

УДК 911.3.001

К.А. Пузанов<sup>1</sup>**СТЕРЕОТИПЫ ВНУТРИГОРОДСКИХ РАЙОНОВ**

Статья посвящена описанию методики изучения обыденных внутригородских районов, созданной на основе полевых исследований в таких городах, как Сан-Франциско, Хабаровск, Пермь и Смоленск. Основа данной методики в выделении внутренних и внешних стереотипов внутригородских вернакулярных районов и представление их в виде векторов так, чтобы с ними можно было производить математические операции.

*Ключевые слова:* вернакулярный район, идентичность, полевое исследование, стереотип.

**Введение.** Человеку присуща психологическая необходимость в членении освоенного им пространства на разных масштабных уровнях. В районировании общества этот процесс отражен в виде таких названий, как Сибирь или Поморье в России, Лангедок или Овернь во Франции, Новая Англия или Иннер Эмпайр в США [21]. В условиях все большей концентрации людей в городских агломерациях членение пространства происходит в пределах городов, но в новых условиях. Главные особенности этих условий — очень большая плотность населения и малые размеры территории по сравнению с традиционным экономическим районированием в масштабе страны. В последние десятилетия добавляется и новый фактор — все большая направленность социума, вступающего в постиндустриальную эпоху, не на максимизацию дохода, а на самореализацию. Тем самым на первый план в районировании постиндустриального города выходят самосознание социума и его самоорганизация. Подобная ситуация заставляет урбанистов и географов искать новые подходы к изучению территориальной структуры города, его районированию.

Один из таких подходов сформировался на основе концепции производства социального пространства А. Лефевра. Ее центральный тезис — представление о том, что городское пространство формируется прежде всего физическим и умственным трудом жителей, а решающую роль играют действия социальных групп, факторы знания, идеологии, репрезентации. Общественный труд по-новому размещает объекты в пространственно-временных комплексах, при этом не обязательно нарушая их материальное и естественное состояние. В итоге образуется новое пространство, рожденное в умах жителей, оно задает новый формат архитекторам и городским властям [20].

Подобный подход к пространству современного города позволяет утверждать, что люди, концентрируясь в городах, не теряют потребности в членении освоенного ими пространства, они начинают районировать городской ландшафт в зависимости от своих

представлений и потребностей [8]. В результате появляются районы, которые не обладают какой-либо административной силой и зачастую не существуют вне сознания людей, однако именно они детерминируют территориальную активность горожан. В современной российской географии их принято называть вернакулярными, или обыденными районами<sup>2</sup>.

Изучением обыденных районов географическое сообщество заинтересовалось относительно недавно. Базовыми работами в этой области считаются труды американского географа В. Зелинского [24] и социолога К. Линча [8]. В российской географии этот объект исследований появился благодаря трудам М.П. Крылова [6, 7] и Л.В. Смирнягина [13, 14], развитие он получил в работах Д.Н. Замятина [3], С.Г. Павлюка [10—12] и Н.Ю. Замятиной [4]. Хотя подобные районы существуют на всех уровнях географических исследований, объектом изучения стали обыденные внутригородские районы (ОВР).

Цель работы — описание методики изучения ОВР, созданной на основе полевых исследований, которые автор провел в Сан-Франциско (лето 2006 г.), Хабаровске (лето 2007 г.), Перми (зима 2009 г.) [5] и Смоленске (зима 2011 г.). В течение этих экспедиций выделено и описано более 100 ОВР, а также проведен ряд социологических исследований.

Главная задача — попытка максимально возможной параметризации изучения ОВР. Для этого вместо расплывчатого термина “образ района” введен более конкретный термин “стереотип района”, так как он разработан в социально-психологических науках, обладает более четкой дефиницией, но при этом сохраняет суть образа района, а именно ментальные представления людей о данной территории, и к тому же подчеркивает социальный характер этого образа, т.е. распространенность и закреплённость в сознании жителей. Стереотип района подразумевает, что характеристики, приписываемые конкретной территории, общеприняты подавляющим большинством представителей определенной социальной группы.

<sup>1</sup> Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, географический факультет, кафедра социально-экономической географии зарубежных стран, аспирант, e-mail: rodam19862@gmail.com

<sup>2</sup> В статье термины «обыденный район» и «вернакулярный район» использованы как синонимы.

Информационной базой исследования — помимо полевых наблюдений — послужил анализ территориальной структуры ряда крупных городов США (Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Чикаго, Атланта, Вашингтон, Даллас и др.) по литературным данным [15, 16, 18, 19, 22, 23]. Указанное, а также анализ классических работ по этой тематике [2, 8, 17, 21, 24] позволили сделать некоторые обобщения и высказать гипотезы относительно особенностей ОВР.

Стереотип, согласно определению У. Липпмана, предожившего ввести этот термин, — принятый в исторической общности образец восприятия, фильтрации, интерпретации информации при распознавании и узнавании окружающего мира, основанный на предшествующем социальном опыте [9]. Адаптируя это определение для конкретной цели, можно сказать, что стереотип — это набор клише, базирующихся на основе уже существующего и устойчивого представления о некоторой территории и членах определенной социальной группы, ее населяющих, который замещает процесс построения образа территории, сокращая тем самым временные и эмоциональные затраты на принятие определенных поведенческих решений. Как бы сильно ни отклонялся образ или стереотип от реальности, человек при принятии поведенческих решений ориентируется именно на него.

**Материалы и методы.** Стереотип района разделен автором на внутренний и внешний. Внутренний стереотип — ментальный образ территории, который сложился у жителей или людей, регулярно посещающих ее (маятниковые мигранты). Внешний стереотип — образ, сложившийся о районе у тех, кто о нем когда-либо слышал. Как внутренний, так и внешний стереотип — статистически измеримые величины, поэтому их можно исследовать при помощи социологических опросов. Оба стереотипа, постоянно действующих на ОВР, крайне редко совпадают, а зачастую вообще противостоят друг другу. Нередки случаи, когда в сознании горожан наиболее криминальным считается тихий спальный район, непосредственные жители которого считают свою территорию, наоборот, наиболее безопасной в городе (например, районы Красная Речка и Северный в Хабаровске). Подобное взаимное несоответствие внутреннего и внешнего стереотипов (и их общее несоответствие реальным статистическим данным) играет ключевую роль в исследовании ОВР и предопределяет многие специфические характеристики этого явления.

Если представить внутренний и внешний стереотипы в виде векторов, то совокупный стереотип района, под которым подразумевается их сумма, будет направлен по результирующему вектору (рис. 1). Важно отметить, что по результирующей этих сил движется не только совокупный стереотип района, но и физическая реальность с тенденцией хотя и медленно, но приходить в соответствие с ментальным представлением о ней.

Оба вектора — внешней и внутренней стереотипизации — в свою очередь являются результирующими для группы более простых векторов. Обобщение результатов полевых исследований позволило сформулировать гипотезу, согласно которой на стереотип действуют одновременно шесть формирующих его сил<sup>3</sup>: давление “статистической реальности”, внутренние стереотипы жителей района (эти два вектора формируют внутренний стереотип), внешние стереотипы жителей других районов, влияние стереотипа соседей, влияние суммарного городского стереотипа (эти три вектора в свою очередь формируют внешний стереотип), а также на ОВР действует инерция предыдущего стереотипа. Представление всех этих сил в виде векторов позволяет совершать с ними математические операции и визуализировать результаты. Все вышеперечисленные силы, выраженные через векторы, в зависимости от конкретной ситуации могут быть как разнонаправлены, так и устремлены в одну сторону. Это зависит от множества факторов: градостроительной политики властей, степени самоорганизации граждан и т.д. На рис. 2 приведена развернутая схема формирования совокупного стереотипа района под действием этих сил.

*Давление статистической реальности* — это влияние, которое оказывает на стереотип района (“вторая реальность”) социально-экономический и физический ландшафты города (“первая реальность”). Полевые наблюдения показали, что это одна из самых незначительных сил, имеющая наименьшее влияние на совокупный стереотип ОВР. Так, почти во всех изученных городах (Пермь, Хабаровск, Москва, Сан-Франциско и др.) наиболее криминальным считался далеко не самый опасный, по официальной статистике, район, а стереотип богатого района не гарантировал, что в нем действительно проживают люди с наивысшим достатком. Кроме социально-экономических характеристик, важно учитывать физико-географические особенности района. Например, наличие сложнопреодолимых барьеров (крупные шоссе, водные объекты и т.п.) может стать причиной замкнутости района, что может повлечь за собой увеличение уровня депривации. Статистика относится к числу сил, формирующих внутренний стереотип, так как непосредственно влияет на жителей района, однако относить ее к числу этих сил нужно с большими оговорками, потому что знание статистических реалий с тем же успехом может влиять и на жителей других районов города. Судя по полевым наблюдениям, горожане мало интересуются официальной статистикой, а если и изучают ее, то не на общегородском уровне, а лишь на уровне территории их непосредственного проживания. К тому же замечено, что доверие к такого рода информации часто меньше, чем к той, которая получена посредством слухов.

<sup>3</sup> В некоторых случаях возможно найти дополнительные силы, воздействующие на район, но, скорее всего, они не вносят весомый вклад в формирование совокупного стереотипа территории.

*Внутренний стереотип жителей района* — наиболее сложный и многомерный конструкт, в основе которого лежит не только знание множества фактов о территории, но и эмоциональное (аффективное) отношение людей к своему району. Внутренний стереотип жителей района формируется на базе культурно-исторического опыта их проживания на данной территории и характеризуется, как правило, нивелированием ее очевидных недостатков и приукрашиванием ее положительных сторон в силу чувства локального патриотизма, которое заставляет закрывать глаза на минусы и утрировать плюсы своего района. В некоторых предельных случаях может происходить подмена ценностей, и то, что во всем остальном городе трактуется как явный недостаток, может преподноситься как очевидный плюс данного района. Примером могут служить преступные кварталы Сан-Сальвадора, где орудуют банды М8-13 и М8-18. В районах, подконтрольных этим группировкам, убийство не состоящего в банде человека если не хороший тон, то явно не порицается окружающими. Соответственно логическая цепочка жителей этой территории “здесь высокая преступность, следовательно, небезопасно” меняется на полностью противоположную “здесь безопасно для лояльных к банде жителей, следовательно, район благополучный”.

*Внешний стереотип ОВР*, сформированный жителями других районов города, может разительно отличаться от внутреннего стереотипа. Он характеризуется меньшей вариативностью, так как при ограниченной информации о данном районе жители других частей города, как правило, формируют более узкий стереотип, базирующийся в основном не на личном опыте, а на упоминаниях о данной территории в СМИ или

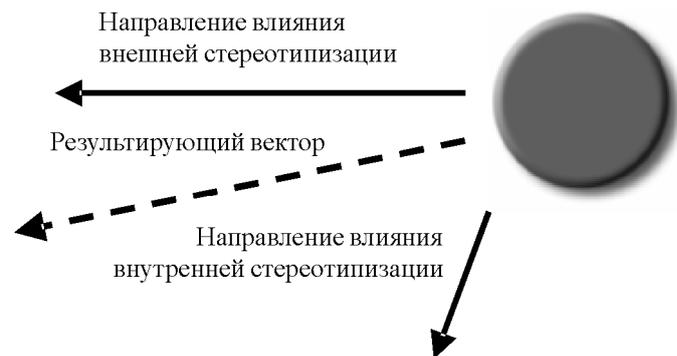


Рис. 1. Схематичное представление внешнего и внутреннего стереотипов в виде векторов

рассказах о ней. Чем меньше жители знают о районе, тем больше склонны возводить известные им факты в абсолют. Существует нестрогая прямая зависимость между расстоянием до района и степенью удаленности совокупного стереотипа от статистической реальности. В статье “Город извне и изнутри” Ю. Вешнинский отмечает, что москвичи воспринимают Санкт-Петербург как город-музей, урбанистически-средовой эталон градостроительства, а по мере физического приближения к городу эта оценка сменяется на все более реальную и жесткую [1].

В тех случаях, когда район известен далеко за пределами города, во внешнем стереотипе нужно учитывать также мнение жителей других городов. Например, квартал красных фонарей в Амстердаме — общестрановой бренд, известный далеко за пределами Голландии, соответственно, если местные власти решат изменить мнение горожан об этой территории, у них возникнут затруднения, так как внешний стереотип будет поддерживаться теми, кто что-то уже слышал об этом районе.

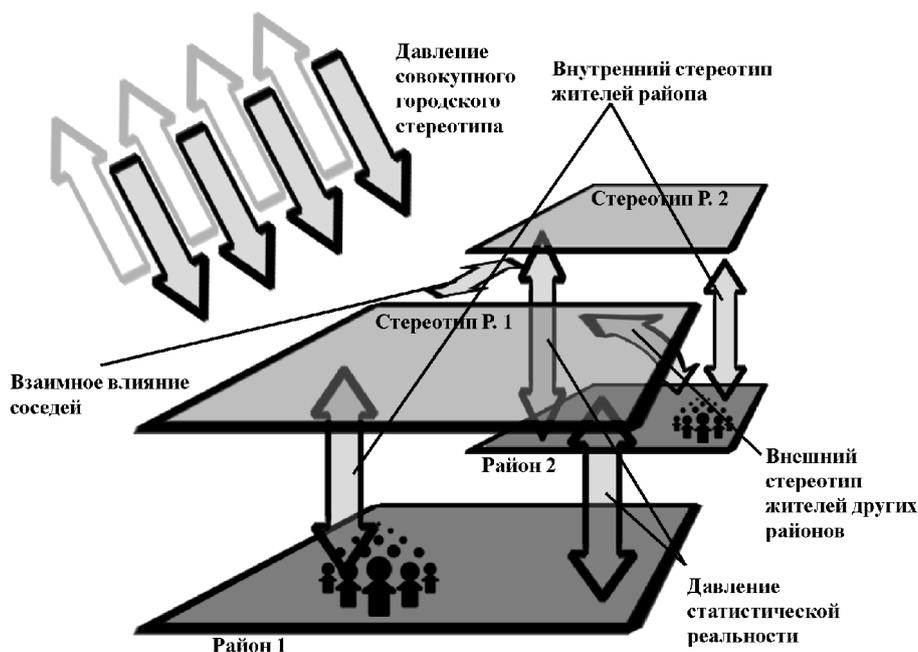


Рис. 2. Развернутая схема формирования совокупного стереотипа района

Внутренний стереотип жителей района и внешний стереотип жителей города — две наиболее важные составляющие совокупного стереотипа района. Для измерения этих двух сил разработан специальный опросный лист из 18 вопросов, с помощью которого можно выявить внутренние и внешние представления о достатке жителей района, о социальном климате территории, а также о социопространственном взаимодействии жителей внутри и за пределами своего района.

Не последнюю роль в жизни обитателей района играют *стереотипы о тех территориях, с которыми он непосредственно граничит*. Частичное проецирование на район положительных и отрицательных качеств, свойственных соседним районам, характернее для городов с высоким показателем трения пространства<sup>4</sup>. Как и в случае с внешним стереотипом, сформированным жителями других районов, здесь важнейшую роль играет количество и разнообразие доступной информации о территории. В городах, где информация о районах общедоступна, чаще встречаются случаи соседства районов, противоположных по статусу. Например, в Нью-Йорке на Манхэттене никого не удивляет, что богатые районы имеют общую границу с гетто.

Несмотря на то что *совокупный городской стереотип* не является суммой стереотипов районов, его составляющих, а иногда вообще имеет противоположный статус, нельзя недооценивать их взаимное влияние. Любой район города, признанного наукоградом, или названного, хотя и без особых оснований, силиконовой долиной, будет обладать неким налетом интеллектуальности. Обратная ситуация происходит в любом городе, признанном криминальной столицей из-за наличия в нем общеизвестного криминального района (Солнцево в Москве, Мотовилиха в Перми и т.д.). В известной мере эта сила, действующая на совокупный стереотип, наиболее управляема из всех рассмотренных ранее, но не потому, что она легче других поддается изменению, а потому, что в рамках городского брендинга уже разработан обширный инструментарий для подобных действий.

Чем дольше существует район в его нынешнем состоянии, тем более устойчив его стереотип и тем сложнее его изменить. *Инерционность* нельзя отнести ни к внешним, ни к внутренним стереотипам. Инерционность в данном случае можно уподобить колею на дороге: чем больше машин проедет по ней, тем глубже колея и тем сложнее каждой следующей машине ехать вне ее. Чем больше людей оперируют стереотипом какой-либо территории и чем дольше этот стереотип не меняется, тем сложнее абстрагироваться от него и воспринимать территорию вне этого конструкта.

Как показали исследования, рассмотренные выше силы обладают следующими общими характеристи-

ками: инерцией, асинхронностью, модусом. Всем рассмотренным силам в известной степени присуща своя инерция. Так, практически невозможно одновременно изменить мнение о районе всех его жителей или других горожан.

В рассматриваемом контексте асинхронность — запаздывание последствий воздействия векторов; например, взаимное влияние внутреннего и внешнего стереотипов сказывается не сразу, а лишь спустя некоторое время, необходимое на распространение информации о переменах. Из-за асинхронности внешних и внутренних стереотипов появляется вероятность временного отмирания района с последующим возрождением. Есть случаи, когда почти все население покидает район, но он продолжает существовать в общественном сознании как часть города с особыми характеристиками. Примером может служить Хэйз Велли — небольшой район в Сан-Франциско недалеко от делового центра. В 1926 г. было решено провести через район автостраду № 101, и, несмотря на протесты жителей, трасса рассекла его на две примерно равные и почти не сообщающиеся части. Из-за резкого роста прступности и общей дезорганизации общественной жизни почти все жители района разъехались, и более 50 лет этот район фактически не существовал. Однако в 1989 г. землетрясение разрушило часть автострады. После долгих дебатов трассу решили не восстанавливать, вместо этого здесь построили филиал кампуса Калифорнийского университета в Беркли, что дало району новую жизнь. Асинхронность ОВР приводит к тому, что границы обыденных районов, однажды появившись, не разрушаются даже при изменении внутреннего наполнения района, потому что при сломе внутреннего стереотипа границы сохраняются во внешнем, а за то время, пока информация о новом состоянии района будет вытеснять предыдущий образ, внутренний стереотип под влиянием внешнего сформируется в старых границах<sup>5</sup>.

Другой ключевой параметр стереотипа — его так называемый модус, т.е. степень выраженности и распространенности [13]. Высокий модус обеспечивает долговременность стереотипа, особенно внешнего, который может замещать роль внутреннего при перерождении ОВР и сохранять его границы. Именно модус в сочетании с накопленной инерцией обычно предопределяет силу воздействия стереотипа, т.е. длину вектора.

Расчет координат векторов проводится в три этапа: внешний и внутренний стереотип, а также влияние стереотипа города и соседних районов рассчитываются на основе социологического опроса с использованием специально разработанного опросного листа<sup>6</sup>. Показатель статистической реальности рассчитывается исходя из минимальных и максимальных значений показателей по городу, а инерция

<sup>4</sup> Сравнительный показатель, определяющий количество затрачиваемой энергии и времени на преодоление определенного расстояния.

<sup>5</sup> В последние десятилетие можно наблюдать этот процесс в районе Ричмонд (Сан-Франциско), который постепенно перерождается из «русского» в «корейский».

<sup>6</sup> К сожалению, рамки статьи не позволяют привести пример подобного опросного листа.

предыдущего стереотипа устанавливается при помощи глубинных интервью с экспертами и анализа краеведческой литературы.

В рамках полевых исследований выявлено, что все силы, влияющие на совокупный стереотип района, не равнозначны: внешний и внутренний стереотипы изменяются от  $-4$  до  $4$ , показатель статистической реальности колеблется от  $-1$  до  $1$ , остальные четыре вектора могут принимать значения от  $-2$  до  $2$ . Таким образом, совокупный стереотип может принимать значения от  $-17$  до  $17$ .

**Обсуждение результатов.** Изобразим векторы сил в стандартной трехмерной декартовой системе координат (рис. 3). Каждая ось представляет собой градацию определенного показателя от наименьшего к наибольшему. На оси  $OX$  отложен так называемый социальный климат: от самого криминального района к наиболее безопасному, на оси  $OY$  — степень социопро пространственного взаимодействия жителей района, а на оси  $OZ$  — уровень экономического благополучия, от наиболее бедного к наиболее богатому району. Напомним, что в этой системе рассматриваются не статистические показатели, а внешние и внутренние стереотипы районов.

Выбор именно этих трех показателей обусловлен их ключевой ролью в формировании совокупного стереотипа района. Как показали полевые исследования, в подавляющем большинстве описаний ОВР как его жителями, так и другими горожанами используются именно эти категории.

Векторы внешней и внутренней стереотипизации можно разложить на 6 составляющих, легче поддающихся эмпирическому анализу. Таким образом, результирующую силу можно представить как систему из 6 векторных уравнений:

$$\vec{A}_n(x_n; y_n; z_n),$$

где  $\vec{A}_1, \vec{A}_2, \dots, \vec{A}_6$  — 6 результирующих сил, влияющих на район. Такая система проста и удобна для выяснения направления развития района в данное время, но с ее помощью также можно рассматривать его развитие в ретроспективе и моделировать изменения на будущее.

Эта методика применена во время зимней экспедиции кафедры социально-экономической географии зарубежных стран географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова в 2011 г. для исследования особенностей ОВР Смоленска<sup>7</sup>. В качестве примера рассмотрим одну из исследованных территорий. Район Киселевка хорошо известен горожанам и — наряду с центральной частью города — наиболее крупный по территории и населенности ОВР Смоленска. Киселевка — типичный современный спальный район, его архитектурный облик формируют жилые многоэтажные дома. В районе в достаточном количестве присутствуют базовые элементы социаль-

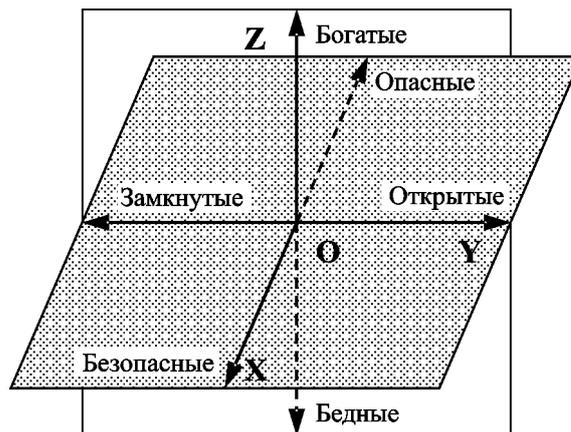


Рис. 3. Трехмерная система координат для изображения векторов сил

ной инфраструктуры (магазины, школы, детские сады, поликлиники и т.д.). Основные жители района — работники завода “Кристалл”. Район фактически находится на окраине города, но дорога до центра города на общественном транспорте занимает 15—20 минут. Киселевка с одной стороны граничит со схожим по функциональной нагрузке спальным районом Поповка, а остальные границы выходят к городской черте Смоленска.

Опросы местного населения показали, что жители оценивают свой район как экономически благополучный, но при этом весьма криминальный. Жители других районов города, напротив, считают Киселевку вполне безопасным районом, а также отмечают высокий достаток его жителей и социопро пространственную интегрированность этой территории в городской ландшафт. Инерция предыдущего стереотипа в рассматриваемом случае не играет существенной роли, так как каких-либо упоминаний о том, что было на данной территории до строительства спального района, во время социологических опросов не выявлено.

**Результирующие векторы района Киселевка (Смоленск)**

Силы, действующие на район	$OX$	$OY$	$OZ$
Статистическая реальность	0,1	0,3	-0,1
Внутренний стереотип	-0,1	0,3	-0,3
Внешний стереотип	0,7	0,7	1
Влияние соседей	0,1	0,2	-0,1
Влияние стереотипа города	0,3	-0,2	-0,2
Сумма	1,1	1,3	0,3

В таблице приведены параметризованные и переведенные в координаты векторов результаты полевых исследований и опросов местного населения. Сумма этих векторов представляет собой совокупный стереотип района:  $\vec{A}_{\text{сум}}(1,1; 1,3; 0,3)$ .

<sup>7</sup> Детально изучены ОВР Смоленска: Центр, Садки и Киселевка.

В результате получился стереотип довольно благополучного и открытого района. Внешний стереотип оказал наибольшее влияние на итоговый положительный результат, а внутренний, напротив, служит той силой, которая “тянет” территорию в сторону ухудшения. Это позволяет сделать вывод, что для улучшения совокупного стереотипа района нет нужды менять его физический облик или повышать его репутацию среди жителей других частей города, наиболее выгодным и рациональным вложением средств будет рекламировать этот район его же жителям.

**Заключение.** Любой город представляет собой систему обыденных районов, различных по устойчивости, по поводу которых в общественном сознании складываются стереотипы, причем как внутренние (у местных жителей), так и внешние (у остальных).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Вешинский Ю.* Город извне и изнутри // Знание — сила. 2010. № 12. С. 106—109.
2. *Голд Дж.* Психология и география. Основы поведенческой географии. М.: Прогресс, 1990.
3. *Замятин Д.Н.* Географический образ. Материалы к словарю гуманитарной географии // Гуманитарная география. Научный и культурно-просветительский альманах. Вып. 4. М.: Институт наследия, 2007. С. 273—275.
4. *Замятина Н.Ю.* Когнитивная география: предмет и основные понятия // Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран. Вып. 18. М.; Смоленск: Ойкумена, 2009.
5. Изучение дифференциации городского пространства города Перми // Мат-лы докл. XVI Междунар. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых “Ломоносов”. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009.
6. *Крылов М.П.* Понятие “регион” в культурном и историческом пространстве России // География и региональная политика. Ч. I. Смоленск: Изд-во СГУ, 1997. С. 32—38.
7. *Крылов М.П.* Региональная идентичность в Европейской России. М.: Новый хронограф, 2010.
8. *Линч К.* Образ города. М.: Стройиздат, 1982.
9. *Липпман У.* Общественное мнение. М.: Институт фонда “Общественное мнение”, 2004.
10. *Павлюк С.Г.* Вернакулярные районы в постиндустриальную эпоху // Постиндустриальная трансформация социального пространства России. М.: Эслан, 2006.
11. *Павлюк С.Г.* Ключевые вопросы изучения вернакулярных районов // Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран. Вып. 18. М.; Смоленск: Ойкумена, 2009.
12. *Павлюк С.Г.* Традиционные и исторические районы как форма территориальной самоорганизации общества (на примере России и США): Автореф. канд. дис. М., 2007.
13. *Смирнягин Л.В.* О региональной идентичности // Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран. Вып. 17. М.; Смоленск: Ойкумена, 2007. С. 21—49.
14. *Смирнягин Л.В.* Территориальная морфология российского общества как отражение регионального чувства в русской культуре // Региональное самосознание как фактор формирования региональной политической культуры в России. М.: МОНФ, 1999.
15. *Duperron B.* Newcomer’s handbook for moving to and living in Atlanta. Portland: First Books, 2005.
16. *Duperron B.* Newcomer’s handbook for moving to and living in Chicago. Portland: First Books, 2004.
17. *Hall E.* Hidden Dimension. N.Y.: Anchor Books, 1990.
18. *Horowitz E.* Newcomer’s handbook for moving to and living in Dallas — Fort Worth, Houston and Austin. Portland: First Books, 2006.
19. *Horowitz E.* Newcomer’s handbook for moving to and living in New York City. Portland: First Books, 2007.
20. *Lefebvre H.* La production de l’espace. P.: Anthropos, 1974. Ch. II. P. 83—96.
21. *Sack R.D.* Human Territoriality: Its Theory and History. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
22. *Weinerman L.* Newcomer’s handbook for moving to and living in Los Angeles. Portland: First Books, 2005.
23. *Weinerman L.* Newcomer’s handbook for moving to and living in Washington D.C. Portland: First Books, 2006.
24. *Zelinsky W.* North America’s Vernacular Regions // Ann. of the Association of American Geographers. 1980. Vol. 70, N 1. P. 1—16.

Поступила в редакцию  
17.08.2011

**К.А. Puzanov**

#### STEREOTYPES OF INTRAURBAN AREAS

The article describes methods of studying vernacular intraurban areas which have been suggested basing on field investigations in San-Francisco, Khabarovsk, Perm and Smolensk. The principal point is the identification of forces influencing the intraurban vernacular areas and their vector representation which makes it possible to undertake mathematical operations with them.

*Key words:* vernacular areas, identity, field investigations.