhonindegibaikau//<http://mic.gov.kz/kk/competition>
- 3 Koishybaev E. Kazakhstannynzher-suattarysozdigi. – Almaty: Mektep, 1985. – 256 b.
- 4 Kondybai S. Mahgystaugeografijasy. Mangystau men Usturtinkielioryndary. – Almaty: “Arys” baspasy, 2008. – 288 b.
- 5 K.A.IassauikesenesiXIV-XVgasyr. //<http://www.madenimura.kz/kk/yassayu>
- 6 Kozha Ahmet Iassauikesenesi. //<http://culturemap.kz/kk/object/mavzoleiy-hodji-ahmeta-yasavi>

- 7 Mistika. Religija. Nauka. Klassikimirovogoreligiovedenija. Antologija./Per.sangl., fr.Sost.iobsh. Red.A.N.Krasnikova. – M.: Kanon+, 1998. – 432 s.
- 8 Muminov A.K. Rodoslovnoedrevo Muhtara Auezova./A.K.Muminov, priuchasti A.Sh.Nurmanovoi I S.Satterova. Sost.ukaz. U.A.Utepbergenovoi; Pod red.S.N.Abashina. – Almaty: Zhibekzholy, 2011. – 304 s.
- 9 Novaja filosofskaja enciklopedija: v 4t./In-t filosofi RAN; Nac.obshestv.-nauch.fond; Pred.nauchno-red.soveta V.S.Stepina. – 2-oe izd., ispr.i dopol. – M.: Mysl, 2010. – 480 s.
- 10 Otto, R. (Das Heilige. Über das Irrationale in der Idee des Göttlichen und sein Verhältnis zum Rationalen, 1917) /Пер. Руткевича А. М. – СПб: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2008. – 272 с.
- 11 Philip Kotler, Christer Asplund, Irving Rein, Donald Haider. Marketing Places Europe: How to attract investments, industries, residents and visitors to cities, communities, regions and nations in Europe, 1999 – 314
- 12 Roger W. Stump. The Geography of Religion: Faith, Place, and Space. New York: Rowan & Littlefield, 2008. – P. 441
- 13 Steve Brie, Jenny Dagers and David Torevell. Sacred Space Interdisciplinary Perspectives within Contemporary Contexts. Cambridge Scholars Publishing, 2009 – P.206
- 14 Ulan Bigozhin. V Kazakhstaneseichasidet bum svjatyhmest./ <http://caa-network.org/archives/5947>
- 15 Jakubova T.N. Territoriaknyibrendingkak instrument razvitijaregiona. // Molodojcheyi. – 2014. – №21. – S.484-488