



## Опыт исследований неформальных уличных рынков города Хабаровск

ДЕМЬЯНЕНКО А.Н.<sup>1</sup>, КЛИЦЕНКО М.В.<sup>2</sup>, УКРАИНСКИЙ В.Н.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Институт экономических исследований ДВО РАН, г. Хабаровск

<sup>2</sup> Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск

Адрес для переписки demyanenko@ecrin.ru

**Аннотация.** В статье приведены результаты полевых исследований неформальных уличных рынков Хабаровска, имевших целью выявить и описать их пространственную организацию. В качестве тестируемой гипотезы было принято, что уличные неформальные рынки вписаны в социальное пространство города, а масштабы, сезонность и ассортимент реализуемой продукции, а также поведенческие паттерны участников обменов зависят от структуры городского пространства. Так как неформальные уличные рынки не наблюдаются и не фиксируются официальной статистикой, был использован традиционный метод изучения неформальных феноменов – полевые исследования, а также методы городской антропологии. При описании социального пространства г. Хабаровск были использованы методы как социально-экономического, так и вернакулярного микрорайонирования. Всего было выделено 15 внутригородских районов первого уровня членения социального пространства. Выявлено, что вернакулярные районы перемежаются лакунами, а их границы не имеют четкого характера.

В ходе полевых исследований, продолжавшихся с апреля 2019 по июль 2020 г., было выявлено более 100 мест уличной торговли, которые объединены в три основных типа: постоянные, сезонные и эпизодические. Продавцы на неформальных рынках были объединены в три основные группы: «частники» (владельцы ЛПХ), «дачники» и «собиратели» (жители пригородов, реализующие на рынках «дары тайги»).

Наблюдение за поведением отдельных социальных групп на неформальных рынках разных типов в различных районах свидетельствует в пользу того, что действительно существует связь между поведенческими паттернами агентов рынка и социокультурной средой.

**Ключевые слова:** неформальные рынки, городское пространство, полевые исследования, Хабаровск.

## Research experience of informal street markets in Khabarovsk-city

DEMYANENKO A.N.<sup>1</sup>, KLITSENKO M.V.<sup>2</sup>, UKRAINSKY V.N.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Economic Research Institute FEB RAS, Khabarovsk

<sup>2</sup> Pacific National University, Khabarovsk

Correspondence demyanenko@ecrin.ru

**Abstract.** In the article, the results of field studies of the informal street markets in Khabarovsk intended to reveal and describe their spatial organization are presented. As the test hypothesis, it is anticipated that the street informal markets were incorporated into the social space of the city while the scales, seasonality and assortment of the realizable products as well as behavioral patterns of the exchange participants depend on the structure of the urban space. Because the informal street markets are not observed and fixed by the official statistics, the traditional methods of investigating the informal phenomena – field studies – as well as methods of the city anthropology were used. When describing the social space of Khabarovsk city, the methods of socio-economic and vernacular microzoning were used. In all, 15 inner-city districts of the first level were identified when dividing the social space. It was found that the vernacular districts alternate with lacunas and their boundaries are not of clear nature.

In the course of the field studied continued from April, 2019, through July, 2020, more than 100 places of the street trading which were combined into three basic types: permanent, seasonal and episodic. The salesmen in the informal markets were combined into three basic groups: “private traders” (owners of personal subsidiary plots), “summer residents” and “gatherers” (suburban residents realizing in the markets the “gifts of taiga”).

Observation of the behavior of particular social groups in the informal markets of different types in different districts attests to the fact that there is really relationship between the behavioral patterns of the market agents and sociocultural environment.

**Keywords:** informal market, urban space, field researches, Khabarovsk.

## Введение

Город давно стал объектом междисциплинарных исследований, более того, это положение давно стало общепринятым [1–5]. В этой связи было бы ожидаемым и формирование сколько-нибудь целостной междисциплинарной методологической платформы исследования города как пространственной системы. Но здесь придется признать: таковой нет, что, впрочем, не является препятствием для проведения исследований не только частных проблем в городах, но и общегородских проблем.

Рынки как места обмена не пользуются вниманием со стороны экономистов, на что указывал еще П. Хилл [6]. Но зато этот феномен не обойден вниманием со стороны антропологов и социологов, в том числе и отечественных [2, 3, 7–11]. Однако в среде городских антропологов, как отечественных, так и зарубежных, пространство по преимуществу рассматривается редко. Цель, которую авторы ставили себе первоначально, была достаточно проста и на первый взгляд не требовала привлечения значительных ресурсов: выявить и описать пространственную структуру уличной неформальной торговли в г. Хабаровск. При этом рынок нас интересовал не как механизм ценообразования, а как некая совокупность мест, в пределах которых осуществляются обмены.

В ходе полевых исследований выяснилось, что в таких больших городах, как Хабаровск, трудно, а скорее всего, невозможно определить точное количество мест уличной торговли. Поэтому была определена общая конфигурация мест этой торговли, что достаточно для понимания ее территориальной организации. В исследование были вовлечены не все неформальные рынки, но только те, на которых жители г. Хабаровск и пригородных поселений реализуют продукцию личных подсобных хозяйств и дач, а также лесные дикоросы. При этом важно было определить не только количество продавцов и ассортимент предлагаемых ими товаров, но и поведенческие паттерны, которые присущи продавцам и покупателям.

В качестве неформальных рынков рассматривались розничные рынки под открытым небом, не наблюдаемые и не регистрируемые официальной статистикой. При этом мы изначально придерживались той точки зрения, что торговля на неформальных рынках есть не что иное, как проявление неформальной (но вовсе не криминальной) экономики, которая является неотъемлемой частью реальной экономической системы.

Гипотеза, которую мы попытались тестировать, не выходит за рамки традиционных подходов, сложившихся к настоящему времени в урбанистике (возможно, точнее в микроурбанистике). В целом она заключалась в следующем: если уличные неформальные рынки вписаны в социальное пространство города, то масштабы, сезонность и ассортимент реализуемой продукции, а также поведенческие паттерны участников обменов зависят от структуры городского пространства. А так как пространство целесообразно анализировать по частям, т. е. районам, то использование концептуальных положений социально-экономического и вернакулярного районирования [12–16] оказалось predetermined.

## Материалы и методы

Методика исследования основана на традиции географических наблюдений и описаний [2]. В изучении поведенческих паттернов на уровне отдельных местоположений мы следовали традиции городских антропологов [7, 10, 13], предметом изучения которых является социальная организация города, различные социальные связи и модели социальной жизни, в том числе в их пространственном выражении. При этом такие инструменты антропологических исследований, как интервью или опросы, не использовались, что связано с нежеланием (вполне понятным) продавцов идти на контакт.

Программа наблюдений предполагала сбор информации по следующим блокам

**Местоположение** рынка: а) в системе внутригородских районов; б) в системе внутригородского транспорта; в) в территориальной структуре розничной торговли.

**Продавцы:** а) количество продавцов и их половозрастная структура; б) ассортимент товаров; в) условия торговли (с земли, с прилавка, из автомобиля).

**Поведенческие паттерны:** а) наличие/отсутствие торгового; б) наличие/отсутствие клиентских отношений.

Исследование неформальных уличных рынков проводилось с апреля 2019 г. по июль 2020 г. Первоначально, после того как была разработана предварительная сетка внутригородских районов, был разработан маршрут, который проходил по большой оси Хабаровска. Конечные точки маршрута – два транспортно-пересадочных узла: «Полярная» на северной окраине города и «Химфармзавод» – на южной. Однако в ходе проведения исследования первоначальный маршрут, он же основной (рис. 1), пришлось дорабатывать, так как вне исследования оказался ряд районов со специфическими характеристиками. Это поселения в пригородной зоне Хабаровска: в северной части – сельские поселения Нагорное, Мичуринское, Воронежское, в южной – Ильинка и Красная Речка. Кроме того, были проложены маршруты, поперечные основному (в пос. Горького, на Хабаровск II). Такие маршруты (не все, но наиболее значимые) показаны на рис. 1, как вспомогательные. Общая протяженность маршрутной сети составляла более 80 км, все упомянутые выше маршруты были автомобильными. Кроме того, имели место и пешеходные маршруты: городской центр, пос. Горького, район парка Гагарина. Отличие наблюдений на пешеходных маршрутах, как и на поперечных автомобильных, от таковых на основном маршруте заключалось в том, что они проводились нерегулярно, тогда как на основном – ежемесячно.

Так как период сплошных исследований продолжался почти полтора года, это позволило выявить сезонную ритмику в деятельности неформальных уличных рынков.

При районировании городского пространства г. Хабаровск мы исходили из той посылки, что при делимитации социального пространства следует попытаться найти баланс между параметрами, описывающими, с одной стороны, основные подсистемы общества (социальную, экономическую, политическую, духовную), а с другой – состояние природной среды. Согласно при этом с Л.В. Смирнягиным, что вовлечение новых признаков, прежде всего описывающих культурные, политические и социальные особенности, ведет к возникновению феномена «плавающего признака», т.е. признака, который «то появляется в исследованиях райониста, то исчезает» [14, с. 198]. Кроме того, необходимо отметить еще один тезис, сформулированный Л.В. Смирнягиным, – о «безграничном районировании». Он совсем не означает отказ от самой процедуры делимитации, это был бы своего рода призыв «к резкому занижению значимости этой процедуры в районировании по сравнению с выявлением ядер и районообразующих центров» [14, с. 196]. Применительно к целям нашего исследования это означает, что нет необходимости искать точные границы, причем не только вернакулярных районов, но и социально-экономических. К этому следует добавить еще как минимум два обстоятельства: во-первых, восприятие тех или иных вернакулярных районов (а тем более их границ) представителями разных социальных и возрастных групп существенно отличны; во-вторых, процессы субурбанизации и джентрификации, сопровождавшиеся ростом мобильности населения, а также социального не-

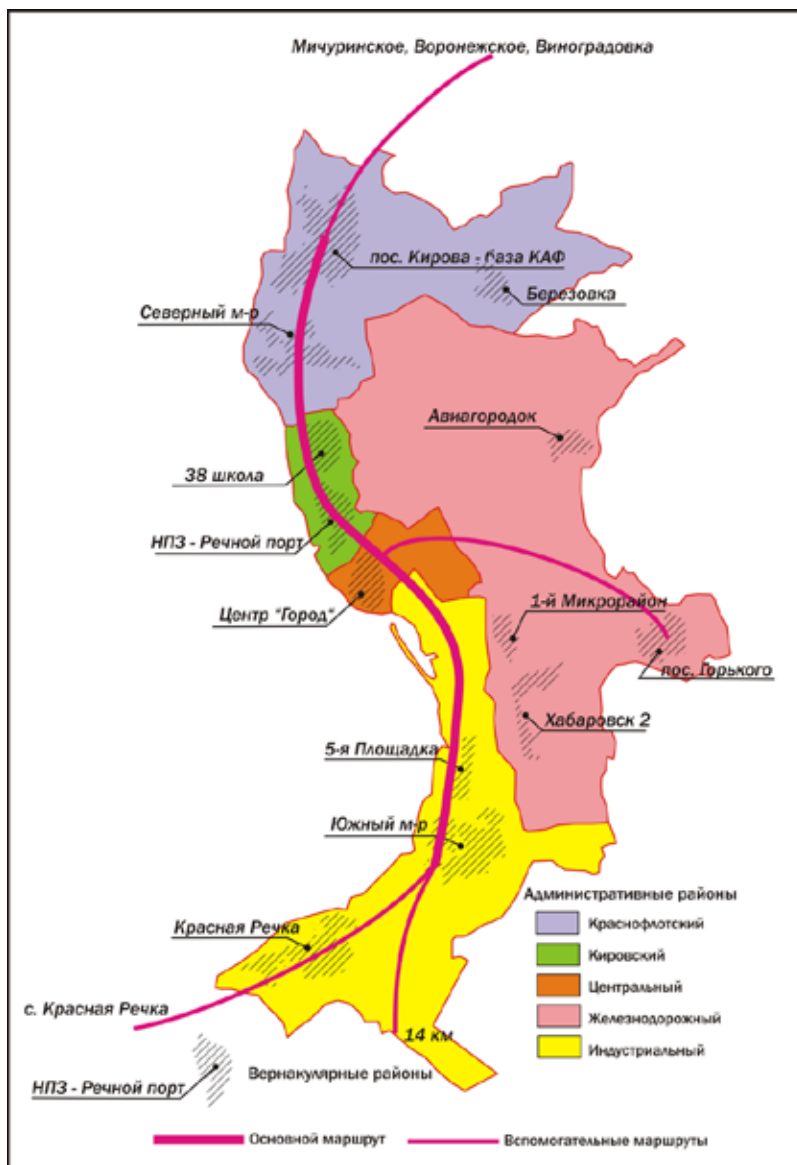


Рис. 1. Схема маршрутов в сфере внутригородских районов г. Хабаровск

Fig. 1. Route plan in the field of inner-city districts of Khabarovsk

равенства, вызвали к жизни не только процессы реформирования системы бывших внутригородских районов, но и потерю многими из них своей аутентичности.

На картосхеме (рис. 1) показаны только внутригородские районы первого уровня членения городского пространства. Во многих случаях эти внутригородские районы обладают достаточно сложной внутренней структурой, элементами которой выступают внутригородские районы второго уровня, которые нередко (но не всегда) заполняют пространственные лакуны. Поэтому схема вернакулярных районов имеет предварительный характер, т.к. на ней показаны только районы, отличающиеся высоким уровнем узнаваемости (не столько исследователями, сколько жителями города). Наконец, наличие обширных лакун, как правило, означает не столько наличие пустырей (хотя и это имеет место), сколько таких городских пространств, в пределах которых либо так и не сложилось сколь-

ко-нибудь узнаваемых районов, либо они потеряли свою аутентичность. Нечто подобное отмечал Ш. Зукин [10].

Крайне интересен тот факт в отношении района, что название его сохраняется, а район уже давно нет, но чаще имеет место слияние смежных вернакулярных районов, которые еще два–три десятилетия тому назад явно осознавались населением как аутентичные. Нередко это происходит в силу того, что в советский период истории принадлежность населения к тому или иному району определялась тем, что подавляющая часть населения работала на одном и том же предприятии. Закрытие такого рода предприятий, как правило, сопровождалось потерей районом своей аутентичности.

## Результаты и их обсуждение

За полтора года сплошных исследований был накоплен достаточный объем первичной информации, была выполнена типизация уличных неформальных рынков: по критерию «устойчивости» было выделено три типа рынков: постоянные, сезонные и эпизодические. Это позволило сделать ряд предварительных выводов.

Своего рода системообразующими элементами неформальной рыночной торговли выступают **постоянные** рынки, которые функционируют практически круглый год. На таких рынках, в зависимости от сезона, меняется только продукция и количество продавцов (рис. 2).

Эти рынки отличаются выгодным расположением: они или находятся в непосредственной близости от крупных торговых центров или вблизи крупных транспортно-распределительных узлов. Рынки этого типа являются одновременно и наиболее крупными (в каждом около 10 продавцов), а ассортимент предлагаемых ими продуктов характеризуется наибольшим разнообразием.

Следует отметить, что список выявленных постоянных рынков не является исчерпывающим, мы вовсе не исключаем, что существует еще 2–3 рынка в тех районах, которые не были охвачены полевыми исследованиями.

**Сезонные рынки** более многочисленны (их было выявлено порядка 30), функционируют они в «дачный» сезон, т.е. в мае–сентябре. Как правило, они меньше по размерам (в среднем 3–5 продавцов), чем постоянные рынки, однако в летний период фиксировались случаи, когда количество продавцов на них превышало их число на постоянных рынках.

Показательно, что сезонные рынки, как и постоянные, отличаются «приверженностью» к вполне определенным местам и устоявшимся графиком работы. Неформальные рынки устойчивы и в историческом срезе. Есть свидетельства, что некоторые из постоянных рынков существуют в одних и тех же локациях как минимум 25–30 лет.

Так, весной 2020 г. угроза распространения новой коронавирусной инфекции не сказалась ни на количестве точек продажи, ни на количестве продавцов, ни на объеме реализуемой продукции. Летом 2019 и 2020 гг. в период высоких температур (до +40° С) количество продавцов не сокращалось. Ежедневно начало работы таких рынков варьируется от 8 до 10 ч утра вне зависимости от дня недели. Причины столь раннего открытия заключаются в желании занять (по мнению продавца) более выгодное место, а также в возможности продать свежую продукцию сразу после сбора урожая.

**Эпизодические рынки** это, как правило, рынки с одним (редко с двумя) продавцом. Их обследование позволяет отметить следующее: во-первых, товары, реализуемые одиночками, имеют сезонный характер. Во-вторых, сложно определить появление таких рынков в городском пространстве, можно лишь предположить, что такие места определяются близостью к месту проживания или близостью к транспортной инфраструктуре. По этой причине нет возможности достаточно точно определить количество таких эпизодических рынков. Нам удалось выявить за время полевых исследований около 5–6 десятков. Возможно, их больше, хотя следует признать, что какие-то их местоположения со временем

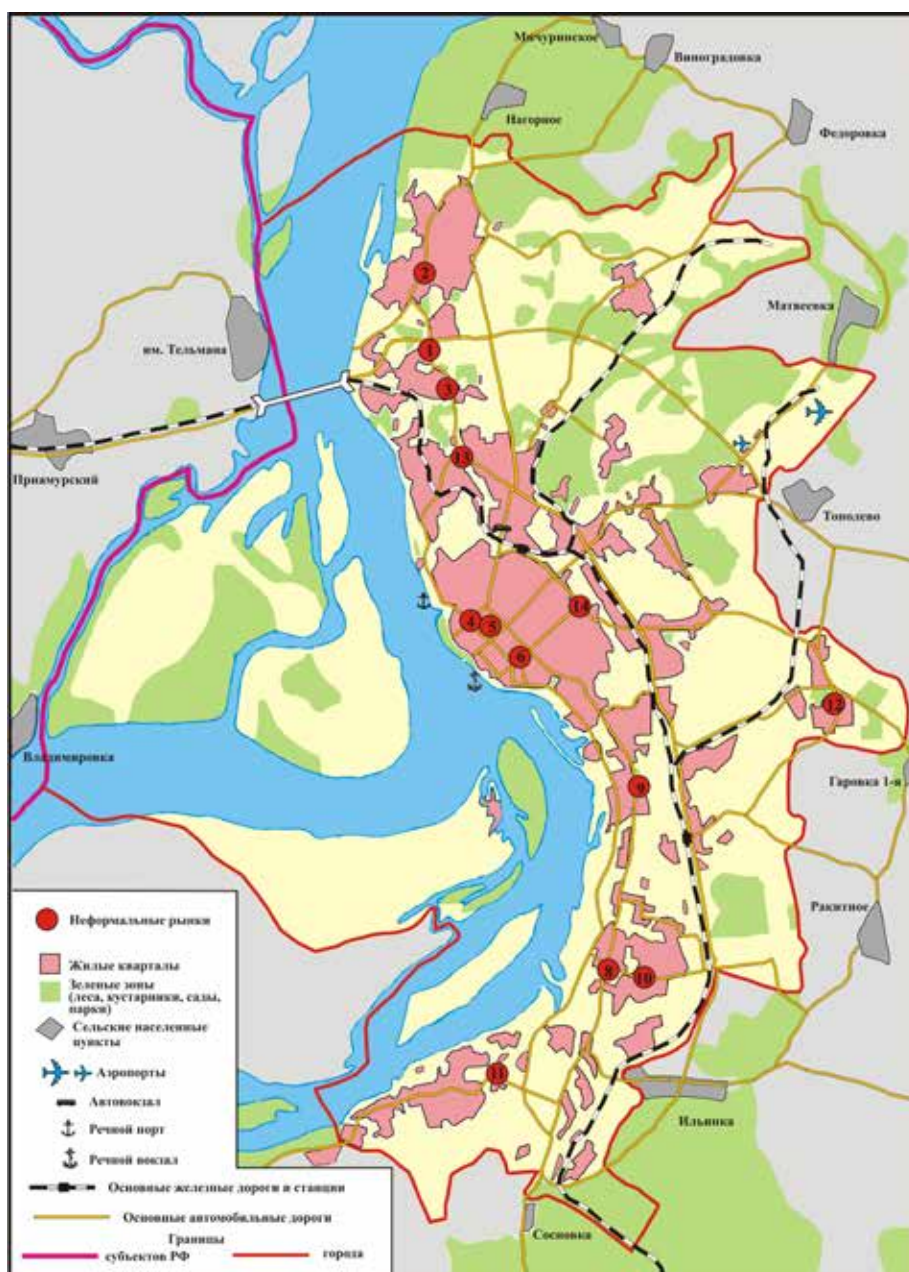


Рис. 2. Неформальные уличные рынки г. Хабаровск

Fig. 2. Informal street markets

перестают быть привлекательными как места торговли. В-третьих, такие рынки действуют в крайне ограниченный временной период, он редко превышает один час. Наконец, эпизодические рынки чаще всего появляются в выходные и праздничные дни.

Всех продавцов на уличных неформальных рынках можно объединить в три основные группы.

«Дачники», т. е. члены садово-огородных товариществ, владельцы небольших земельных участков (4–6 соток), реализующие излишки выращенной и переработанной ими сельскохозяйственной продукции: как правило, это картофель и овощи, но обычны также

ягоды, цветы (садовые и горшечные), рассада, саженцы и продукция домашнего консервирования. Эта группа продавцов доминирует на сезонных рынках, хотя их можно встретить и на постоянных, и даже на эпизодических рынках.

«**Частники**» – владельцы приусадебных участков (6–10 соток), проживающие в собственных домах, расположенных на этих же участках. Помимо продукции, которую реализуют на рынке «дачники», для этой категории продавцов характерна и продукция птицеводства и животноводства (молоко, творог, сало). Но объемы такого рода продукции невелики в общем объеме реализации. Эта группа продавцов характерна для постоянных рынков, хотя они встречаются и на сезонных в пик сезонных продаж. На эпизодических рынках они отсутствуют.

«**Собиратели**» – в отличие от первых двух групп продавцов, которые являются горожанами, «собиратели» – это преимущественно жители пригородных поселений, поставляющие на рынок собранные ими «лесные овощи», грибы, ягоды и иные «дары леса». Их обычные места торговли – эпизодические рынки, хотя аналогичные товары можно обнаружить и на других рынках.

Что касается поведенческих паттернов, то было выявлено, что на всех типах рынков с участием всех без исключения групп продавцов имеет место торг и нет твердых цен. Отчасти этому способствует отсутствие общих даже на одном рынке единиц измерения товаров. Например, картофель чаще всего продается не в килограммах, а ведрами и задача и покупателя, и продавца – знать объем ведер; овощи также продаются не в килограммах, например огурцы и помидоры продаются в виде порций в количестве от 3 до 8 штук, что самостоятельно определяет каждый продавец. В этом случае торг больше напоминает игру (так как снижение против первоначальной цены, как правило, невелико), и это понятно и привлекательно как покупателям, так и продавцам.

При этом выявлено, что цены на однородную продукцию практически едины на всех рынках города, несмотря на то, что неформальные рынки не объединяются в сети, ассоциации и партнерства. Кстати, увеличение стоимости товаров в 2020 г. по отношению к 2019 г. на 10–15 % произошло на территории всего города.

Следует подчеркнуть еще один факт: продовольственная ярмарка выходного дня, которая трижды меняла свое местоположение, не влияет на расположение неформальных уличных рынков. Можно предположить, что уличные неформальные рынки и официальные рынки под открытым небом не являются конкурентами.

В ходе полевых исследований был получен ряд результатов, которые не имели непосредственного отношения к цели нашего исследования, но небезынтересны для понимания и неформальной уличной торговли, и природы городского пространства. Остановимся на двух таких результатах.

Первый из них заключается в том, что в г. Хабаровск, точнее в его центре, существуют неформальные рынки, на которых торгуют такими специфическими товарами, как картины, марки и значки (неформальные рынки коллекционеров). К категории неформальных уличных рынков можно отнести и места торговли букинистическими книгами и продукцией «кустарных промыслов». Чаще всего при продаже картин и предметов коллекционирования экономические мотивы не являются главными. В случае же с домашними поделками и особенно с книгами ситуация иная – их продают люди с низкими доходами, не имеющие возможности заниматься сельским хозяйством (нет дачного участка или нет физической способности).

Второй, «сопутствующий» результат полевых исследований уличных неформальных рынков, о котором следует упомянуть: феномен точек продажи товаров повышенного сезонного спроса. Среди таких товаров важно выделить продажу цветов накануне праздника Международного женского дня 8 марта, продажу елок во второй половине декабря, продажу рассады в майский период, рыбы в сентябре и октябре. При этом отмечается специфика продажи каждого из таких товаров. Например, продажу цветов осуществляют в основном с личных автомобилей, при этом нередко это автомобили класса «премиум».

## Заключение и выводы

Уличные неформальные рынки со временем не приобретают черты формальных рынков: не появляются весы, нет ценников, не появляется минимальной инфраструктуры для повышения комфорта торговли. Во всем этом не испытывают необходимости ни продавцы (как правило, это женщины в возрасте 50 лет и старше), ни покупатели (по большей части представители малодеходных групп населения).

В то же время неформальные рынки легко интегрируются в городскую систему уличных рынков, работающих официально. Мы полагаем, что каждая из точек имеет свою целевую аудиторию, что нивелирует возможную конкуренцию.

Предположение о том, что в населенных пунктах пригородной зоны будут обнаружены продавцы, реализующие свой товар на месте производства, не подтвердилось. Здесь не было зафиксировано ни одного объявления о продаже сельскохозяйственной продукции ни в мае, ни в июне, ни в июле 2020 г. Вместо этого было обнаружено огромное количество коммерческих предложений: подключение интернета в сельской местности, услуги ландшафтного дизайнера, проведение ландшафтных работ, услуги строителей и ряд иных услуг, которые связаны в основном со строительством жилых домов (коттеджей) в сельской местности.

Вопреки распространенному мнению, не только очень низкие доходы заставляют людей выходить на улицу в сложных погодных условиях (хотя и это имеет место быть), но и социальные потребности в общении. Для многих продавцов неформальные рынки становятся центром общения, обсуждения актуальных новостей. Это вскрывает причину, по которой многие продавцы находятся на рынке более 8 ч каждый день. На многих неформальных рынках образуются социальные связи, многие продавцы помогают друг другу в продаже, в организации рабочего пространства, переориентируют клиентов между собой и т.д.

Полученные в процессе исследования неформальной торговли в г. Хабаровск результаты, включающие типизацию рынков и продавцов, имеют как научное, так и практическое значение. Мы подчеркиваем, что эти результаты получены методами описательной географии, о важности которой упоминал Ю.К. Ефремов: «“Описательную географию” долгое время третировали как якобы далекую от “настоящей” науки. ... При этом забывалось, какой бы объяснительной, преобразовательной и прогнозно-конструктивной ни становилась современная география, обязанности оставаться наукой, в том числе описательной, никто с нее не снимал» [17, с. 10].

## Благодарности

Авторы выражают свою искреннюю признательность В.Д. Хижняку, выполнившему картографические материалы, использованные в настоящей работе.

## Литература

1. Амин Э., Трифт Н. Города: переосмысляя городское. Нижний Новгород: Красная ласточка, 2017. 224 с.
2. Микроурбанизм. Город в деталях: сб. статей; под отв. редакцией О. Бредниковой, О. Запорожец. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 352 с.
3. Форум «Исследования города» // Антропологический форум. 2010. № 12. С. 7–210.
4. Харви Д. Социальная справедливость и город. М.: Новое литературное обозрение, 2018. 440 с.
5. Latham A., McCormack D., McNamara K., McNeill D. Key Concepts in Urban Geography. SAGE Publications Ltd. 2009. 232 p.
6. Хилл П. Рынки как места торговли // Экономическая теория. М.: ИНФРА-М, 2004. С. 517–523.
7. Гирц К. Базарная экономика: информация и поиск в крестьянском маркетинге // Классика новой экономической социологии. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. С. 284–292.
8. Григоричев К.В., Дятлов В.И., Тимошкин Д.О., Брызгина Д.Е. Базар и город: люди, пространства, образы. Иркутск: Оттиск, 2019. 288 с.



9. Джейкобс Дж. Смерть и жизнь больших американских городов. М.: Новое издательство, 2015. 512 с.
10. Зукин Ш. Обнаженный город. Смерть и жизнь аутентичных городских пространств. М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2019. 360 с.
11. Тимошкин Д., Григоричев К. «Не-место» вне времени: неопределенность как специфика существования локальностей постсоветского города (на примере Иркутска) // Антропол. форум. 2018. № 39. С. 118–140.
12. Демьяненко А.Н. Городские агломерации и СПР: взгляд географа // Регионалистика. 2020. Т. 7, № 3. С. 43–52.
13. Демьяненко А.Н. Хабаровская агломерация: опыт декомпозиции городского пространства // Регионалистика. 2019. Т. 6, № 4. С. 5–13.
14. Смирнягин Л.В. Безграничное районирование и плавающие признаки как средство познания географической реальности // Проблемы географической реальности. Девятые сократические чтения. М.: Эслан, 2012. С. 191–200.
15. Смирнягин Л.В. О региональной идентичности // Меняющаяся география зарубежного мира / под ред. А.С. Фетисова, И.С. Ивановой, И.М. Кузиной // Вопр. экономической и политической географии зарубежных стран. Вып. 17. М.; Смоленск: Ойкумена, 2007. С. 21–49.
16. Смирнягин Л.В. Районирование общества: методика и алгоритмы. Общественная география: многообразие и единство / под ред. А.С. Фетисова, И.С. Ивановой, И.М. Кузиной // Вопр. экономической и политической географии зарубежных стран. Вып. 19. М.; Смоленск: Ойкумена, 2011. С. 55–82.
17. Ефремов Ю.К. География и туризм // Вопр. географии. Сб. 93: География и туризм. М.: Мысль, 1973. С. 6–20.

## References

1. Amin, A., Thrift, N. Cities: Reimagining the Urban. Red swallow: Nizhniy Novgorod, Russia, 2017, 224 p. (In Russian)
2. Micro-urbanism. City in details. Ed. by O. Brednikova and O. Zaporozhets. New literary review: Moscow, Russia, 2014. 352 p. (In Russian)
3. Forum «Issledovaniya goroda» [City researches]. *Forum for anthropology and culture*. 2010. No 12, pp. 7–210.
4. Harvey, D. Social Justice and the City. New literary review: Moscow, Russia, 2018. 440 p. (In Russian)
5. Latham, A., McCormack, D., McNamara, K., McNeill, D. Key Concepts in Urban Geography. SAGE Publications Ltd. 2009. 232 p.
6. Hill, P. Markets as Places of Trade. *Economic Theory*. INFRA-M: Moscow, Russia, 2004, pp. 517–523. (In Russian)
7. Geertz, C. The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *Classic of New Economic Sociology. Publishing House of High School of economy*. Moscow, Russia, 2014, 284–292 (In Russian)
8. Grigorichev, K.V., Dyatlov, V.I., Timoshkin, D.O., Bryazgina, D.E. Bazaar and the city: people, spaces, images. Otkis: Irkutsk, Russia, 2019, 288 p. (In Russian)
9. Jacobs, J. The Death and Life of Great American Cities. New Publishing House: Moscow, Russia, 2015, 512 p. (In Russian)
10. Zukin, S. Naked City: The Death and Life of Authentic Urban places. Publishing House of Gaidar Institute: Moscow, Russia, 2019. 360 p. (In Russian)
11. Timoshkin, D., Grigorichev, K. «Non-Place» beyond Time: Uncertainty as the Specificity of the Existence of a Post-Soviet City Localities (the case of Irkutsk). *Forum for anthropology and culture*. 2018, 39, 118–140. (In Russian)
12. Demyanenko, A.N. Urban Agglomerations and Spatial Development Strategy: A Geographer's View. *Regionalistica [Regionalistics]*. 2020. Vol. 7, No. 3. Pp. 43–52. (In Russian)
13. Demyanenko, A.N. Khabarovsk Agglomeration: Experience of Urban Space Decomposition. *Regionalistica [Regionalistics]*. 2019. Vol. 6 No 4. Pp. 5–13. (In Russian)
14. Smirnyagin, L.V., Unlimited Regionalization and Floating Signs as a Means of Cognition of the Geographical Reality. *Problems of Geographical Reality*. IX Socratic Readings. Eslan: Moscow, Russia, 2012. 191–200 (In Russian)
15. Smirnyagin, L.V. About Regional Identity. *Problems of Economic and Political Geography of Foreign Countries*. Oykumena: Moscow–Smolensk, Russia, 2007. 21–49/ (In Russian)
16. Smirnyagin, L.V. Regionalization of Society: Methodology and Algorithms. *Voprosy ekonomicheskoi i politicheskoi geografii zarubezhnykh stran, Vypusk 19* [Problems of Economic and Political Geography of Foreign Countries]. Oykumena: Moscow–Smolensk, Russia, 2011. 55–82. (In Russian)
17. Yefremov Yu.K. Geography and Tourism. *Problems of Geography*. Vol. 93: Geography and Tourism. Mysl: Moscow, Russia, 1973. 6–20. (In Russian)