



УДК 911.3: 316.334.56  
DOI 10.32999/ksu2413-7391/2022-17-3

Кононенко О.Ю.,  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економічної та соціальної географії  
*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*  
*oikononenko@knu.ua*  
ORCID: 0000-0002-1741-2066

Гнатюк О.М.,  
кандидат географічних наук,  
асистент кафедри економічної та соціальної географії  
*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*  
*alexgnat22@ukr.net*  
ORCID: 0000-0003-1818-2415

## МІСЬКІ ВЕРНАКУЛЯРНІ РАЙОНИ: МЕТОДИКА ВИДІЛЕННЯ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ МЕНТАЛЬНИХ КАРТ

Вернакулярні райони – це території, що виділяються на основі аналізу їх сприйняття населенням (місцевими жителями, туристами, жителями інших регіонів). Інтерес до даного районування посилюється останнім часом внаслідок розвитку біхевіористичного підходу в географії, інтересу до проблем місцевої ідентичності, а також викликами з боку управлінської практики, а саме формуванням економічно та соціально цілісних та самостійних територіальних громад. У статті обґрунтовано доцільність використання ментальних карт для виділення та дослідження міських вернакулярних районів, відображено основні етапи районування з акцентом на збір емпіричного матеріалу та інтерпретацію ментальних карт. У дискусії подано авторський погляд на проблему об'єктивності міських вернакулярних районів та інтерпретацію й використання результатів дослідження. Ментальна карта є джерелом первинної інформації, що отримується в узагальненому та генералізованому вигляді безпосередньо від жителя міста. Будучи спрощеним зображенням міського ландшафту, карта відображає найбільш впізнавані, популярні серед місцевих жителів об'єкти. Серед образів, що жителі відображають на картах, райони займають особливе місце, оскільки ними є ті частини міста, в межах яких і протікає повсякденне життя: поїздки на роботу, отримання послуг, відпочинок, розваги, спілкування. Дослідження вернакулярних районів передбачає, окрім іншого, їх ідентифікацію, класифікацію за функціональними ознаками, аналіз перцепційних портретів (ідентичності) районів. Обмеження методу пов'язані з формуванням вибірки респондентів – авторів ментальних карт, а також із труднощами інтерпретації ментальних карт. Водночас, ментальні карти як метод дослідження вернакулярних районів мають свої беззаперечні переваги, оскільки є джерелом унікальної інформації про сприйняття міського простору.

**Ключові слова:** вернакулярний район, місто, ментальна карта, перцепційний портрет території, методика дослідження.

### **Kononenko O.Yu., Gnatiuk O.M. Urban vernacular districts: methodology of identification based on the analysis of mental maps**

Vernacular regions/districts are areas distinguished based on the analysis of their perception by the people (local residents, tourists, residents of other regions, etc.). Interest in this kind of regionalization has been stipulated recently by the development of the behavioural approach in geography, shift of the geography research focus on the local identity problems and, especially in Ukraine, by management practice challenges, namely the formation of economically and socially integral and self-sufficient territorial communities. The article substantiates the expediency of using mental maps for the identification and subsequent investigation of urban vernacular districts, shows the principal stages of regionalization technique with an emphasis on the collection of empirical material and the interpretation of mental maps. The discussion presents the author's view on the problem of objectivity of urban vernacular districts, as well

as the interpretation and use of research results. A mental map is a source of primary information obtained in a generalized and deliberately withholding form directly from a city resident or another person. Being a simplified representation of the urban landscape, such a map displays the most recognizable and popular objects among local residents. Among the images that residents display on mental maps, vernacular districts occupy a special place since they are those parts of the city within which their everyday life takes place: commuting to work, receiving services, recreation, entertainment, communication, etc. The study of vernacular districts involves, *inter alia*, their identification, classification by functional features, and analysis of their perceptual portraits (identities). The limitations of the method are related to the selection of a sample of respondents (authors of mental maps), as well as to the difficulties of interpreting mental maps. At the same time, mental maps as a method of investigating vernacular districts have their undeniable advantages, since they are source of unique information about the perception of urban space.

**Key words:** vernacular district, city, mental map, perceptual portrait of the territory, research methodology.

**Постановка проблеми.** Вернакулярні (або повсякденні) райони – це території, що виділяються на основі аналізу їх сприйняття населенням (місцевими жителями, туристами, жителями інших регіонів). Інтерес до даного районування посилюється останнім часом внаслідок розвитку біхевіористичного підходу в географії, інтересу до проблем місцевої ідентичності, а також викликами з боку управлінської практики, а саме формуванням економічно та соціально цілісних та самостійних територіальних громад. Перші спроби виділення вернакулярних районів були зроблені у США. Відомою є робота Р. Гейл (Hale, 1981), в якій запропоновано схему районування США та яка відкрила шлях для дослідження окремих штатів. Т. Жордан дав вичерпне та чітке визначення перцепційних чи вернакулярних районів: «це райони, що існують завдяки їх сприйняттю жителями та іншими членами суспільства. Вони існують як частина популярної чи народної культури. Вернакулярні райони скоріше є продуктом сприйняття пересічних громадян, ніж інтелектуальним продуктом професійних географів. В більшій мірі ці райони є поєднанням ментальних карт населення, ніж результатом аналізу кількісних критеріїв» (пер. авт.) (Jordan, 1978: 293). Ним у Техасі було виділено 58 вернакулярних регіонів різних типів (Jordan, 1978), а згодом подібні дослідження були проведені і для інших штатів (Liesch, 2015).

На сьогоднішній день методичний апарат даного виду районування є достатньо різноманітним. Так, часто проводиться опитування населення, але є і приклади аналізу топонімів, платформ краудсорсінгу, контент-аналізу, вивчення місцевої преси, бізнес-назв та ін. маркерів. Також ефективним методом збору

емпіричної інформації є глибинні інтерв'ю, які дозволяють не тільки сформувати перелік повсякденних назв районів і місцевостей, але зрозуміти важливість окремих об'єктів для респондентів, виявити причини певних стійких асоціацій місцевостей з об'єктами, образами, історичними подіями. Як різновид глибинного інтерв'ю ми розглядаємо ментальні карти. Підхід К. Лінча є апробованим методом вивчення сприйняття простору (Lynch, 1960) і може бути використаний при виділенні вернакулярних районів.

**Постановка завдання.** Метою даного дослідження є розроблення методики вернакулярного районування міст на основі аналізу ментальних карт. У статті буде розкрито географічний підхід до дослідження сприйняття простору та формування міських вернакулярних районів, обґрунтовано доцільність використання ментальних карт для виділення та дослідження неформальних районів. Також буде відображено основні етапи районування з акцентом на збір емпіричного матеріалу та інтерпретацію карт. В дискусії буде подано авторський погляд на проблему об'єктивності вернакулярних районів, практичне використання результатів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

**Теоретичний бекграунд.** Поняття району є ключовим в географії та суспільній географії зокрема. В українській школі теоретичні основи районування розроблялись в період домінування економічних чинників районування. Так, у роботах В. Садовського, наведено визначення економічного району як певної відмежованої території, на якій господарське життя в цілому чи група господарських



явищ зв'язана певною закономірністю (Садовський, 1932: 11). Радянська школа також відома теорією економічного районування ще з часів Держплану (Колосовський, 2006; Баранський, 1927) Відповідно, район розглядався як територіально та економічно цілісна частина народного господарства, для якого характерні виробнича спеціалізація та внутрішньорайонні виробничі зв'язки. Пізніше Е. Алаєв уточнив поняття району з позицій економічної та соціальної географії: «Район – це територія (геотерія), що за сукупністю розміщених на ній елементів відрізняється від інших територій і характеризується єдністю, взаємозв'язаністю складових елементів, цілісністю, причому ця цілісність – об'єктивна умова і закономірний результат розвитку цієї території» (Алаєв, 1983: 67). Подібним чином розглядались райони і представниками французької та американської шкіл. У 1960-х роках, в межах просторової науки Віттлсі дав наступне визначення району як комплексу (компажу): «Район – це поєднання внутрішньо взаємопов'язаних природних та соціальних властивостей, що обрані з більш складної сукупності як такі, що мають відношення до географічного дослідження» (Whittlesey, 1954: 21). Вивчення районів як універсальних конструкцій передбачало використання методів багатовимірної класифікації, переважно кластерного аналізу.

Зміна розуміння сутності району відбувається під впливом нової регіональної географії (Pred, 1984; Murphy, 1991; Paasi, 2009). Район, як і в попередні історичні епохи, залишається важливою категорією, оскільки дозволяє структурувати інформацію про просторові процеси, використовувати як метод дослідження, обґрунтовувати управлінські рішення. Але при цьому він розглядається як абстрактна конструкція, що формується внаслідок соціальної взаємодії, що відбувається на різних ієрархічних рівнях (Paasi, 2009). Таким чином, район формується в результаті взаємодій окремих індивідуумів, соціальних груп та інституцій (місцевої влади, громадських організацій, об'єднань підприємців, освітніх установ та ін.). Тому важливими характеристиками районів є їх суб'єктивність та динамічність, вони лише опосередковано пов'язані з реальними об'єктами фізичного світу. К. Мезенцев описує цей підхід як біхевіористичний, за якого район

є образом у свідомості людей і характеризується суб'єктивністю, перцепційністю, холістичністю, стереотипністю та самоідентичністю (Мезенцев, 2005). Враховуючи, що кожна людина сприймає територію індивідуально, важливо зрозуміти, якими є основні регіональні перцепційні стереотипи – узагальнені характеристики сприйняття районів. Саме подібність стереотипів є критерієм виділення районів. Методами дослідження біхевіористичної географії є інтерпретація образів ландшафтів у літературних творах, символізму культурних ландшафтів та регіонів, дослідження образів міст та міського життя, бачення міста, перцепції різних частин міста.

З точки зору поділу територій на райони виділяється два підходи «згори – вниз» (країна поділяється на регіони, вони – на райони другого порядку і т.д.) та «знизу – вгору» (спочатку аналізуються зв'язки на локальному рівні, потім мікрорайони об'єднуються у мезорайони, макрорайони). За останнього підходу формування районів розглядається як наслідок взаємодій між суб'єктами на локальному рівні (в межах територіальних громад, населених пунктів). Власне територія та розміщені на ній об'єкти впливають на сприйняття місцевості з точки зору історичних особливостей розвитку, символізму, етнічної та культурної різноманітності (Sifta, 2017). Регіональні та місцеві символи дозволяють жителям ідентифікувати себе з цією місцевістю і той же час можуть представляти регіон на вищому ієрархічному рівні, формуючи при цьому бренд території.

Вернакулярні райони розглядаються поруч з функціональними та формальними і також називаються популярними, повсякденними, оскільки є продуктом просторового сприйняття жителями місцевості проживання (Zelinsky, 1980). Вони формуються внаслідок процесів самоорганізації на локальному рівні через механізм ідентифікації, співвіднесення жителів з місцем проживання, роботи, відпочинку та ін. повсякденних практик. Саме сформована територіальна ідентичність дозволяє розглядати район як ментальну конструкцію, сукупність символів та асоціацій, що мають історичні, культурні, етнічні корені. В працях американських вчених розглянуто як сутність районів, так і методики їх виділення. Макрорівень розкрито у роботах W. Zelinsky та R. Hale,

на рівні штатів результати районування представлені T. Jordan, L. Matthew та ін.

На відміну від традиційних соціально-економічних районів, вернакулярні мають досить нечіткі межі, вони можуть, з одного боку, не покривати повністю територію, а з іншого накладатись один на одного, що ускладнює їх делімітацію. В науковій літературі представлено різні спроби ідентифікації вернакулярних районів. Так, В. Зелінський класичними методами вважав опитування/інтерв'ювання жителів у поєднанні з особистими спостереженнями (W. Zelinsky, 1980). При вивченні великих територій це не завжди є можливим, тому проводиться телефонне опитування, анкетування. Інші шляхи полягають у вивченні маркерів місцевості – місцевих назв (формальних і неформальних), а також бізнес назв (Matthew, 2015; Vukosav, 2016). З розвитком інформаційно-комп'ютерних технологій можливості дослідження уявлення населення про території розширюються, наприклад через використання ГІС, що мають на меті партисипацію населення

при вирішенні місцевих проблем (Pánek, 2016). Використання методу ментальних карт також отримало застосування (Bale, 1983; Brennan-Horley, 2010). Це якісний метод, що дозволяє отримати цілісне уявлення респондента про територію, що включає межі, лінійні об'єкти (шляхи сполучення), окремі споруди, публічні простори, пам'ятники, природні об'єкти (лісові масиви, річки, озера) тощо. Малюючи карту, респондент генералізує інформацію про місцевість, наносить найбільш значимі, впізнавані об'єкти. Таким чином, ментальна карта відображає не тільки особисте відношення індивідуума, але і частково колективне уявлення. Методика вернакулярного районування має класичні етапи: (1) визначення мети та цілей дослідження; (2) збір емпіричного матеріалу; (3) опрацювання ментальних карт, їх інтерпретація, виділення вернакулярних районів; (4) синтез отриманої інформації, формулювання висновків (рис. 1).

Кінцева мета районування може бути різною: формування бренду певної місцевості

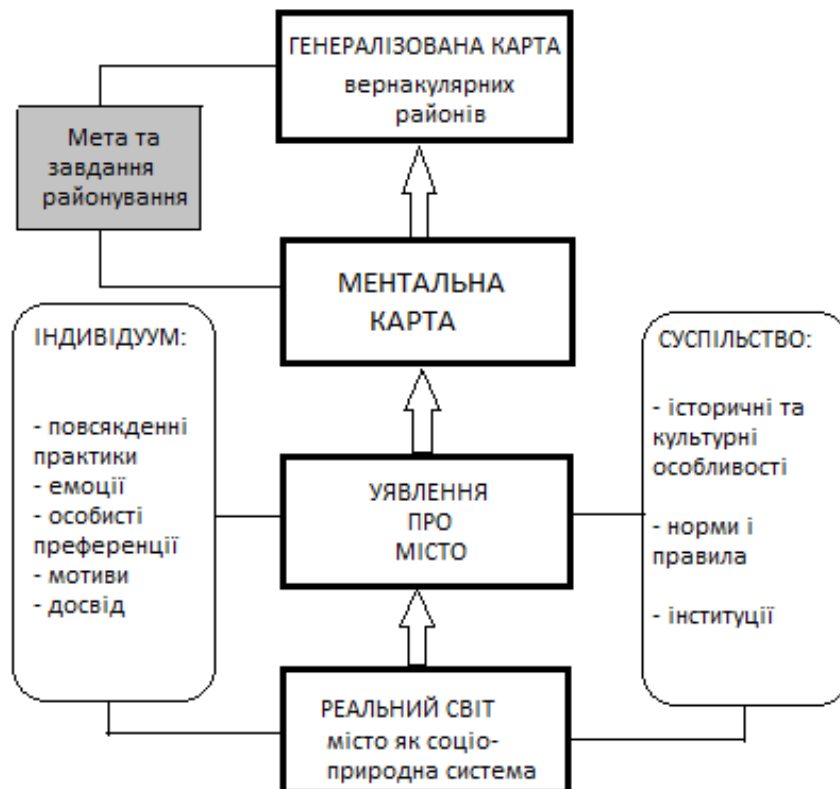


Рис. 1 Загальна схема дослідження (побудована авторами на основі Lloyd, 1976)





шляхом виявлення найбільш впізнаваних об'єктів, виявлення проблемних територій через аналіз емоційного навантаження ментальних карт (виділення так званих районів «топофобії» та «топофілії»), визначення меж районів для їх використання в управлінській практиці (наприклад, при наданні соціальних послуг, вдосконаленні транспортної системи тощо). На вибір методичних прийомів впливає необхідність проведення чітких меж, визначення назв районів, дотримання принципів географічної цілісності, одномасштабності районів.

### **Збір емпіричного матеріалу.**

Ментальні карти Кевіна Лінча (Lynch, 1960) є схематичними зображеннями міста, на яких, як правило, респонденти позначають шляхи сполучення (дороги, вулиці, алеї), лінійні об'єкти, що виконують роль бар'єру (річки, залізниці, стіни), райони, точкові елементи (транспортні вузли, перехрестя, площі), а також територіальні маркери (монументи, окремі заклади культури, мистецтва, торговлі тощо). Дослідивши таким чином Бостон, Лос-Анджелес та Нью-Джерсі, він прийшов до висновку, що даний метод є універсальним та може надати більше первинної інформації, ніж традиційне опитування чи інтерв'ю. Так, на картах відображаються фізичні та соціально-культурні властивості об'єктів, безпосереднє сприйняття міста респондентами (включаючи емоції), особливості орієнтації в просторі, а також його використання у повсякденному житті (T. Nawrocki, 2017).

Побудова ментальних карт є процесом графічного відображення реальної географічної місцевості. Інформативна ментальна карта є результатом ряду взаємодій. Взаємодія між респондентом та містом відбувається через щоденні практики, поведінку жителя; респондент може проживати в даній місцевості, відпочивати, працювати, епізодично відвідувати. В результаті формується певне цілісне уявлення про дану територію (гештальт). Важливим є момент суб'єктивності сприйняття місцевості, що є неминучим оскільки візуальна, аудіальна, вербальна інформація сприймається кожною людиною індивідуально на основі особистого досвіду, суспільних норм, думок інших людей та ін. обставин. Взаємодія між дослідником та респондентом передбачає

постановку задачі: у якому вигляді слід намалювати карту, які об'єкти показати, наскільки детально. Широкі можливості для аналізу дають карти, при малюванні яких респонденти отримують свободу відобразити те, що вони бажають (Nieścioruk, 2019). Карта при цьому є суб'єктивною, але на ній нанесені не тільки точки, лінії, райони, але і намальовані окремі об'єкти, залишені коментарі, є певна емоційне навантаження. За цим принципом було зібрано ментальні карти Києва у 2018-2021 рр., один з прикладів яких наведено на рис. 2.

Можливий і інший підхід, коли респонденти отримують певне завдання – що на ній слід відобразити. Наприклад, кордон між двома регіонами (Marek, 2020), місце локалізації певного виду людської діяльності – наприклад, креативних індустрій (Brennan-Horley, 2010), а також асоціації (позитивні чи негативні емоції, кольорові асоціації, неформальні назви тощо). Таким чином спрощується обробка ментальних карт та легше виявити колективне сприйняття певної місцевості (Влах & Гудзеляк, 2019).

Також можна говорити і про третій вид взаємодії: між респондентом та власне ментальною картою, що фактично є перенесенням уявлення про місцевість на папір. Це ми вважаємо ключовим етапом глибинного інтерв'ю, оскільки опитуваний отримує можливість висловити свою думку одразу через декілька каналів взаємодії: вербально та невербально; свідомо та підсвідомо. Досвід показує, що ментальна карта є простим та швидким методом отримання інформації від респондентів, не втомлює їх (Nawrocki, 2017). Вдалим прийомом є опис респондентом схеми, яку він/вона малює та запис інтерв'ю. Стенограма підкріплює візуальні образи і більш ясними стають мотиви респондента, важливість тих чи інших об'єктів для нього. Також можна відділити поширені кліше, нав'язані суспільством думки та суб'єктивне сприйняття жителями міського середовища.

Підбір опитуваних здійснюється звичним для інтерв'ю чином. Залежно від цілей дослідження визначається кількість ментальних карт. Якщо передбачається кількісне опрацювання отриманих результатів, бажано також збільшити кількість карт та дотримуватись принципу репрезентативності (опи-

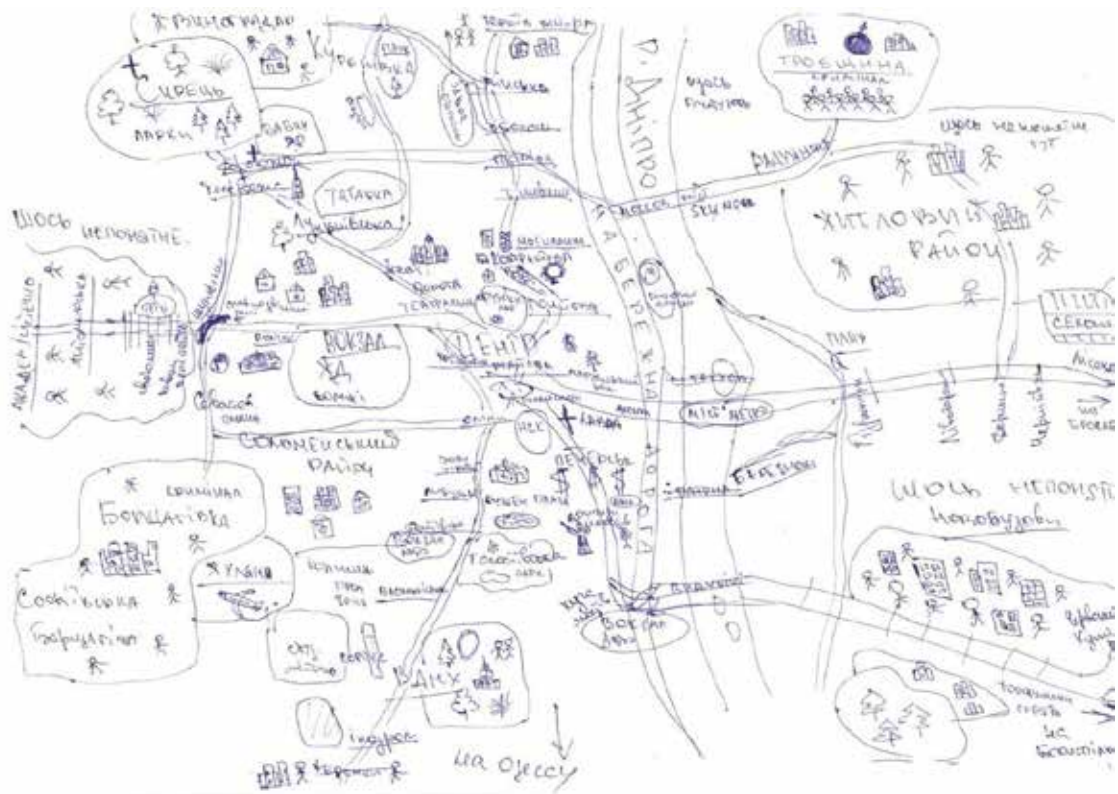


Рис. 2. Ментальна карта Києва (2018)

тати жителів різного віку, статі, соціального статусу тощо). В окремих випадках, особливо якщо дослідження має якісний характер, кількість карт може бути меншою, але кожна карта доповнюється при цьому стенограмою інтерв'ю, анкетною. Іноді автори опитують цільову аудиторію: молодь, людей старшого віку, внутрішньо переміщених осіб (Osóch & Czarpińska, 2019; Лазаренко, 2019). При інтерпретації результатів враховується специфіка досліджуваної групи населення, умови її проживання в даній місцевості, типові проблеми та виклики.

### Опрацювання ментальних карт, їх інтерпретація.

Виходячи з визначення міського вернакулярного району за Кевіном Лінчем (Lynch, 1960), ідентифікація вернакулярного району на ментальній карті може здійснюватись за трьома ключовими ознаками. Перша ознака – наявність підписаної назви вернакулярного району. Ця назва може походити від назви історичної місцевості (наприклад, Поділ, Голосіїв), або планувальної одиниці, житло-

вого масиву (наприклад, Оболонь, Відрадний), або від певного об'єкта (наприклад, Вокзал, Ринок); в останньому випадку важливо, щоб назва на ментальній карті явно стосувалась не лише цього конкретного об'єкта, але й території навколо нього. Друга ознака – наявність проведеної на карті лінії – межі вернакулярного району, що відокремлює його від інших міських територій (зокрема, суміжних вернакулярних районів). Третя ознака – наявність специфічної текстури – позначок типу забудови (наприклад: багатоповерхова житлова забудова), функції території (наприклад: селищна територія), характеристики ландшафту (наприклад: пагорбиста місцевість), тощо. Вернакулярний район може бути ідентифіковано за однією ознакою, або за парою ознак (наприклад – проведено межі району та підписано його назву), або за усіма трьома ознаками.

Варто зауважити, що перелічені ознаки, строго кажучи, є не зовсім рівноцінними, оскільки лише наявність підписаної назви дає можливість однозначно визначити, який саме вернакулярний район зображено на менталь-



ній карті. У випадку відсутності підписаної назви, проте наявності специфічної текстури чи проведеної межі, потрібно спробувати визначити назву вернакулярного району шляхом зіставлення контексту ментальної карти з джерелами інформації про територію – картами історичних місцевостей міста, планувальними одиницями, функціональним зонуванням, тощо. Однак, можлива ситуація, коли назву позначеного вернакулярного району таким способом точно визначити не вдається. Це може означати, що в уяві автора ментальної карти, на основі особистого досвіду взаємодії з територією (або інформацією про територію), сформувався принципово новий вернакулярний район. У випадку, якщо поява на ментальних картах різних авторів подібного вернакулярного району є системною, можна говорити про зародження нового вернакулярного району, який ще не набув чіткої назви, але виділяється респондентами за певними критеріями і, за сприятливих обставин, може закріпитись на ментальній карті міста та впливати на просторову поведінку його мешканців.

Водночас, може виявитись, що деякі історичні місцевості та планувальні одиниці міста не ідентифікуються на ментальних картах як вернакулярні райони. Це означає, що вони не мають власної ідентичності, не виявляються респондентами як такі, що відрізняються від суміжної території, або з певних причин визначаються як (відносно) неважливі. Якщо мова йде про відсутність на ментальних картах назв, меж та специфічних характеристик міських історичних місцевостей, можна вести мову про завершення життєвого циклу відповідних вернакулярних районів – їх «занепад» та «смерть» – вони перестають існувати у повсякденній свідомості містян, залишаючись надбанням майже виключно фахівців-краєзнавців.

У цілому ж наявність у вернакулярного району життєвого циклу здатна істотно ускладнити процедуру їх ідентифікації – адже перелік потенційно виявлених вернакулярних районів для окремо взятого міста є необмеженим. Хоча, як правило, дослідницький інтерес представляють найбільш впізнавані з них, поява нових та зникнення існуючих вернакулярних районів також може представляти собою дослідницький інтерес. Тому при ідентифікації вернакулярних районів можливі два підходи: перший –

виявлення вернакулярних районів «з чистого аркуша», тобто без попередньо сформованого їх переліку; другий – підготовка попереднього переліку потенційно можливих вернакулярних районів на основі згаданих вище джерел інформації про територію, та доповнення, за необхідності, цього переліку нововиявленими вернакулярними районами.

Відповідно до особливостей формування виявлені вернакулярні райони можна класифікувати таким чином: (1) вернакулярні райони, в основі яких лежать історичні місцевості та/або планувальні одиниці території міста (наприклад, житлові масиви, промислові зони); (2) вернакулярні райони, що сформувались навколо певних вузлових територій та/або центрів зосередження певних міських функцій (наприклад, навколо площі, ринку, університету, транспортного вузла, тощо); (3) вернакулярні райони, що представляють собою цілісну та однорідну за ключовою функцією територію (наприклад, парки, лісопарки, ботанічні сади, території промислових підприємств, університетські містечка тощо за певних умов можуть сприйматися саме як вернакулярні райони, а не як точкові об'єкти (landmarks), хоча часто грань між сприйняттям однієї й тієї ж самої території як району та як точкового об'єкта є дуже умовною).

Ідентифіковані вернакулярні райони можна візуалізувати, побудувавши картосхему з нанесенням їх назв та меж. При цьому можливі технічні труднощі, пов'язані з нечіткістю та неоднозначністю меж вернакулярних районів – адже кожен автор ментальної карти може проводити межу певного вернакулярного району по-різному. Крім того, вернакулярні райони можуть повністю або частково взаємонакладатись та формувати нечіткі ієрархічні структури. У такому випадку доцільно використовувати відповідні графічні прийоми, зокрема, можна показати території, що включаються до складу даного вернакулярного району певним відсотком авторів ментальних карт, тощо.

Частота появи вернакулярного району на ментальних картах дозволяє дати оцінку його впізнаваності (imageability), тобто поширеності та стійкості його образу у свідомості авторів ментальних карт. Оцінку впізнаваності можна здійснювати як за однією з ознак (назва; межа;



текстура), так і за їх сукупністю. Одним із способів кількісної оцінки є обрахунок частки карт, на яких нанесено відповідний елемент: більше 51% – високий рівень впізнаваності; 21-50% – середній та менше 20% – низький (Nawrocki, 2017). Деякі райони можуть не мати усталеної назви, проте визначатись як специфічний, внутрішньо однорідний простір, чітко відокремлений від решти міста. І навпаки, вернакулярний район може не мати чіткої межі, проте мати назву – як правило, це властивість вернакулярних районів, сформованих навколо вузлових територій міста, тобто за принципом зосередження певної функції чи властивості, а не внутрішньої однорідності району. Для загального ж порівняння впізнаваності вернакулярних районів може бути використано, зокрема, інтегральний індекс впізнаваності, що обчислюється за формулою:

$$I = \frac{(N + B + T)}{3 * M}$$

де  $N$  – кількість ментальних карт, на яких присутня назва вернакулярного району;  $B$  – кількість ментальних карт, на яких позначено межу вернакулярного району;  $T$  – кількість

ментальних карт, на яких позначено специфічну текстуру вернакулярного району;  $M$  – загальна кількість ментальних карт, взятих до аналізу.

Результат оцінки впізнаваності вернакулярних районів можна відобразити графічно – наприклад, позначивши частоту згадування назв кольором фону вернакулярного району, частоту позначення межі – товщиною межі на картосхемі, а частоту позначення текстури – інтенсивністю чи кольором текстури на картосхемі (рис. 3).

Особливий тип вернакулярних районів: житлові масиви різних років побудови. За часом побудови, типом будинків, середньою поверховістю та внутрішньою структурою можна виділити як мінімум 4 типи житлових вернакулярних районів (таблиця 1). Відносячи район житлової забудови до певного типу слід орієнтуватись як на кількісні показники, так і на зображення на ментальних картах, оскільки часто респонденти зображують характерні риси даних територій.

На наступному етапі можна проаналізувати перцепційні портрети (або ідентичності) ідентифікованих вернакулярних районів – сукуп-

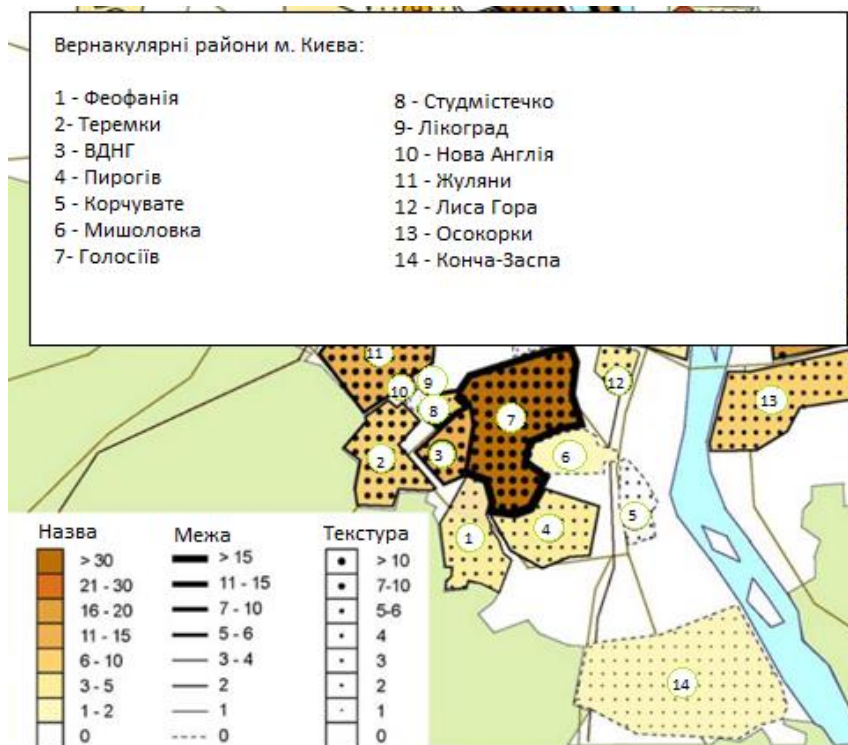


Рис. 3 Фрагмент генералізованої карти вернакулярних районів м. Києва (складено авторами)





Таблиця 1

### Типологія житлових вернакулярних районів (складено авторами)

Тип вернакулярного району	Характеристика, приклади в м. Києві	Зображення на ментальних картах
I. Райони змішаної забудови	Розбудовувались після II Світової війни шляхом інтеграції масового житла у історичні райони міста, в результаті чого частково збереглась малоповерхова забудова. Розташовані, як правило, неподалік від центру міста. При цьому збереглась багатофункціональність території, що з активізацією комерціалізації та джентрифікації лише посилилась. <i>Приклади: Голосієво, Шулявка, Сирець, Солом'янка, Татарка</i>	
II. Радянські модерністські райони масової забудови	Будувались на раніше неосвоєних територіях відповідно до цілісного проекту забудови. Результат: чітко окреслена зовнішня межа житлових масивів, класичні мікрорайони великих розмірів, специфічні підходи до планування вуличної мережі або розміщення будинків. Характеризуються переважанням житлової функції, однотипністю будинків, просторою та невизначеною архітектурою. <i>Приклади: Борщагівка, Березняки, Оболонь, Теремки, Русанівка</i>	
III. Пострадянські житлові масиви (будівництво почалось за СРСР, завершувалось у 90-х на поч. 2000-х років)	Житлові масиви зводились на вільних неосвоєних територіях, характеризуються великими розмірами мікрорайонів, високою поверховістю (до 25 поверхів та вище), чітким функціональним зонуванням, більшою різноманітністю житлової забудови (використовувались як радянські серії будинків, так і індивідуальні проекти епохи пост-соціалізму), більшою щільністю забудови. <i>Приклади: Троєщина, Осокорки, Позняки</i>	
IV. Пострадянські житлові комплекси, побудовані за кошти інвесторів	Великі сучасні житлові комплекси з розвинутою внутрішньою вуличною мережею, що складаються з окремих кварталів. На відміну від попередніх типів, для цього типу характерна квартальна, а не мікрорайонна забудова. Висотність може бути різною – від 3-5 до 16-25 поверхів. Щільність забудови висока. Частина функціонує як закриті житлові комплекси <i>Приклади: Новопечерські липки, Лікоград, Комфорт-Таун, Файна-Таун</i>	

ності пов'язаних з ними перцепційних асоціацій. Для цього можна систематизувати конкретні об'єкти (landmarks), зображені на ментальних картах, що пов'язані з виділеними вернакулярними районами – будівлі, споруди, публічні простори, елементи природного ландшафту, тощо. Також варто звертати увагу на позначки, що не стосуються конкретного

об'єкта, проте характеризують характер використання території вернакулярного району в цілому (наприклад, піктограми, що позначають селитебну, промислову, рекреаційну функцію тощо). У найбільш загальному сенсі для вернакулярних районів можна визначити широту та поляризацію їх перцепційних портретів. Широта перцепційного портрета оці-

нюється за кількістю пов'язаних із нею перцепційних асоціацій: велика кількість асоціацій відповідає «широкому» перцепційному портрету, мала кількість асоціацій – «вузькому». Поляризованість перцепційного портрета оцінюється за співвідношенням відносної ваги окремих перцепційних асоціацій за кількістю їх згадувань: наявність чіткої домінанти сприйняття вказує на високополяризований перцепційний портрет, тоді як відсутність такої домінанти або наявність декількох конкуруючих домінант є ознакою слабо поляризованого перцепційного портрета.

Крім того, виявлені асоціації можна класифікувати в залежності від мети дослідження з подальшою характеристикою семантичної структури перцепційного портрета. Наприклад, з метою оцінки функціонального профілю вернакулярних районів можлива така класифікація: (1) монументи, історичні пам'ятки, туристичні атракції; (2) заклади торгівлі; (3) місця розваг та відпочинку; (4) заклади сфери гостинності (готельно-ресторанного господарства); (5) житло; (6) промисловість; (7) освіта та наука; (8) відкриті публічні простори; (9) зелені простори; (10) водні об'єкти, набережні (waterfronts); (11) транспорт і транспортна інфраструктура; (12) публічне та приватне управління; (13) спортивні заклади та види діяльності (див. Гнатюк та ін. 2022). У більш широкому сенсі перцепційні асоціації можна класифікувати на ті, що пов'язані з матеріальним середовищем вернакулярного району, його характеристиками (властивостями, що йому приписуються), емоціями, повсякденними та періодичними соціальними практиками, тощо (див. Гнатюк & Мельничук 2019). Аналізуючи структуру перцепційних асоціацій, потрібно враховувати кількість згадок кожної асоціації – адже вага кожної асоціації може бути різною у залежності від того, як часто ця асоціація ідентифікується на ментальних картах. Через цю обставину формально широкий перцепційний портрет може характеризуватись незначною кількістю згадувань кожної асоціації. Тому до зазначених вище характеристик перцепційного портрета (широта, поляризованість) можна додати ще третю – інтенсивність, що визначається як частота згадування найбільш поширеної асоціації з даним вернакулярним районом. Іншими словами, це впізнаваність ключової асоціації з цим районом.

Ще одним елементом дослідження може бути визначення емоційної оцінки перцепційних портретів ідентифікованих вернакулярних районів. Для цього перцепційні асоціації потрібно класифікувати як «позитивні» (індикатори топофілії), «нейтральні» та «негативні» (індикатори топофобії), з подальшим обрахунком частки асоціацій кожного типу із урахуванням кількості згадувань кожної асоціації (див. Гнатюк & Мельничук 2019). Проблематичність такого підходу у його наскрізному варіанті полягає у складності інтерпретації значної (якщо не переважної) частки перцепційних асоціацій. Наприклад, як інтерпретувати річкові фонтани у певному районі – це просто відображення реальності, чи ознака позитивного сприйняття території? Тому більш продуктивною стратегією може бути цілеспрямований пошук специфічних маркерів, що вказують на позитивне або негативне ставлення авторів ментальних карт до того чи іншого вернакулярного району. Наприклад, показником позитивного ставлення можуть бути позначки у вигляді сердечок, або ж написи на зразок «улюблене місце для прогулянок», тощо, тоді як показниками негативного ставлення можуть бути графічні елементи та підписи, що сигналізують про соціальні негаразди, загрозливу криміногенну ситуацію, погану транспорту доступність району, його периферійне положення, прояви геттоїзації, тощо. Надалі виявлені особливості емоційного сприйняття підлягають інтерпретації: наскільки вони є відображенням об'єктивної реальності чи радше є проявами поширених у суспільстві усталених стереотипів, які можуть лише частково відповідати реальному стану речей або віддзеркалювати стан території в минулому (явище анахронізму)? Говорячи про негативні перцепційні асоціації з вернакулярними районами, важливо розрізняти стигматизацію (поширення негативних уявлень про свій район місцевими мешканцями) та стереотипізацію (поширення негативних уявлень поза місцевою територіальною спільнотою) (Dolata & Cotus, 2006). У цьому контексті важливо знати та розуміти особливості вибірки авторів ментальних карт – чи є вони мешканцями конкретного вернакулярного району, чи безпосередньо вони взаємодіяли з його територією, чи ретранслюють вже сформовані у міській громаді уявлення, не засно-



вані на власному знайомстві з вернакулярним районом.

Результати дослідження параметрів перцепційних портретів вернакулярних районів, їх структури та емоційного навантаження також можна візуалізувати у вигляді картосхем з використанням різноманітних способів картографічного зображення – картограм, картодіаграм, значків, тощо.

**Дискусія.** Вернакулярні райони досить складно виділяти через нечіткість межі (вона існує в уяві жителів), а також її суб'єктивність та динамічність, оскільки нова забудова, рішення місцевої влади, конфлікти, культурні події можуть вплинути на рівень впізнаваності та конфігурацію районів, сприяти виникненню нових або, навпаки – поступовому зникненню старих. Даний вид районування використовується близько 50-ти років і за цей період було апробовано різні методики. На ранніх етапах використовувалось опитування місцевих жителів, що детально описано В. Зелінським (Zelinsky, 1980: 3). Розсилка анкет по пошті та телефонне опитування може дати значний масив первинної інформації, ще неодноразово застосовувалось американськими географами. Докторська дисертація Р. Гейл є глибоким дослідженням США, що ґрунтується на аналізі 6,8 тис. анкет, за результатами аналізу яких було виділено 288 районів (Hale, 1981). Серед обмежень даного методу можна назвати складність дотримання репрезентативності, високий рівень залежності від формулювання запитань анкети.

Методика районування на основі аналізу назв підприємств показала свої сильні сторони при макрорайонуванні США (Zelinsky, 1980), а саме поєднання кількісного та якісного підходів. З одного боку – в основі проведення меж районів лежить класифікація та кількісний аналіз назв, а з іншого – ці назви мають певні історичні корені, вони були обрані через їх популярність в певній місцевості, можливість представити регіон на ринку товарів чи послуг. Використання ергонімів для виділення історичних районів показало високий рівень концентрації бізнес-назв в межах історичних земель України (Melnychuk, Gnatiuk, & Rastvorova, 2014; Gnatiuk & Melnychuk, 2019). Історичний чинник здійснює суттєвий вплив на ідентичність місцевого населення навіть у випадках,

коли історична назва місцевості перестала використовуватись в адміністративно-територіальному устрої більш як століття тому.

Ідея аналізу бізнес-назв була розвинена з використанням Google сервісу Local Business Center, на якому підприємці можуть реєструватись, вказуючи геолокацію та ін. дані. Враховуючи, що аналіз бізнес-назв та неформальних назв місцевих жителів можуть дати різну конфігурацію районів, було використано прийом накладання меж (Twaroch et al., 2008). Це дозволило виділити «ядро» району (зона високої концентрації топонімів) та периферійні частини з низькою концентрацією топонімів, по яких і проходить межа вернакулярних районів. Однак, виділення вернакулярних районів лише на основі аналізу одного чинника районоутворення залишає значну частину щоденних практик населення поза увагою. Слід також сказати, що на локальному рівні метод може бути менш ефективним через те, назва міста / регіону набагато частіше згадується у назві підприємств ніж місцеві топоніми.

Збирання даних щодо місцевих назв через сайти в останні роки стало новим напрямом досліджень вернакулярної географії. Наприклад, інтерактивна ВЕБ-ГІС спільного користування Вікімапія є відображенням колективного образу території, що було використано для виділення вернакулярних районів Харкова (Мирошниченко, 2013). Використання контенту, створеного користувачами, що має геоприв'язки (Geograph, Google Maps, тощо), є багатообіцяючим методом роботи з великими обсягами даних (Purves & Derungs, 2015; Liu, 2015). Завантажені фото користувачами з вказівкою теґу дозволяють отримати ареали сприйняття жителями певних об'єктів (природних чи суспільних), що не завжди збігаються з традиційним їх розумінням. При цьому постає питання про аудиторію – тих людей, що формують контент. Ми не можемо говорити про репрезентативність таких даних, оскільки частина населення може не мати доступу до Інтернету, інші не люблять фотографувати та використовувати відповідні програми. Так, за результатом подібного дослідження з використанням ресурсу Flickr, 73% контенту було завантажено 10% користувачів сайту (Hollenstein, 2008). Інше обмеження даного методичного прийому пов'язане з питанням:

які ландшафти люди більш схильні фотографувати – нові для себе чи ті, що описують їх повсякденне життя? Скоріше за все, нові місця будуть домінувати, хоча цей аспект вибірки ще потребує додаткового дослідження.

ГІС є не тільки методом пізнання території, але і інструментом залучення громадян до вирішення місцевих проблем (Panek, 2016). Таким чином, ідентифікація з місцем проживання є шляхом до пошуку та вдосконалення механізмів місцевого самоуправління. З метою майбутнього громадотворення в Оболонському районі Києва було виділено 8 мікрорайонів відповідно до територіальної ідентичності жителів (Вербицький та ін., 2016). У Львові Інститутом міста на основі анкетування було виділено 39 мікрорайонів з урахуванням соціальних зв'язків мешканців, спільних проблем, цінностей, контактів, практик (Платформа розвитку міст, 2015). Автори проектів вважають, що це важливо для впорядкування забудови міста, облаштування комфортних публічних просторів.

Ефективність методу ментальних карт при виділенні вернакулярних районів підтверджується тим, що отриманий в результаті поділ корелює з районуванням на основі опитування чи інтерв'ю (Osóch & Czarplińska, 2019; Мирошніченко, 2013). Престижність вернакулярних районів може бути перевірена через порівняння цін на житлову нерухомість (Мирошніченко, 2014).

Метод ментальних карт дозволяє не лише провести ідентифікацію районів, але підтвердити/спростувати існуючі стереотипи, виявити типові проблеми. Досить часто респонденти вказують на складну криміногенну ситуацію, проблеми з транспортом, нерозвиненість інфраструктури. Можливість вказати на карті райони з позитивним чи негативним іміджем (Torcu & Torcu, 2012; Simacek et al., 2020) розширює практичне використання результатів досліджень, наприклад, при розробленні планів розвитку територій. Формування бренду міста чи окремого району потребує пошуку найбільш впізнаваних образів та загального розуміння як формується позитивний імідж району. Стан будівель, природних об'єктів та інфраструктури та уявлення про місцевість з іншого не завжди напряму пов'язані (Benko, 2012). Тому архітектурні рішення мають реа-

лізуватися паралельно з просуванням позитивного іміджу місцевості.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Розуміння вернакулярного району як ментальної конструкції передбачає використання методу ментальних карт як одного з основних при ідентифікації та делімітації районів. Ментальна карта є джерелом первинної інформації, що отримується в узагальненому та генералізованому вигляді безпосередньо від жителя міста. Будучи спрощеним зображенням міського ландшафту, карта відображає найбільш впізнавані, популярні серед місцевих жителів об'єкти. Серед образів, що жителі відображають на картах, райони займають особливе місце, оскільки ними є ті частини міста, в межах яких і протікає повсякденне життя: поїздки на роботу, отримання послуг, відпочинок, розваги, спілкування. Вернакулярними районами часто є житлові масиви з розвиненою інфраструктурою, історичні місцевості міста, іноді – нові житлові комплекси, транспортні вузли чи студентські кампуси.

Дослідження вернакулярних районів передбачає: 1) ідентифікацію: визначення їх кількості, назви, морфологічних характеристик (розмір, межі); 2) класифікацію за функціональними ознаками; 3) аналіз перцепційних портретів (ідентичності) районів. Перцепційні портрети районів можуть характеризуватись шириною (значною кількістю асоціацій, що вказує на багатофункціональність району, велику кількість об'єктів на даній території, що є впізнаваними) чи поляризованістю, наявністю певної чіткої домінанти (однозначно асоціюватись з конкретною функцією, об'єктом). Емоційні оцінки районів респондентами вказують на їх привабливість чи навпаки – проблемність. Негативне сприйняття окремих районів може бути пов'язане як з їх фізичним занепадом, так і пануючими в суспільстві стереотипами, розумінню чого сприяє інформація про респондентів дослідження.

Як метод соціогеографічних досліджень, даний метод може мати обмеження, пов'язані з вибіркою (вік, стать, місце проживання респондентів, знання міста). Основні труднощі можуть виникнути при інтерпретації карт. Наприклад, карти часто є різними з точки зору інформативності та можливості ідентифікації всіх нанесених об'єктів. Таким чином, суб'єк-





тивність проявляється як на етапі малювання карти жителем, так і її інтерпретації дослідником. Зменшенню суб'єктивності сприяє знання дослідником місцевості (можливі додатково проведені особисті спостереження), залучення до аналізу місцевих експертів, збільшення вибірки. Також корисно зіставляти результати районування за допомогою ментальних карт з іншими схемами (на основі опитування, вивчення топонімів тощо). З іншого боку, ментальні карти мають свої беззаперечні переваги: вони є джерелом унікальної інформації, наприклад, можуть показувати спотворення простору в уяві людей (занадто великі чи малі відстані, площі, хибні локації, пусті території), що робить перцепційний портрет району більш повним.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алаев, Э.Б. (1983). Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь. Москва: Мысль. [Alaev, E.B. (1983). Socio-Economic Geography: Conceptual and Terminological Dictionary. Moscow: Mysl. (In Russian)].
2. Баранский Н.Н. (1927). Экономическая география СССР: Обзор по областям Госплана. Москва, Ленинград: Государственное издательство. [Baranskij, N.N. (1927). Economic Geography of the USSR: Overview of the Gosplan Areas. Moscow, Leningrad: Gosudarstvennoje Izdatielstvo (In Russian)].
3. Вербицкий, И., Тищенко, И., & Поднос, В. (2016). Оболонський район: потенціал до громадотворення. Режим доступу: <https://cedos.org.ua/researches/obolonskyi-raion-potentsial-dohromadotvorennia/> [Verbytskyi, I., Tyschenko, I., & Podnos, V. (2016). Obolonskyj District: Potential for Community Building. Retrieved from: <https://cedos.org.ua/researches/obolonskyi-raion-potentsial-dohromadotvorennia/> (In Ukrainian)].
4. Влах, М., & Гудзеляк, І. (2019). Перцепційний підхід у суспільно-географічних дослідженнях міського простору (на матеріалах Львова). *Економічна та соціальна географія*, 82, 50–56. Doi: 10.17721/2413-7154/2019.82.50-56. [Vlakh, M., & Hudzelyak, I. (2019). Perceptual approach in social-geographical research of the urban space (on the example of Lviv). *Ekonomichna ta Sotsialna Geografiya*, 82, 50–56. Doi: 10.17721/2413-7154/2019.82.50-56. (In Ukrainian)].
5. Гнатюк, О., & Мельничук, А. (2019). Ідентичність визначних локацій міста Вінниці. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Географічні науки*, 11, 16–24. Doi: 10.32999/ksu2413-7391/2019-11-2. [Gnatiuk, O., & Melnychuk, M. (2019). Place identity of selected locations in the city of Vinnytsia. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series Geographical Sciences*, 11, 16–24. Doi: 10.32999/ksu2413-7391/2019-11-2. (In Ukrainian)].
6. Колосовский, Н.Н. (2006). Избранные труды. Москва: Ойкумена. [Kolosovskij, N. N. (2006). Selected works. Moscow: Oikumena. (In Russian)].
7. Лазаренко, В. (2019). «Безмісцеві» міста: сприймання міст переселенцями з Донбасу. *Політична критика*. Режим доступу: <https://politikrytyka.org/2019/11/28/bezmistsevi-mista-spryjmannya-mist-ukrayiny-pereselentsyamy-z-donbasu/> [Lazarenko, V. (2019). “Placeless” cities: perception of cities by migrants from Donbas. *Politychna Krytyka*. Retrieved from: <https://politikrytyka.org/2019/11/28/bezmistsevi-mista-spryjmannya-mist-ukrayiny-pereselentsyamy-z-donbasu/> (In Ukrainian)].
8. Мезенцев, К.В. (2005). Суспільно-географічне прогнозування регіонального розвитку. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». [Mezentsev, K.V. (2005). Forecasting of Regional Development in Human Geography. Kyiv: Kyjivskij Universytet (In Ukrainian)].
9. Мирошніченко, В.В. (2013). Вернакулярные районы Харькова. *Псковский регионологический журнал*, 16, 61–69. [Мирошніченко, В.В. (2013). Vernacular districts of Kharkiv. *Pskov Journal of Regional Science*, 16, 61–69. (In Russian)].
10. Мірошніченко, В.В. (2014). Оцінка ступеня престижності вернакулярних районів міста Харків. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна*, 1104. Серія «Екологія», 10, 117–125. [Miroshnichenko, V.V. (2014). Estimation of degree of prestige of vernacular districts of Kharkiv. *Visnyk of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series «Ecology»*, 10, 117–125. (In Ukrainian)].
11. Платформа розвитку міст. (2015). Поділ Львова на мікрорайони на основі дослідження. Режим доступу: <http://www.urbanua.org/ideyi-i-proekty/miski-proekty/155> [City Development Platform. (2015). Research-based division of Lviv into microdistricts. Retrieved from: <http://www.urbanua.org/ideyi-i-proekty/miski-proekty/155> (In Ukrainian)].
12. Садовський, В. (1932). Світове господарство. Курс лекцій. Подєбради. [Sadovskij, V. (1932). World economy. Course of lectures. Poděbrady. (In Ukrainian)].
13. Bale, J. (1983). Mapping vernacular regions in the classroom. *Journal of Geography*, 82(6): 274–276. Doi: 10.1080/00221348308980418.
14. Benkó, M. (2012). Evaluating factors in the image of housing estates. *Architecture*, 43(1), 33–36. Doi: 10.3311/PPar.7155.
15. Brennan-Horley, C. (2010). Mental mapping the ‘creative city’. *Journal of Maps*, 6(1), 250–259. Doi: 10.4113/jom.2010.1082.
16. Dolata, M., & Kotus, J. (2006). Social production of urban space (a case study of ‘bad’ areas in Poznań). *Geographia Polonica*, 79(2), 5–22.
17. Garnaga, A.F., & Yarulin, I.F. (2020). Urban environment as a result of the interaction of social groups (on the example of vernacular districts of the city of Khabarovsk). *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 753(4), 753 042015.

18. Gnatiuk, O., Kononenko, O., & Mezentsev, K. (2022). Kyiv metro and urban imageability: a student youth vision. *Acta Universitatis Carolinae Geographica*, 57(1), 255–268. Doi: 10.14712/23361980.2022.2.
19. Gnatiuk, O., & Melnychuk, A. (2019). Identities with historical regions – are they adapting to modern administrative division? The case of Ukraine. *European Spatial Research and Policy*, 26(1), 175–194. Doi: 10.18778/1231-1952.26.1.09.
20. Hale, R.F. (1971). *A Map of Vernacular Regions in America*. Minneapolis: University of Minnesota.
21. Hollenstein, L. (2008). *Capturing Vernacular Geography from Georeferenced Tags*. Master Thesis, Institute of Geography, University of Zurich. Retrieved from: [https://www.geo.uzh.ch/dam/jcr:c5b291f0-22fa-4fcc-8d79-723648dfe5c5/msc\\_livia\\_hollenstein\\_2008.pdf](https://www.geo.uzh.ch/dam/jcr:c5b291f0-22fa-4fcc-8d79-723648dfe5c5/msc_livia_hollenstein_2008.pdf)
22. Jordan, T. (1978). Perceptual regions of Texas. *Geographical Review*, 68(3), 293–307. Doi: 10.2307/215048.
23. Kasala, K., & Šifta, M. (2017). The region as a concept: traditional and constructivist view. *AUC Geographica*, 52(2), 208–218. Doi: 10.14712/23361980.2017.17.
24. Liesch, M., Dunklee L.M., Legg, R.G., Feig, A.D., & Krause, A.J. (2015). Use of business-naming practices to delineate vernacular regions: a Michigan example. *Journal of Geography*, 114(5), 188–196. Doi: 10.1080/00221341.2014.965187.
25. Liu, Y. (2015). *A Study of Colloquial Place Names through Geotagged Social Media Data*. Master's Thesis. University of Tennessee. Retrieved from: [https://trace.tennessee.edu/utk\\_gradthes/3336](https://trace.tennessee.edu/utk_gradthes/3336).
26. Lloyd, R. (1976). Cognition, preference, and behavior in space: an examination of the structural linkages. *Economic Geography*, 52, 241–253. Doi: 10.2307/143271.
27. Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge, MA: MIT Press.
28. Marek, P. (2020). Transformation of the identity of a region: theory and the empirical case of the perceptual regions of Bohemia and Moravia, Czech Republic. *Moravian Geographical Reports*, 28(3), 154–169. Doi: 10.2478/mgr-2020-0012.
29. Melnychuk, A., Gnatiuk, O., & Rastvorova, M. (2014). Use of territorial identity markers in geographical researches. *Scientific Annals of Alexandru Ioan Cuza University of Iași. Geography Series*, 60(1), 157–184.
30. Murphy, A. (1991). Regions as social constructs: the gap between theory and practice. *Progress in Human Geography*, 15(1), 23–35. Doi: 10.1177/030913259101500102.
31. Nawrocki, T. (2017). The usefulness of mental maps for sociological research of the city. *Architecture, Civil Engineering, Environment*, 10(3), 19–31. Doi: 10.21307/acee-2017-032.
32. Nieścioruk, K. (2019). Cartographic delimitation of the city centre using mental sketches. *The Cartographic Journal*, 56(4): 355–367. Doi: 10.1080/00087041.2018.1547472.
33. Osóch, B., & Czaplińska, A. (2019). City image based on mental maps – the case study of Szczecin (Poland). *Miscellanea Geographica*, 23(2), 111–119. Doi: 10.2478/mgrsd-2019-0016.
34. Paasi, A. (2009). Regional geography. In R. Kitchen, N. Thrift (Eds.), *International Encyclopedia of Human Geography*, volume 9 (pp. 214–227). Amsterdam and Oxford: Elsevier. Doi: 10.1016/B978-008044910-4.00736-7.
35. Pánek, J. (2016). From mental maps to geoparticipation. *The Cartographic Journal*, 53(4), 300–307. Doi: 10.1080/00087041.2016.1243862.
36. Pred, A.R. (1984). Place as historically contingent process: structuration and the time-geography of becoming places. *Annals of the Association of American Geographers*, 74(2), 279–297. Doi: 10.1111/j.1467-8306.1984.tb01453.x.
37. Purves, R.S., & Derungs, C. (2015). From space to place: place-based explorations of text. *International Journal of Humanities and Arts Computing*, 9, 74–94. Doi: 10.3366/ijhac.2015.0139.
38. Simacek, P., Šerý, M., Fiedor, D., & Brisudová, L. (2020). To fear or not to fear? Exploring the temporality of topophobia in urban environments. *Moravian Geographical Reports*, 28, 308–321. Doi: 10.2478/mgr-2020-0023.
39. Šifta, M., & Chromý, P. (2017). The importance of symbols in the region formation process. *Norsk Geografisk Tidsskrift*, 71(2), 98–113. Doi: 10.1080/00291951.2017.1317285.
40. Topcu, K.D., & Topcu, M. (2012). Visual presentation of mental images in urban design education: cognitive maps. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 51, 573–582. Doi: 10.1016/j.sbspro.2012.08.208.
41. Twaroch, F., Jones, C., & Abdelmoty, A. (2008). Acquisition of vernacular place names from web sources. In I. King, R. Baeza-Yates (Eds.), *Weaving Services and People on the World Wide Web* (pp. 195–214). Berlin, Heidelberg: Springer. Doi: 10.1007/978-3-642-00570-1\_10.
42. Vukosav, B., & Fuerst-Bjeliš, B. (2016). Labels of interest groups as indicators of a vernacular region: a case study in Croatia. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 107, 454–467. Doi: 10.1111/tesg.12168.
43. Whittlesey, D. (1954): The regional concept and the regional method. In P.E. James, D. Whittlesey (Eds.), *American Geography: Inventory and Prospect* (pp. 19–68). Syracuse, N.Y.: Syracuse University Press.
44. Yoshimura, Y., He, S., Hack, G., Nagakura, T., & Ratti, C. (2020). Quantifying memories: mapping urban perception. *Mobile Networks and Applications*, 25, 1275–1286. Doi: 10.1007/s11036-020-01536-0.
45. Zelinsky, W. (1980) North America's vernacular regions. *Annals of the Association of American Geographers*, 70(1), 1–16. Doi: 10.1111/j.1467-8306.1980.tb01293.x.