



DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-3-543-556

## Территориальные образы Казахстана в восприятии студенческой молодежи\*

З.Х. Валитова<sup>1</sup>, А.Б. Есимова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Карагандинский государственный университет им. академика Е.А. Букетова  
*ул. Университетская, 28, Караганда, 100028, Казахстан*

<sup>2</sup>Южно-Казахстанский государственный педагогический университет  
*ул. Байтурсынова, 13, Шымкент, 160021, Казахстан*  
(e-mail: [valitova@yandex.ru](mailto:valitova@yandex.ru); [ayessimova@gmail.com](mailto:ayessimova@gmail.com))

**Аннотация.** С обретением независимости в Казахстане произошли значительные изменения в территориальном устройстве, что не могло не изменить представления о регионах страны. В статье показано, какие территориальные образы доминируют в представлениях студенческой молодежи, выросшей в условиях суверенного Казахстана. Статья основана на результатах применения метода ментальных карт для страны в целом. Авторы изучали видение территорий страны с двух географических позиций — центра (Караганда) и юга (Шымкент). Исследовательская процедура заключалась в том, что студенты получали задание нарисовать карту страны такой, какой они ее представляют, обозначая важные с их точки зрения территориальные объекты и предлагая слова-ассоциации, наиболее характерные для определенных территорий. В качестве информантов выступили 80 студентов 1–2 курсов, обучающихся в высших учебных заведениях Шымкента и Караганды. В первой части статьи авторы анализируют изображения, представленные на ментальных картах, во второй части — слова-ассоциации, предложенные для каждой области. В результате были выделены три круга территориального видения — ядро, полупериферия и периферия. К ядру авторы отнесли место проживания информантов и города республиканского значения — Алматы и Нур-Султан (южная и северная столицы страны). Доминирующие образы ядра — политические, культурные, топонимические и ресурсные. К полупериферии были отнесены областные центры, для которых характерны природно-ресурсные и природно-климатические образы, к периферии — отдаленные от места проживания информантов города, а также «пустоты» — никак не обозначенные территории. Образы периферии в основном характеризовались климатическими особенностями территорий. Авторы считают, что степень узнаваемости территорий студенческой молодежью отражает иерархическую пространственную структуру, где преобладают статусные города.

**Ключевые слова:** Казахстан; территории; территориальные образы; слова-ассоциации; ментальная карта; студенческая молодежь; область; город

Представления людей о территориальном устройстве основаны на разных источниках: они формируются с детства, начиная со знакомства с собственным двором, соседними улицами, регулярными маршрутами и т.п., и расширяются при освоении школьных предметов и восприятия материалов средств массовой информации, дополняются собственными практиками.

\* © Валитова З.Х., Есимова А.Б., 2021

*Статья поступила 12.08.2020 г. Статья принята к публикации 09.02.2021 г.*

С обретением независимости в Казахстане произошли значительные изменения в территориальном устройстве: появление новой столицы, переименование части областей и городов, объединение ряда областей, изменение статуса нескольких городов, переименование столицы [9. С. 36–37]. Несмотря на эти изменения, большинство людей, рожденных в советское время, продолжают апеллировать к прежним образам, поэтому интерес представляет молодежь, рожденная в условиях суверенного Казахстана, — ее восприятие территориальных образов.

Мир все чаще «подает» себя изображениями. «Массовость изображений в нашем окружении приводит к тому, что мы наблюдаем окружающую действительность через призму образных стереотипов» [17. С. 7]. Из разных источников выхватываются отдельные клишированные образы территорий. В условиях информационного общества появляется возможность иметь собственные представления даже о тех местностях, где человек не был: виртуальные прогулки в интернет-пространстве, вероятно, позволяют молодым людям создавать собственные представления о регионах. Наш исследовательский вопрос — какие образы доминируют в представлениях студенческой молодежи относительно территорий Казахстана.

Пионерами изучения территориального восприятия были западные ученые. Так, К. Линч ввел метод ментальных карт в изучение образов территориального пространства и разработал методику анализа образа территории, сформировавшегося в сознании ее жителей. В 1960-е годы он исследовал ментальное восприятие города у жителей Лос-Анджелеса, Джерси и Бостона, считая, что «образ одновременно и результат непосредственного ощущения, и память о прошлом опыте, он играет принципиальную роль как в осмыслении информации, так и в руководстве действием... Необходимость распознать и мысленно обрисовать окружающую нас обстановку столь существенна и так глубоко укоренилась в нашем сознании, что такой образ обладает для индивида и практической, и эмоциональной важностью» [23. С. 17].

Ментальная карта — это своеобразный внутренний компас, по которому человек ориентируется в повседневности. Метод ментальных карт достаточно универсален и используется в разных областях — психологии, политологии, социологии, истории, литературе, педагогике и др. [5; 6; 8; 9; 11; 12; 14; 15; 18; 19; 21; 24; 25]. Например, К.А. Лесли отмечает, что «влияние картографических образов на то, как субъекты воспринимают территорию, можно продуктивно теоретизировать, прорабатывая социально-научную концепцию “места”» [22. С. 169]. Б. Алексен и М. Джонс утверждают, что в топографических картах разных частей мира преобладают евроцентрические представления — «все карты являются ментальными в том смысле, что их содержание культурно определено и этноцентрично по происхождению» [18. С. 447]. Вопрос о неточности ментальных карт не ставится, поскольку и в географических картах «приходится мириться с неизбежными искажениями. Придуманно много способов черчения карт, но все карты не свободны от недостатков»

[16. С. 8]. «Ментальные карты применимы к изучению любой местности: мы можем просить информантов изобразить свою деревню или страну, континент или всю землю» [6. С. 27]. Д.Н. Замятин с образно-онтологической позиции рассматривает динамичные пространственные процессы в современных городах, оказывающие существенное влияние на восприятие образов [11]. И.С. Важенина ввела понятие территориальной индивидуальности — то, что отличает одну территорию от другой: официальные «опознавательные» параметры территории/региона (место на карте, топонимика и т.п.) и совокупность особенностей и ресурсов (природно-географические и климатические особенности, сырьевые ресурсы, экология и экономика региона, производственная инфраструктура, традиции и др.) [5]. Соответственно, можно говорить о сосуществовании двух механизмов формирования социальных представлений — спонтанном и целенаправленном (когда официальные лица и СМИ используют различные приемы конструирования образа территории/региона/страны) [24].

За последние годы в Казахстане произошли административно-территориальные изменения: переименование столицы Астаны в Нур-Султан (2019), появление Туркестанской области вместо Южно-Казахстанской (2018), Шымкент (ранее центр Южно-Казахстанской области) стал городом республиканского значения (2018), а областным центром теперь уже Туркестанской области стал Туркестан. Цель статьи — анализ доминирующих территориальных образов в сознании казахстанской студенческой молодежи. Мы не ставили задачу получения репрезентативных данных — только обнаружения стереотипов в представлениях молодежи. В январе 2020 года в Шымкенте и Караганде был проведен опрос 80 студентов (гнездовая выборка) 1–2 курсов вузов, в частности, Южно-Казахстанского государственного педагогического университета (Шымкент) и Карагандинского государственного университета им. академика Е.А. Букетова. В Шымкенте было опрошено 40 студентов, в основном выходцы из сельской местности (28). Миграционная активность информантов довольно низкая — 42,5% студентов никогда не выезжали на пределы своей области, а те, кто, имеет опыт путешествий, чаще всего посещали Алматы (27,5%). Из 40 опрошенных в Караганде горожане составили 30 человек, миграционная активность респондентов высокая — 87,5%, из них посетили Акмолинскую и Алматинскую области 97,5%.

Мы изучаем видение территорий с двух географических позиций — центра (Караганда) и юга (Шымкент) страны. Выбор вузов этих двух городов связан с тем, что города различаются по многим параметрам: находятся друг от друга на большом расстоянии (около 1500 км), относятся к регионам с различными социально-экономическими и культурными чертами. Караганда — центр индустриального и урбанизированного региона, а Шымкент — преимущественно аграрного региона. Основной состав студентов в Южно-Казахстанском государственном педагогическом университете — из Туркестанской области, в Карагандинском университете им. академика Е.А. Букетова — из Карагандинской области и ряда областей севера страны.

Исследовательская процедура заключалась в том, что информантам были розданы чистые листы А4, на которых их просили нарисовать карту страны в собственном представлении, обозначив важные с их точки зрения территориальные объекты. После того как информанты составили ментальные карты, они получили лист с таблицей областей страны, где их просили написать напротив областей слова-ассоциации, которые наиболее ярко их характеризуют. На каждое задание отводилось от 10 до 15 минут — чтобы ухватить первые представления и мысли информантов. Согласно Таблице 1, территориальные представления информантов отчасти носят инерционный характер — они называют территории, которые претерпели топонимические изменения, хотя частые изменения за короткий период осложняют принятие новых названий.

Таблица 1

**Количество областей, изображенных на ментальных картах**

	Шымкент		Караганда	
	Область	Количество изображений	Область	Количество изображений
1	Южно-Казахстанская**	4	Карагандинская	13
2	Туркестанская	4	Восточно-Казахстанская	12
3	Восточно-Казахстанская	7	Западно-Казахстанская	11
4	Северо-Казахстанская	7	Северо-Казахстанская	11
5	Западно-Казахстанская	6	Южно-Казахстанская**	7
6	Жамбылская	2	Туркестанская	3
7	Мангистауская	1	Кызылординская	7
8	Карагандинская	1	Алматинская	7
9	Акмолинская	1	Павлодарская	7
10	Алматинская	1	Акмолинская	7
11	Центрально-Казахстанская*	1	Костанайская	7
12			Атырауская	5
13			Актюбинская	5
14			Жамбылская	4
15			Мангыстауская	4
16			Шымкентская*	1
17			Семипалатинская*	1

\* Области, не существующие на физической карте страны

\*\* Переименована в 2018 году в Туркестанскую, Шымкент вышел из ее состава

Ментальные карты позволяют зафиксировать подходы информантов к изображению территориальной структуры: видимо, это ее пространственное видение, которое отражает знания о территории страны. Первый критерий территориальной узнаваемости — школьные «компасные» знания (восток, запад, север, юг) (Рис. 1): Восточно-, Западно-, Северо- и Южно-Казахстанская области.

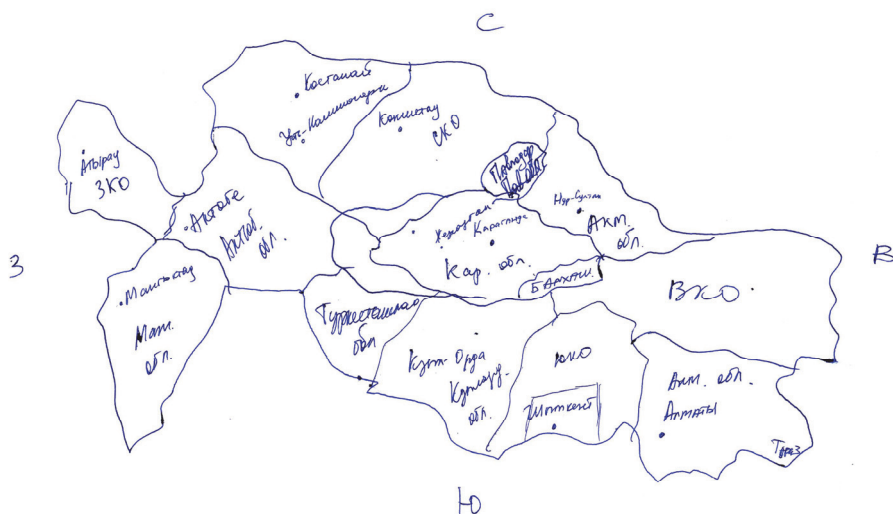


Рис. 1. Ментальная карта № 7

Второй критерий — расстояние: «собственная» область (место, где проживает информант) присутствует на всех ментальных картах, количество изображений «собственных» областей значительно превышает остальные, и чем дальше находятся области от места проживания, тем реже они обозначаются. Вместе с тем были изображены и официально не существующие области — Центрально-Казахстанская, Шымкентская и Семипалатинская: первые две области информанты, вероятно, указали из-за элементарного незнания, а Семипалатинская область действительно существовала, но была присоединена к Восточно-Казахстанской.

Следующие значимые объекты в ментальных картах — города (Табл. 2). Почти все изображенные города являются статусными — республиканского значения или областные центры. У информантов из Шымкента исключение составляют три города — Семей, Риддер, Кентау, а из Караганды — пять: Семей, Балхаш, Темиртау, Байконур, Экибастуз. Всего 5 респондентов отметили Туркестан, который в 2018 году стал областным центром Туркестанской области и не успел занять статусное место в представлениях казахстанцев. Степень узнаваемости городов отражает определенную иерархическую пространственную структуру, где приоритет городов можно определить по частоте их упоминаемости.

Подсчет изображений на ментальных картах показал различия в степени территориальной узнаваемости, что позволило разделить территории на условные ядро, полупериферию и периферию. К ядру были отнесены места проживания информантов и города республиканского значения: их обозначил на ментальной карте каждый второй. Территория проживания является некой начальной точкой, своего рода центром, ядром — от него информант прокладывает расстояние до других точек. Города республиканского значения — столица Нур-Султан (бывшая Астана) и бывшая столица Алматы — как и

родные города, воспринимаются информантами как самые узнаваемые. От ядра, вероятно, во многом зависит видение территориальной структуры страны, понимание ее социального устройства, экономического состояния, культурных особенностей, политических процессов. Ядро, скорее всего, наименее подвержено изменениям в территориальных представлениях информантов [9]. Например, часть информантов все еще воспринимает столицу Нур-Султан как Астану. Так, 23 информанта из Караганды написали на картах «Астана», 10 — «Нур-Султан», а в Шымкенте — 11 и 6 соответственно, что подтверждает инерционность восприятия образов.

Таблица 2

**Количество городов, изображенных на ментальных картах**

	Шымкент		Караганда	
	Город	Количество изображений	Город	Количество изображений
1	Шымкент	22	Нур-Султан (Астана)	33
2	Нур-Султан (Астана)	19	Караганда	30
3	Алматы	15	Алматы	25
4	Павлодар	7	Шымкент	13
5	Караганда	5	Петропавловск	12
6	Актау	4	Павлодар	12
7	Кызылорда	4	Усть-Каменогорск	11
8	Актобе	4	Актау	11
9	Тараз	3	Атырау	11
10	Туркестан	3	Костанай	11
11	Петропавловск	3	Тараз	11
12	Семей	2	Актобе	8
13	Кокшетау	2	Кокшетау	8
14	Атырау	2	Уральск	8
15	Усть-Каменогорск	2	Жезказган	7
16	Костанай	1	Кызылорда	6
17	Уральск	1	Семей	6
18	Талдыкорган	1	Балхаш	3
19	Риддер	1	Талдыкорган	2
20	Кентау	1	Темиртау	2
21			Туркестан	2
22			Байконур	2
23			Экибастуз	1

Узнаваемость остальных регионов резко снижается, что позволяет отнести их к полупериферии и периферии. Для информантов из Караганды полупериферийными являются города Шымкент, Павлодар, Петропавловск, Усть-Каменогорск, Актау, Атырау, Костанай и Тараз, а для информантов из Шымкента — Павлодар, Караганда, Актау, Кызылорда и Актобе. К воображаемой полупериферии относятся, прежде всего, областные центры, с которыми налажено транспортное сообщение, и известные образовательные и индустриальные центры, а к периферии — отдаленные от места проживания информантов города и «невидимые» места, «пустоты», которые информантами на картах никак не обозначены. У студентов из Шымкента на 19 картах

отсутствуют обозначения на западе страны, на 14 картах — на востоке, на 13 — на севере, на 9 — в центре страны. Информанты из Шымкента изобразили 8 «пустых» карт: на 4 обозначены только границы страны, на 3 — лишь Каспийское море, на 1 — Каспийское море и Шымкент (Рис. 2). В половине ментальных карт информантов из Караганды некоторые регионы не обозначены на западе или востоке страны — они лучше «видят» центр, север и юг, а информанты из Шымкента — юг и центр.

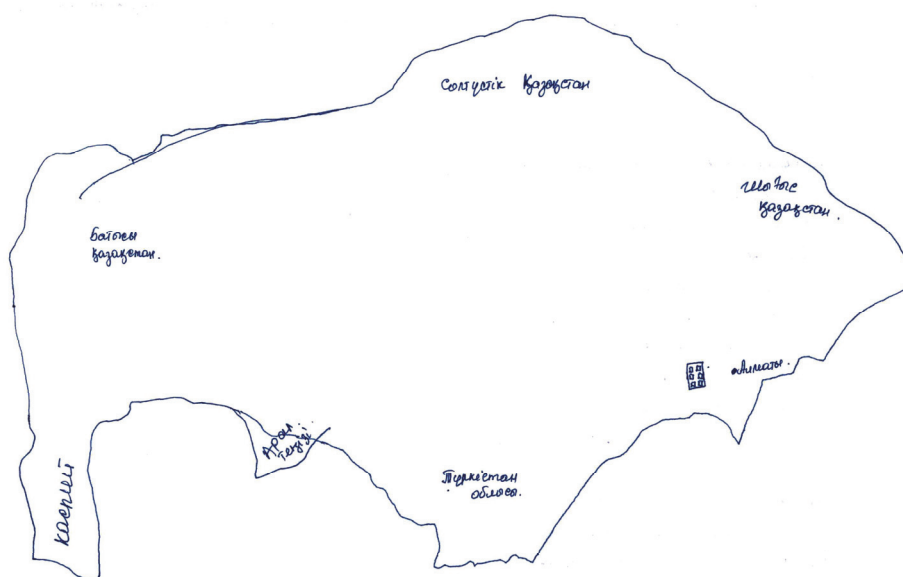


Рис. 2. Ментальная карта № 30

Информативно не только количество упоминаний регионов, но и размещение их на карте, и на ряде ментальных карт наблюдаются значительные искажения, свидетельствующие об особенностях территориальных представлений. Так, информанты из Караганды и Шымкента (3 и 2 ментальные карты соответственно) Нур-Султан разместили близко к северной границе, хотя столица расположена в центральной части, на 2 картах карагандинцев столица оказалась южнее Караганды; южные Кызылорда и Алматы на картах шымкентцев оказались в центре страны, а центрально-казахстанская Караганда — на востоке; на большинстве карт карагандинцы меняют местами Петропавловскую, Павлодарскую и Костанайскую области.

Заполнение объектами ментальных карт также различается. Кроме обозначения областей и городов, студенты изобразили водные пространства, чаще это Каспийское море (28 информантов из Караганды, 22 — из Шымкента), далее идут озеро Балхаш (19 и 9) и Аральское море (16 и 5), а названия гор и рек встречаются редко. Кроме того, студенты чаще обозначают города, чем области, — по всей видимости, города несут всю имиджевую «нагрузку» и репрезентируют соответствующий регион.

Ментальные карты демонстрируют узость восприятия территориальных образов молодежью. Вероятно, одна из причин — незнание историко-фактологических оснований и социально-политической реальности, отсутствие опыта путешествий и общения с людьми из других регионов и др. Вместе с тем следует признать осознание молодыми людьми региональных различий внутри огромной страны — экономических, природно-ресурсных, климатических, демографических, архитектурных. «Ментальные карты как инструмент изучения представлений о пространстве выдвинули на передний план образы, которые... обладают физическими референтами с конкретными объектами и локациями, но, тем не менее, к ним не сводятся. В отличие от физической реальности, социальная не обладает абсолютной однородностью, напротив, склонна сжиматься и растягиваться в зависимости от ситуативных факторов» [7. С. 50].

Важно не только наличие географического объекта на ментальной карте, но и его смысловая наполненность. Студентам было дано задание записать те спонтанные ассоциации, которые приходят им в голову при упоминании наименований областей. Анализ слов-ассоциаций для областей и трех городов республиканского значения показал, что по наполненности ассоциативного ряда лидирует область, в которой проживает информант. Так, у студентов из Шымкента число ассоциаций с городом — 83, из них 21 слово относится к топонимике: недавно открытая пешеходная улица Арбат (6), торговый центр Шымкент-Плаза (5), третий мегаполис (5) и собственный вуз — ЮКГПУ (5). Образ родного региона наиболее эмоционально-положителен: родной, красивый, дом, родина, место больших возможностей, место рождения, моя родина. У карагандинцев также доминирует своя Карагандинская область — 115 ассоциаций, среди которых чаще упоминаются природно-ресурсные, индустриальные, топонимические и эмоциональные характеристики: уголь (14), дом (10), шахтеры (8) родной город (8) семья (5), Караганда (4), шахты (4), Жезказган (3), Темиртау (3), родина (2), Балхаш (2) и др.

Следующими по содержательности имиджевых характеристик у информантов из Шымкента стали Нур-Султан (110 слов) и Алматы (80): столица ассоциируется с монументом Байтерек (31), а Алматы — это горный каток Медеу (15), гора Коктобе (10), яблоки апорт (6). У информантов из Караганды также лидируют нынешняя (северная) и бывшая (южная) столицы — Нур-Султан (125) и Алматы (114). Столица чаще вызывает ассоциации, связанные со статусностью, динамизмом большого города, политическим центром, архитектурой и климатом: столица (16), Астана (9), Байтерек (8), холод (6), Экспо–2017 (5), ветер (4), президент (3), торговый центр Хан-Шатыр (3), красивые здания (3), торговый центр Мегасилквэй (3), резиденция президента Аккорда (2), бывшая Акмола (2), Целиноград (2), возможности (2), высокие здания (2), деньги (2) и др. Ассоциации для бывшей столицы Алматы — горы (15), Медео (9), апорт яблоки (7), веселье (3), вторая столица (2), Большое Алматинское озеро (2), Коктобе (2), город-миллионник (2), блогеры и вайнеры



(2), город республиканского назначения (2), тепло (2), а также ассоциации, характеризующие Алматы как культурный центр.

Слова-ассоциации для городов Нур-Султан и Алматы переносятся и на их области — Акмолинскую и Алматинскую: они оказались в тени городов республиканского значения, которые «позволяют всему остальному сиять и наполняться значением» [3. С. 114]. Так, Алматинскую область (39 слов) символизируют, как и Алматы, яблоки апорт (6) и Коктобе (5); Акмолинскую область (19) — Нур-Султан и Астана. У карагандинских информантов ассоциации для Акмолинской области также ограничиваются столицей (18), Астаной (7), Нур-Султаном (5), Байтереком (5), холодом (5), Целиноградом (2) и Акмолой (2). И только единичные описания характерны для Акмолинской области — красивая природа (2), Кокшетау (2), Щучинск, курортный отель Дискавери-Боровое, национальный парк Боровое и т.д. Аналогична характеристика Алматинской области — преобладают слова-ассоциации, описывающие Алматы: горы (19), Алматы (11), яблоки (5), Медео (5), тепло (5), вторая столица (2) и т.п., и лишь несколько скудных описаний области в целом — Чарынский каньон (2), жара, источники, озера, город Талдыкорган, граница с Китаем, каньон.

У карагандинских информантов следующими по узнаваемости стали Туркестанская область и Шымкент (66 и 60 слов-ассоциаций). Шымкент вызывает следующие ассоциации: жара (8), тепло (4), традиции (4), узбеки (2), кража невест (2), большой город (2); Туркестанская область — мавзолей (8), юг (5), история (4), Туркестан (3), культурные памятники (3), мечети (3), мавзолей Яссауи (2), жара (2), тепло (2), древний город Туркестан (2) и др. У информантов из Шымкента на третьей позиции находится Туркестанская область (69 слов-ассоциаций), ее ассоциативная насыщенность объясняется тем, что среди информантов оказалось 70% выходцев из ее районов.

Наименьшее число слов-ассоциаций у студентов из Шымкента оказалось с Костанайской (13 слов) и Актюбинской (17) областями: Костанайская область — это, прежде всего, погодные условия — неприятный климат, очень холодно, постоянные ветра, а также пшеница (2), то Актюбинская — четвертый мегаполис (2). Меньше всего ассоциаций у карагандинских студентов относительно южных областей — Жамбылской (35) и Кызылординской (30), они ограничены преимущественно климатическими характеристиками: Жамбылская область — это Тараз (5), тепло (4), юг (4), жара (3), Кызылординская — жара (7), тепло (2) и т.п.

Относительно большинства областей-регионов страны в ассоциациях карагандинских студентов доминируют топонимические, природно-ресурсные и климатические характеристики. Восточно-Казахстанская область (57 слов) — Семей (4), горы (4), красивая природа (4), Усть-Каменогорск (2), красивые пейзажи (2); Павлодарская (56) — рэпер Скриптонит (7), север (5), холод (4), национальный парк Баянаул (4); Костанайская (43) — Костанай (3), Боровое (3), север (3), Костанайская Академия МВД (2), лес (2); Северо-Казахстанская

(43) — холод (6), граница с Россией (6), леса (5), Петропавловск (3). Запад страны, представленный Западно-Казахстанской (46), Атырауской (40), Мангистауской (36) и Актюбинской (36) областями, характеризуется в основном такими ассоциациями, как нефть и Каспийское море.

Как правило, студенты ассоциируют области с их индустриальной и аграрной базой. Если у шымкентских информантов Карагандинская область (45 слов) — это уголь (11), то Западно-Казахстанская (30), Мангистауская (28) и Атырауская (22) — нефть. Другое ассоциативное представление — климатическое: так, Северо-Казахстанская (31) и Павлодарская (33) области ассоциируются с холодом и снегом.

Ментальные образы отдельных регионов выглядят «обезличенными» — среди слов-ассоциаций очень мало имен. В частности, информанты из Караганды назвали Н. Назарабаева, О. Сулейменова и Скриптонита (9), из Шымкента — Н. Назарбаева, М. Макатаева, Асфендиярова, Г. Головкина, К. Сатпаева, Ж. Жабаяева, Абая Кунанбаева, Ш. Кудайбердыулы, А. Ниязымбетова и Скриптонита (3), Байдибека би (6). В совокупности все эти имена упомянули лишь 10 информантов из Караганды и 5 из Шымкента. Лидирует Скриптонит (сценический псевдоним рэпера) — его назвали 12 информантов, что, видимо, связано с возрастом и увлечениями информантов. В словах-ассоциациях мало имен выдающихся деятелей-уроженцев той или иной области: можно предположить, что такие личности представляют всю страну, а не отдельный регион.

Среди ассоциаций доминируют топонимические, природно-климатические и природно-ресурсные. Вероятно, эти образы основаны на школьных знаниях, полученных на уроках географии и истории. Сопоставление ассоциаций с ментальными картами показывает: чем чаще изображен регион, тем больше и шире образные представления о нем — это подтверждает феномен территориальной индивидуальности. Образы территорий связаны с их «опознавательными» особенностями и ресурсами [5. С. 36].

В ментальных картах и слова-ассоциациях чаще фигурируют города и признаки городского пространства, хотя среди информантов немало выходцев из сельской местности: образовательные учреждения, торговые и развлекательные центры, высотные здания, парки и скверы, городские улицы. «Уличное... пространство — это лицо города, отражение сути городской жизни, место шопинга, променада и т.п. В сельской местности такое пространство, как правило, отсутствует. Есть свой дом, двор. Все, что за ним, — чужое» [1. С. 50]. Несмотря на сельское происхождение половины информантов, по их ментальным картам создается впечатление, что они не имеют отношения к сельской местности. Можно предположить, что стремление сельчан к урбанистической идентификации побуждает их акцентировать внимание на городских объектах и прелестях торгово-развлекательного мира.

Исследование показало и различную «видимость» регионов, которая зависит от места нахождения наблюдателя. Жители центра страны обозначили

большее число регионов как на ментальных картах, так и в словах-ассоциациях, тогда как жители юга в силу своего географического положения (периферия) не «видят» так много, как жители центра. Различия в «видимости» регионов усиливаются протяженностью страны и сложной транспортной логистикой (чтобы посетить регион, приходится прокладывать маршрут через Алматы или Нур-Султан).

Место проживания информантов, а также города республиканского значения Алматы и Нур-Султан являются своего рода ядром, от которого рассеивается внимание к территориям. От него зависит, что воспринимается как полупериферия и периферия. Основными характеристиками ядра, в частности столиц, является экономическая, социальная, культурная, политическая аттрактивность — эти центры монополизируют медийное внимание, сосредотачивают интересы разных групп — от занятости до досуга, как воздушные и наземные транспортные узлы связывают регионы страны. Доминирующие образы ядра — политические, культурные, топонимические и ресурсные.

К полупериферии относятся областные центры — образовательные и промышленные центры, с которыми налажено интенсивное наземное транспортное сообщение: «во внутриреспубликанской миграции наиболее интенсивный обмен происходит между соседними экономическими районами и областями» [10. С. 45]. По сравнению с ядром они менее привлекательны в социально-культурном и экономическом отношении, поэтому для них характерны природно-ресурсные и климатические образы. К периферии относятся отдаленные от места проживания информантов города, с которыми не налажено транспортное сообщение, и «пустоты»: они почти «невидимы» и потому получают наименьшее число слов-ассоциаций, в основном климатического характера.

В результате миграционные потоки в стране отражают иерархичное территориальное восприятие молодежи. Миграция в Казахстане имеет «два полюса притяжения»: новая столица Нур-Султан (Астана) и прежняя столица Алматы [10. С. 45; 13]. «Внутренние миграционные потоки не способствуют смягчению территориальных диспропорций в распределении населения» [2. С. 50]. Физическое пространство является отражением социального, следовательно, социальное неравенство воспроизводится в территориальном. Согласно П. Бурдьё, «в иерархизированном обществе не существует пространства, которое не было бы иерархизировано и не выражало бы иерархии и социальные дистанции... вызывающей устойчивое занесение социальных реальностей в физический мир» [4. С. 36]. Степень узнаваемости территорий отражает иерархическую пространственную структуру представлений авторов ментальных карт и ассоциаций.

### Библиографический список

- [1] *Алексеевко А.Н.* Миграция и эволюция визуального пространства Усть-Каменогорска // Вестник ТГУ. История. 2015. № 5.

- [2] *Архангельский В.Н., Денисенко М.Б., Елизаров В.В., Жусупов Б.С., Молдакулова Г.М.* Мы, Казахстан. Анализ положения в области народонаселения Республики Казахстан. Нур-Султан, 2019.
- [3] *Бауман З.* Текущая современность. СПб., 2008.
- [4] *Бурдые П.* Социология политики. М., 1993.
- [5] *Важенина И.С., Важенин С.Г.* Территориальная индивидуальность региона // Журнал экономической теории. 2017. № 3.
- [6] *Веселкова Н.В.* Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2010. № 31.
- [7] *Глазков К.П.* Ментальные карты: способы анализа, погрешность и пространственная метрика // Социология власти. 2013. № 3.
- [8] *Гравер А.А.* Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестник ТГУ. Философия. Социология. Политология. 2012. № 3.
- [9] *Есимова А.Б., Валитова З.Х.* Представления студенческой молодежи Казахстана о регионах страны (опыт использования ментальных карт) // Социологические исследования. 2018. № 4.
- [10] *Жусупова А.С., Кенесов А.А.* Внутренние мигранты и современный Казахстан // Вестник КазНУ. Серия: Философия. Культурология. Политология. 2012. № 3.
- [11] *Замятин Д.Н.* Постгород: пространство и онтологические модели воображения // Политические исследования. 2018. № 3.
- [12] *Замятина Н.Ю.* Смысл положения: место в ментально-географических пространствах // Международный журнал исследований культуры. 2011. № 4.
- [13] *Махмутова М.* Статистика внутренней миграции и молодежной миграции в г. Алматы // Demoscope Weekly. 27.01.2014.
- [14] *Нарбут Н.П., Троцук И.В.* Образы стран-соседей в восприятии студенческой молодежи (по результатам социологических исследований) // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2011. № 4.
- [15] *Нарбут Н.П., Троцук И.В.* Социологическая оценка образов стран-соседей в восприятии российской студенческой молодежи: методические и содержательные компоненты // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2012. № 4.
- [16] *Перельман Я.И.* Занимательная астрономия. М., 2019.
- [17] *Штомпка П.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования. М., 2007.
- [18] *Axelsen B., Jones M.* Are all maps mental maps? // GeoJournal. 1987. Vol. 14. No. 4.
- [19] *Clowes E.W.* Branding Tiumen': Official image and local initiatives // Region. 2016. Vol. 5. No. 2.
- [20] *Erforth B.* Mental maps and foreign policy decision-making Eurafrique and the French military intervention in Mali // European Review of International Studies. 2016. Vol. 3. No. 2.
- [21] *Henrikson A.K.* The geographical "mental maps" of American foreign policy makers // International Political Science Review. 1980. Vol. 1. No. 4.
- [22] *Leslie C.A.* Territoriality, map-mindedness, and the politics of place // Theory and Society. 2016. Vol. 45. No. 2.
- [23] *Lynch K.* The Image of the City. Cambridge–London, 1960.
- [24] *Narbut N.P., Trotsuk I.V.* Neighboring countries' images: Persistent stereotypes of the Russian student youth // RUDN Journal of Sociology. 2017. Vol. 17. No. 3.
- [25] *Siwek T., Bogdova K.* České kulturně-historické regiony ve vědomí svých obyvatel // Sociologický Časopis — Czech Sociological Review. 2007. Vol. 43. No. 5.

DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-3-543-556

## Territorial images of Kazakhstan in the perception of the student youth\*

Z.Kh. Valitova<sup>1</sup>, A.B. Yessimova<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Academician E.A. Buketov Karaganda State University  
*Universitetskaya St., 28, Karaganda, 100028, Kazakhstan*

<sup>2</sup>South-Kazakhstan State Pedagogical University  
*Baytursynova St., 13, Shymkent, 160021, Kazakhstan*  
(e-mail: valitova@yandex.ru; ayessimova@gmail.com)

**Abstract.** Since gaining independence, Kazakhstan has undergone significant changes in the territorial structure, which affected social representations of its regions. The authors reconstruct the dominant territorial images of the younger generations that grew up in independent Kazakhstan. The article is based on the results of the mental maps method applied for revealing images of the country. The authors studied the representations of the country's territories from two geographical positions — the center (Karaganda) and the south (Shymkent). According to the research procedure, the informants drew their version of the country's map with the most important territorial objects, and proposed associations for the features of certain territories. 80 first- and second-year students were questioned in the higher educational institutions of Shymkent and Karaganda. In the first part of the article, the authors examine the images presented on mental maps, in the second part — associations for regions of the country. Thus, the authors identify three circles of the territorial vision: core, semi-periphery and periphery. The core consists of the place of residence and the cities of republican significance — Almaty and Nur-Sultan (the so-called southern and northern capitals). The dominant images of the core are political, cultural, toponymical and resource. The semi-periphery consists of regional centers with the natural-resource and climatic images, the periphery — of cities far from the students' place of residence and of the “voids” — territories not indicated on the map. The images of the periphery reflect mainly the climatic features of territories. The authors argue that the ‘recognizability’ of territories in the perception of the student youth reflects a certain hierarchical spatial structure in which the status cities dominate.

**Key words:** Kazakhstan; territories; territorial images; associations; mental map; student youth; region; city

### References

- [1] Alekseenko A.N. Migratsii i evoliutsiia vizualnogo prostranstva Ust-Kamenogorska [Migration and evolution of the visual space of Ust-Kamenogorsk]. *Bulletin of the Tomsk State University. History*. 2015; 5 (37). (In Russ.).
- [2] Arkhangelsky V.N., Denisenko M.B., Elizarov V.V., Zhusupov B.S., Moldakulova G.M. *My, Kazakhstan. Analiz polozheniia v oblasti narodonaseleniia Respubliki Kazakhstan* [We, Kazakhstan. Analysis of the Demographic Situation in the Republic of Kazakhstan]. Nur-Sultan; 2019. (In Russ.).
- [3] Bauman Z. *Tekuchaia sovremennost* [Liquid Modernity]. Saint Petersburg; 2008. (In Russ.).
- [4] Bourdieu P. *Sociologiya politiki* [Sociology of Politics]. Moscow; 1993. (In Russ.).
- [5] Vazhenina I.S., Vazhenin S.G. Territorialnaia individualnost regiona [Territorial individuality of the region]. *Journal of Economic Theory*. 2017; 3. (In Russ.).

---

\* © Z.Kh. Valitova, A.B. Yessimova, 2021

*The article was submitted on 12.08.2020. The article was accepted on 09.02.2021.*

- [6] Veselkova N.V. Mentalnye karty goroda: voprosy metodologii i praktika ispolzovaniia [Mental maps of the city: Issues of methodology and practical application]. *Sociology: Methodology, Methods, Mathematical Modeling*. 2010; 31. (In Russ.).
- [7] Glazkov K.P. Mentalnye karty: sposoby analiza, pogreshnost i prostranstvennaia metrika [Mental maps: Ways of analysis, errors, and space metrics]. *Sociology of Power*. 2013; 3. (In Russ.).
- [8] Graver A.A. Obraz, imidzh i brend strany: ponyatiya i napravleniya issledovaniy [Image and brand of the country: Concepts and directions of research]. *Bulletin of the Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political Science*. 2012; 3. (In Russ.).
- [9] Yessimova A.B., Valitova Z.Kh. Predstavleniia studentcheskoi molodezhi Kazakhstana o regionakh strany (opyt ispolzovaniia mentalnykh kart) [Representations of the Kazakhstan student youth about the regions of the country (the research based on mental maps)]. *Sociological Studies*. 2018; 4. (In Russ.).
- [10] Zhusupova A.S., Kenesov A.A. Vnutrennie migranty i sovremenny Kazakhstan [Internal migrants and contemporary Kazakhstan]. *Bulletin of the Al-Farabi Kazakh National University. Philosophy. Cultural Studies. Political Science*. 2012; 3. (In Russ.).
- [11] Zamyatin D.N. Postgorod: prostranstvo i ontologicheskie modeli voobrazheniia [Post-city: space and ontological models of imagination]. *Political Studies*. 2018; 3. (In Russ.).
- [12] Zamyatina N.Yu. Smysl polozheniia: mesto v mentalno-geograficheskikh prostranstvakh [The meaning of position: The place in mental-geographical spaces]. *International Journal of Cultural Studies*. 2011; 4 (5). (In Russ.).
- [13] Makhmutova M. Statistika vnutrennei migratsii i molodezhnoi migratsii v g. Almaty [Statistics of internal migration and youth migration in Almaty]. *Demoscope Weekly*. 27.01.2014. (In Russ.).
- [14] Narbut N.P., Trotsuk I.V. Obrazy stran-sosedey v vospriyatii studentcheskoy molodezhi (po rezul'tatam sotsiologicheskikh issledovaniy) [Images of neighboring countries in the perception of students (results of sociological studies)]. *RUDN Journal of Sociology*. 2011; 4. (In Russ.).
- [15] Narbut N.P., Trotsuk I.V. Sotsiologicheskaya otsenka obrazov stran-sosedey v vos-priyatii rossiyskoy studentcheskoy molodezhi: metodicheskie i soderzhatelnye komponenty [Sociological evaluation of neighbor countries' images as perceived by Russian students: Methodological and content components]. *RUDN Journal of Sociology*. 2012; 4. (In Russ.).
- [16] Perelman Ya.I. *Zanimatel'naiia astronomiia* [Entertaining Astronomy]. Moscow; 2019. (In Russ.).
- [17] Sztompka P. *Vizual'naiia sotsiologiia. Fotografiiia kak metod issledovaniia* [Visual Sociology. Photography as a Method of Research]. Moscow; 2007. (In Russ.).
- [18] Axelsen B., Jones M. Are all maps mental maps? *GeoJournal*. 1987; 14 (4).
- [19] Clowes E.W. Branding Tiumen: Official image and local initiatives. *Region*. 2016; 5 (2).
- [20] Erforth B. Mental maps and foreign policy decision-making eurafrique and the French military intervention in Mali. *European Review of International Studies*. 2016; 3 (2).
- [21] Henrikson A.K. The geographical "mental maps" of American foreign policy makers. *International Political Science Review*. 1980; 1 (4).
- [22] Leslie C.A. Territoriality, map-mindedness, and the politics of place. *Theory and Society*. 2016; 45 (2).
- [23] Lynch K. *The Image of the City*. Cambridge–London; 1960.
- [24] Narbut N.P., Trotsuk I.V. Neighboring countries' images: Persistent stereotypes of the Russian student youth. *RUDN Journal of Sociology*. 2017; 17 (3).
- [25] Siwek T., Bogdova K. České kulturně-historické regiony ve vědomí svých obyvatel. *Czech Sociological Review*. 2007; 43 (5).