# АНТРОПОЛОГИЯ ПРОСТРАНСТВА

## ЦЕННОСТЬ МЕСТА: КАК ВОСПРОИЗВОДИТСЯ СИМВОЛИЧЕСКАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В СТИХИЙНОЙ РЕКРЕАЦИИ (КЕЙС КАРАКАНСКОГО БОРА)

***Полина Евгеньевна Лаврусевич***[a] (p.lavrusevich@g.nsu.ru),
***Ирина Анатольевна Скалабан***[ab] (i.skalaban@g.nsu.ru)

[a] Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, Новосибирск, Россия
[б] Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия

**Цитирование:** Лаврусевич П.Е., Скалабан И.А. (2023) Ценность места: как воспроизводится символическая собственность в стихийной рекреации (кейс Караканского бора). *Журнал социологии и социальной антропологии,* 26(1): 224–255. https://doi.org/10.31119/jssa.2023.26.1.9. EDN: MMGMOJ

**Аннотация.** Практики стихийного туризма остаются белым пятном в современных исследованиях рекреации. В то же время пригородные лесные массивы являются точкой притяжения, рекреационным магнитом для жителей больших городов, ориентированных на пассивный стихийный туризм. Данная работа направлена на исследование поведенческого аспекта формирования ценности места обитателей туристических стоянок как основы для возникновения у них чувства места. Описан механизм преобразования унифицированного лесного ландшафта в уникальное (ценное) место через конструирование и воспроизводство практик пользования туристическими стоянками и прав собственности на них. Информационную базу составили материалы кейс-стади, реализованного в течение летних полевых сезонов 2021 и 2022 гг. на территории Караканского бора Новосибирской области. В ходе экспедиции выборочно исследовано 30 км береговой линии Обского водохранилища, сплошное обследование реализовано на 12 км непрерывной береговой линии северной части Караканского бора. Выявлены туристические сообщества, береговой стаж которых насчитывает 30–40 лет и которые включают в себя уже третье поколение отдыхающих. Предложена типология туристов по степени их укорененности, «врастания» в ландшафт, т.е. длительности и регулярности пребывания, а также степени преобразования этого ландшафта. Рассмотрены практики выбора и освоения места, определяющие, как место становится своим, как оно удерживается и затем передается следующим пользователям. Несмотря на неформальный характер отношений собственности и необходимость постоянного их подтверждения, основные компоненты права собственности (право изменять форму и содержание блага и право передавать другим лицам) осуществляются подавляющим большинством пользователей. При всей вариатив-

ности практик места экологические практики являются неоспоримым основанием для присвоения пространства туристической стоянки. Отсутствие мусора — видимый и социально поддерживаемый индикатор реализации практик благоустройства, т.е. вложения в место, инвестиций в его рекреационный потенциал.

**Ключевые слова:** стихийный туризм, чувство места, ценность места, присвоение пространства, права собственности, рекреация, Караканский бор.

## Введение

Прилежащие к мегаполисам и большим городам лесные массивы, особенно соседствующие с пригодными для купания водоемами, представляют собой традиционные места для летнего неогранизованного отдыха, «досуга вне государства», пользуясь терминологией Б. Родомана (2005). Свободный доступ (и в физическом, и в финансовом отношении) делает эти места привлекательными для агентов природопользования, но эта же вольница несет в себе и существенные риски. Прежде всего речь идет об экологических рисках, которые возникают вследствие чрезмерной антропонагруженности, а также рисках социальных, вызванных конкуренцией за присвоение места. Последние обусловлены ограниченностью ресурса (хороших стоянок) и нерегулируемостью отношений между группами пользователей этого ресурса. В качестве последних могут выступать не только туристы-горожане, но и жители близлежащих сельских поселений.

Рекреационный туризм, осуществляемый без помощи специализированных структур, называют по-разному: стихийный, неорганизованный, беспорядочный, самодеятельный. Чаще всего он попадает в фокус внимания рекреационной географии, экономики туризма, экологии, но исследуется преимущественно как фактор риска, нарушения равновесия экосистемы. Оценивается степень антропогенного воздействия, делается расчет и формулируется возможность регулирования рекреационной нагрузки.

Можно предположить, что сформировавшаяся в рамках отдельной рекреации социальная среда обладает потенциалом к саморегулированию, достижению определенного баланса между давлением на природную среду и поддержанием качества места. Этот потенциал проявляет себя через социальные практики пользования местом, самоорганизации, поддержания сообществ. Особенно интересны кейсы, когда турист как агент природопользования десятилетиями использует в рекреационных целях одно и то же место, и это не дестинация с оформившейся туристической

инфраструктурой, а географический район с привлекательным природным ландшафтом и традициями неорганизованного природопользования. Однако именно такой тип туристических практик часто оказывается вне поля социологических и антропологических исследований.

Действительно, когда речь заходит о туризме, то имманентно подразумевается его темпоральная и пространственная подвижность. Не случайно именно такой образ туризма З. Бауман положил в основу метафоры постмодерна (1995). Но если туризм — это путешествие, испытывающее сильное влияние экономики (инфраструктура, услуги), то туристическая стоянка — это одно из мест временного отдыха на маршруте. Однако в спектре рекреационных туристических практик имеется и иной вариант: стоянка как основное место и цель путешествия. Достигнув его, турист останавливается здесь для перманентного пребывания на сутки, неделю, месяц или сезон. Он самостоятельно организует его для рекреационного досуга, а по истечению времени возвращается обратно. В этом случае акценты смещаются и ценность движения (динамики) дополняется или даже замещается ценностью места (статики). В ситуации неразвитой структуры услуг и дефицитарности в регионе тех или иных видов рекреационных ресурсов, например больших теплых водоемов, стратегия приехать на место и встать для части горожан выглядит оптимальной.

В этом случае место присутствует и как социологическая категория, и одновременно как понятие естественного языка туриста. Туристическая стоянка обозначается таковой в редких исключениях, речь преимущественно идет о местах: занять место, удержать место, найти место. В таких языковых конструкциях прослеживаются отношения собственности, отличительной особенностью которых является ситуативность, гибкость и постоянное (пере)определение в силу неформального характера происхождения.

Но какова значимость места для туриста, ориентированного на привлекательный ландшафт? Здесь можно обозначить две перспективных исследовательских позиции, внешне противоречивые, но потенциально дополняющие друг друга. Одна принадлежит Т. Ингольду, который настаивает на том, что смысл и эмоции, а не привязанность к местам собираются из взаимодействия с ландшафтом: «…обитая в мире, мы не воздействуем на него и не делаем с ним ничего; скорее мы движемся вместе с ним» (Ingold 1993: 164). Ландшафты многомерны: это места взаимодействия человека и окружающей среды, продукты социальных процессов и индивидуальные или личностные конструкции (Gesler, Kearns 2002). Многообразие представлений о месте, конструируемых пользователями

туристических стоянок, равно как и многообразие самих пользователей и их практик, позволяет говорить о боре как о пространстве задач или видов деятельности (tasksacape) (Ingold 1993). Другая позиция возвращает нас к месту, поскольку указывает, что производство чувств может быть и результирующей производства материального ландшафта, взаимодействия с ним (Cloke, Jones 2001). Пространство становится местом, когда оно наделяется ценностью (Tuan 1977: 6), хотя, обращаясь к категории место, мы допускаем, что речь идет не просто о физическом, но и о социально сконструированном объекте. В нашем случае место должно быть выбрано, обозначено. Им пользуются, его обустраивают в соответствии со своим запросом. В случае высокого спроса на место как любая иная ценность место становится объектом конкуренции, возникают задачи его присвоения: от физического занятия до обустройства и удержания.

Но как протекает этот процесс? Как практики присвоения воспроизводятся и какую роль играет поддержание права собственности на место, пусть даже символического характера? И как в условиях стихийного потока туристов — пользователей территории — формируется и поддерживается такой важный компонент культурного ландшафта, как культура пользования местом? Способна ли она в условиях высокой антропонагрузки противостоять угрозам деградации природного объекта, ради которого туристы сюда и стремятся?

Цель исследования — описать преобразование унифицированного лесного ландшафта в уникальное (ценное) место через конструирование и воспроизводство практик пользования туристическими стоянками и прав собственности на них.

Кейсом был выбран Караканский бор. Это крупный лесной массив, расположенный в границах Новосибирской области и Алтайского края, в 110 км от г. Новосибирска. Бор представляет собой популярное место/направление летнего дикого отдыха для жителей не только Новосибирской области, но и близлежащих регионов: Томской, Кемеровской, отчасти Омской областей, Алтайского и даже Красноярского края. Основа его привлекательности — теплая вода водохранилища, комфортный разнообразный природный ландшафт и большая протяженность вдоль береговой линии Обского водохранилища (более 100 км), что открывает спектр возможных вариантов летнего досуга.

История активного рекреационного освоения бора насчитывает более семидесяти лет начиная с 1950-х годов. Сочетание возможностей отдыха у воды и в бору, ограниченная доступность в силу отсутствия приемлемых для легкового транспорта дорог позволяли удачно совмещать самодеятельный туризм советского периода с активным рыболовством и собира-

тельством. Перечисленные факторы сделали Караканский бор местом отдыха регионального масштаба уже во второй половине XX в. Перманентный спрос на его ресурсы сформировал относительно устойчивый базовый контингент пользователей, что в ходе эмпирических исследований подтвердилось фиксацией среди них третьего поколения туристов.

Улучшение качества автодорог, лавинообразный рост числа автовладельцев в последние десятилетия существенно расширили доступность бора и привели к увеличению потока отдыхающих даже не в разы, а в десятки раз, обусловили постепенную трансформацию береговых деревень в дачные поселки. В резонанс вошли и ограничения внешнего и внутреннего туризма, вызванные пандемией COVID-19.

В настоящее время лежащие, казалось бы, на поверхности решения (прежде всего в отношении правил сбора и вывоза мусора, пребывания в водоохранной зоне, сбора грибов и ягод, заготовки дров) в реальности сталкиваются со сложной системой взаимодействия агентов природопользования (местные, дачники, туристы, лесозаготовщики и пр.), присутствующих и действующих на территории бора. В отсутствие явного внешнего регулятора они самостоятельно конструируют и воспроизводят правила поведения. Сложившаяся ситуация делает кейс Караканского бора яркой иллюстрацией трагедии ресурсов общего пользования (Hardin 1968). Согласно п. 1 ст. 11 Лесного кодекса РФ, «граждане имеют право свободно и бесплатно пребывать в лесах» (Лесной кодекс 2006). Таким образом, все присутствующие на данной территории граждане РФ юридически имеют равные права на неорганизованные места отдыха в границах лесного массива и его прибрежной части. В соответствии с публичной кадастровой картой практически вся береговая линия (места наиболее активного туристического присутствия) относятся к землям лесного фонда (кроме территорий населенных пунктов). Неограниченное одновременное потребление общего рекреационного ресурса множеством пользователей может привести прежде всего к исчерпанию, а в предельном случае даже к исчезновению источника благ. Действительно, в доступных для рекреации местах плотность ежегодно воспроизводимых туристических стоянок весьма высока. В ходе экспедиции исследовательской группой выборочно исследовано около 90 км береговой линии от с. Завьялово до о. Чингис, наиболее плотно — отрезок 30 км от устья р. Каракан до родника за д. Ерестная. Сплошное обследование реализовано на 12 км непрерывной береговой линии северной части Караканского бора от устья р. Каракан до устья р. Ельцовка. На этом промежутке зафиксированы 226 туристических стоянок, не считая тех, которые возникают спорадически на удалении от берега (вторая и третья

Рис 1. Плотность туристических стоянок в северной части Караканского бора, зафиксированная в ходе сплошного обследования берега

линии) в ситуациях, когда на этом участке береговая линия заполнена (рис. 1). Осваиваются все пригодные для туристической стоянки места. На 500 метрах береговой линии, включающей болотистые участки, отмечено 11 стоянок.

Драматичность ситуации добавляет административная разорванность Караканского бора. Лесной массив находится в границах Ордынского, Сузунского, Искитимского районов Новосибирской области и Каменского района Алтайского края, оставаясь для них окраиной. От районного центра Ордынского района (на территории которого бор преимущественно расположен) основные туристические места притяжения и «болевые точки» отделены рекой и паромной переправой. Это позволяет говорить о существовании трагедии общего ресурса не только на уровне индивидуальных агентов, но и на уровне административно-территориальных единиц.

## Концептуальная рамка. Ценность места: логика конструирования

Теоретическое осмысление авторами места как социального явления в целом осуществлялось в рамках достаточно подробно разработанных феноменологических и конструкционистских взглядов на обозначенную

проблему. Место как концепт конструируется исходя не столько из его физических характеристик, сколько из восприятия, образов и значений места, носителями которых являются индивиды или группы индивидов. Это созвучно аналитическим моделям места в российской традиции, которые строятся, опираясь на категорию социально-территориальной идентичности. Последняя объективируется в конкретных типах и формах территориального поведения (Завалишин, Рязанцев 2005: 84; Скалабан, Серебрянникова 2014). В западной традиции преобладает категория «чувство места» (sense of place) и близкие к нему по смыслу «привязанность» (place attachment) и «принадлежность к месту» (belonging in place) (Campbel, Jovchelovitch, 2000; Steele, 1981; Rodman 2003; Резниченко 2014). В обеих традициях указанные концепты содержат в себе совокупность эмоциональных (аффективных) и рациональных составляющих деятельности индивида. Важную роль в их формировании играет сложившийся образ места, способствующий символизации пространства, появлению связанных с ним личностных смыслов, осознанию ценности места. То есть пространство превращается для индивида в место в том случае, когда наполняется конкретными образами, смыслами и эмоциями и приобретает определенную функциональную, символическую и/или эмоциональную ценность.

Логика конструирования места в разных концептуальных моделях может отличаться. К примеру, двухмерная модель привязанности к месту состоит из идентификации с местом и зависимости от места (Trentelman 2009). В свою очередь, трехмерная модель чувства места, предложенная Ли Кубой и Девидом Хуммоном, включает в себя все указанные выше компоненты: идентификация с местом (place identity), привязанность к месту (place attachment) и зависимость от места (place dependence), — в содержание которых входит и ценность местности (Cuba, Hummon, 1993: 127; Jorgensen, Stedman, 2001; Резниченко 2014). Ее современная версия Горана Эрфани меняет зависимость на удовлетворенность местом (place satisfaction). Это важное изменение, поскольку связывает субъективное восприятие (удовлетворенность) с биофизическими характеристиками природного объекта (Stedman 2003: 678), с природой (Raymond 2010) и экологическими атрибутами места (Erfani 2022).

Приведенные выше модели конструировались исходя из того, что пользователи места постоянны по отношению к нему пространственно и темпорально, т.е. являются постоянными жителями. Если речь идет о туристах, пребывающих на короткие сроки, требуется сместить фокус. Ограниченное временем пользование территорией усиливает значение функциональной привязанности, воплощаемой в привлекательности

физических характеристик объекта, целях и действиях (Williams, Vaske 2003). Похожая мысль прослеживается в работе Сюзанны Кланика и ее коллег. Проведенное ими исследование чувства места туристов и местных жителей сельского поселения в горах Швейцарии показало, что набор параметров, определяющих чувство места у анализируемых групп, сходен, однако их значимость для этих групп существенно различается. Чувство места местных жителей формируется преимущественно под влиянием аспектов повседневной жизни: занятости, собственности и, что более важно, социальных отношений. Кроме того, их чувство места сильно связано с воспоминаниями детства и юности (Klanicka et al. 2006: 61). В случае туристов чувство места формируется под воздействием эстетики и других характеристик места, которые переживаются через опыт досуговой деятельности и его переменных: частоты посещения, длительности пребывания (Klanicka et al. 2006: 62). Именно практики пользования местом способствуют формированию постоянных с ним отношений с учетом социокультурного контекста (Давыденко, Ромашкина 2017: 105). В этом случае такие компоненты, как идентификация с местом (символическое значение места как хранилища эмоций) и отношения с местом, которые придают смысл и цель, дополняются памятью о месте и ожиданием места, т.е. прошлым опытом человека и будущими ожиданиями от взаимоотношений с местом (Chen, Dwyer, Firth 2014).

Таким образом, место становится ценным в том случае, когда оно соответствует предъявляемым к нему требованиям и ожиданиям, т.е. является тем, чем и должно быть. Но место как «географическая область, имеющая для людей значение» (Galliano, Loeffler 1999: 1), способно дополнять функциональную ценность символической, тем самым поддерживать аффективную и функциональную связь между людьми и конкретными местами (Hidalgo, Hernandez, 2001: 274). В то же время ценность места, будучи тесно связанной с признанием значимости, нормативными (оценочными) ориентирами деятельности человека, проявляет себя даже в условиях, когда чувство места в отношении территории не сформировано либо носит поверхностный характер. Поэтому же ценность места не может быть и одинаковой для всех, но зависит от ряда параметров, среди которых характеристики самого субъекта, наделяющего место ценностью (образ, мотивация, установки, ценности), характер и интенсивность устанавливаемых с территорией связей, и вложенные в территорию ресурсы. Это подтверждают результаты статистического анализа Ричарда Стедмана, демонстрирующего, что одни и те же природные объекты представляют собой «разные места для сезонных и круглогодичных жителей» (Stedman 2003: 681). В этом же исследовании подчеркивается значение

переживаемого опыта для формирования привязанности к месту, иначе — опыта места. Ценность места может варьироваться и в зависимости от изменения экологической ситуации (Zhou et al. 2022) и активности пользователя местом. Как заметила Маргарет Родман, место рождается через практики (Rodman 1992: 642). Поэтому ценность места закладывается не только его ожидаемым рекреационным потенциалом, но и вложенными в него ресурсами. Именно поведенческий аспект производства и поддержания ценности места для его пользователей, саморегулируемость и воспроизводимость практик места находится в центре внимания нашей работы. Социальный агент понимается авторами прежде всего как действующий, способный к активному взаимодействию с окружающей средой и ее преобразованию.

Становление практик освоения и сохранения места происходит под влиянием его ценности и одновременно увеличивает ее. Эти процессы превращают общий ресурс (бор) в индивидуальную собственность (место) как за счет самого факта деятельности на месте, так и за счет специфичности (не массовости) этой деятельности, т.е. символического, а иногда и физического присвоения места. Таким образом, возможно оперировать понятиями теории прав собственности в отношении туристических стоянок.

В каждый момент времени пользователи рекреационных ресурсов ситуативно формируют определенный набор правомочий, т.е. отношений собственности на пространства туристической стоянки. Принципиально важно, что в данном случае рассматриваются отношения собственности, санкционированные обществом, но необязательно государством. (Капелюшников 2004). Наибольшее содержательное соответствие для характеристики этих отношений обнаруживается в классификации правомочий С. Пейовича. Согласно ей, право собственности состоит из следующих правомочий: 1) права пользования имуществом (usus); 2) права получения доходов от него (usus fructus); 3) права изменять его форму и содержание (abusus) и 4) права передавать его другим лицам по взаимно согласованной цене (Pejovich 1976: 3). Последние два права представляют собой основные компоненты права собственности, поскольку определяют право собственника внести изменения в стоимость имущества.

Права собственности на туристические стоянки не унифицированы, а скорее, наоборот, дифференцированы по своему качественному и количественному наполнению, что непосредственно вытекает из различий индивидуального опыта освоения места (набора практик). Кроме того, связь между практиками и отношениями собственности циклична, они взаимно порождают друг друга: права собственности могут рассматри-

ваться и как способ, и как результат присвоения прибрежного пространства. Совокупность правомочий определяет право собственности не через простое сложение, а в виде системы взаимосвязанных элементов (Капелюшников 2004). Значимость практик освоения места определяется их ролью не только в производстве правомочий, но и в основании для легитимации последних. Опыт места рассматривается как аргумент для признания присвоения места легитимным. Через практики и опыт деятельности отношения собственности находят свою локализацию в чувстве места. Становясь в том или ином формате своим, пространство перестает быть общим и переходит в разряд приватного.

Заметим, что и ценность, и чувство места, и различные их компоненты неотделимы от пространственной локализации места, масштаба (scale of place). С одной стороны, туристическая стоянка как место не может не существовать вне более широкого природного и культурного ландшафта. Представимость места как части крупномасштабного экорегиона усиливает ориентацию на биофизические аспекты места (растения, животный мир и элементы ландшафта) по сравнению с теми, кто воспринимает его скорее как ограниченную используемую территорию (Ardoin et al. 2019). Правда, влияние биофизических характеристик природного ландшафта на чувство места более явно прослеживается в отношении крупных природных объектов (каким является бор), чем в привязке к локальным территориям и общностям (Eanes et. al. 2018). Но, как отметил В.Л. Каганский, «отдельные места, фрагменты, детали, масштабы — средства подключения к целому. Привилегированные, особо значимые места не основа редукции, а позиции восприятия всего ландшафта. Их знание не заменяет знания ландшафта в целом, а фокусирует его» (Каганский 1997: 164).

## Стратегия и методы исследования

Стратегия исследования представляет собой кейс-стади. Анализируемые эмпирические данные были собраны в ходе нескольких экспедиционных выездов в июле-сентябре 2021 г., июле 2022 г. В фокусе данной части проекта — прибрежное пространство Караканского бора, преимущественно его северной части, где сконцентрировано большинство туристических стоянок вследствие близости к крупному городу (Новосибирск) и ландшафтной специфики бора (парковый лес).

Информационную базу исследования составили материалы полуструктурированного наблюдения, интервью и бесед с туристами, реализуемые непосредственно в процессе их деятельности. Беседы часто происходили в групповом формате, участниками являлись все присутствующие на сто-

янке. Таким образом, каждый момент взаимодействия мог включать обращение к личному опыту нескольких информантов, в том числе из разных поколений. В совокупности было проведено 11 интервью и около 40 бесед с туристами разных категорий. К участию в интервью охотнее подключались, во-первых, опытные туристы, во-вторых, отдыхающие не в высокий сезон. Кроме того, косвенные свидетельства о практиках стихийных туристов были получены от других категорий информантов — жителей сельских поселений, дачников, глав сельских администраций, владельцев туристического бизнеса, продавцов магазинов.

Цикличность экспедиций обеспечила как тематическое расширение информационной базы, так и более глубокое погружение в предмет на новом витке исследовательской спирали. Так, первое посещение в июле-августе 2021 г. дало первичное представление о туристической активности в Караканском бору и многообразии групп стихийных туристов. Выезд в сентябре 2021 г. обеспечил возможность изучения инфраструктуры одного из наиболее закрытых туристических сообществ как физически, так и социально. Наконец, завершающая экспедиция в июле 2022 г. послужила насыщению эмпирического описания туристических практик и закрытию информационных лакун.

## Туристическая стоянка: в чем ее ценность и как становится «своей»?

Заданные общие теоретические рамки и эмпирический материал порождают следующую объяснительную модель.

Изначально биофизические характеристики береговой линии и лесной массив являются константой, это, по сути, одно из двух неизменных условий в нашей истории, даже принимая во внимание отличительные средовые особенности туристических стоянок друг от друга. Вторая точка отсчета — это физическое присутствие агента рекреации в бору, сам факт мобильности. Эти два параметра одинаковы для всех пользователей бора, чье поведение представляет предмет анализа.

Ценность места как базис для конструирования чувства места формируется и наполняется конкретным содержанием под влиянием следующих факторов:

— аффективного и рационального влияния биофизических характеристик ландшафта на агента (восприятие красоты природы, погружение в ландшафт, исходная функциональная организация пространства);
— практик места: его освоения, поддержания и удержания.

Возможность реализации этих двух факторов определена представлениями агента о хорошем месте, туристическим бэкграундом, усвоением

норм и правил туристической культуры (навыки создания бивака и т.д.), а также местных рекреационных практик, т.е. наличикм опыта места. В условиях высокой рекреационной плотности и запроса на удобное место возрастает значимость практик присвоения: освоения, поддержания и удержания места.

В сформировавшейся в бору рекреационной культуре к наиболее легитимированным и интернализированным можно отнести:

— практики выбора места (общие требования к хорошему месту, процедуры отбора и занятия места);
— практики зонирования пространства (определение границ и их обозначение разными материалами с учетом приемлемой для пользователей доступности и проходимости);
— практики благоустройства (обустройство стоянки, выделение и конструирование отдельных зон часто из подручного материала, эстетизация места, поддержание порядка в приемлемом для пользователей варианте);
— практики проведения досуга, как специфические (в том числе сбор и потребления даров леса и реки), так и переописание рутинных практик жизнеобеспечения;
— практики удержания места (маркирование прав собственности, обеспечение вариантов постоянной и экстренной защиты, трансляция во вне правил доступности объектов, контроль за территорией);
— практики передачи места (практики бронирования занятого места, прямые и опосредованные коммуникации с туристами, занимающими место до или после настоящего пользователя).

Социокультурные и экологические практики растворены или находят свое место среди всех перечисленных видов практик: эстетизация места, межстояночные коммуникации и взаимодействия, в том числе взаимопомощь, организация сбора, утилизации и вывоза мусора, организация санитарных зон, сбор валежника.

Ключевым фактором, влияющим на укорененность, привязанность к месту, выступает длительность и частота пребывания на территории, рассматриваемые и как непосредственная продолжительность времени отдыха, и как периодичность присутствия. Исследование показало, что в северной части Караканского бора формирование устойчивых групп, удерживающих ежесезонно одно и то же место, началось с конца 1980-х годов и усилилось в 1990-е. Именно с этого времени ведут свой отсчет большинство туристических сообществ, которые до настоящего времени сохраняют стоянки весь сезон. Поэтому среди туристов существует категория, чье персональное и регулярное присутствие на территории состав-

ляет более сорока лет. Встречаются туристы, чьи семейные связи с бором и его береговой линией насчитывают три поколения. Однако большая часть информантов имеет опыт отдыха на этой территории около десяти лет. Вероятно, в силу определенной укорененности большинство туристов стремятся занять то же место, где стояли ранее, или если не удается, то соседнее, и готовы прилагать для этого дополнительные усилия. Часть туристов, менее регулярно посещающих бор, выбирают место в диапазоне 1–2 километров от предыдущего. В ходе исследования зафиксирован только один случай, когда агентами рекреации принципиально менялась локация стоянки (с одного берега на другой) и ни одного, когда имелась миграция вдоль берега, к примеру с северной части на центральную или обратно, где также присутствует стихийный туристический кластер.

Если дачники и жители прибрежных сельских поселений достаточно гомогенны в этом отношении (они также являются пользователями прибрежной территории, туристических стоянок, в том числе. для многодневного присутствия), то туристы представляют собой разнородную группу. Социальная и в прямом смысле физическая укорененность как основание типологизации туристов заключается не только в длительности и регулярности пребывания, но и в разной степени «врастания» в ландшафт. Эмпирическая типология позволяет дифференцировать их по степени преобразования места и включает таких участников в авторском наименовании, как:

— старожилы сезонные (хранители места) (Те, кто группой «держат» стоянку/лагерь все лето, часто на протяжении десятилетий, вкладываются в создание и поддержание стационарных объектов: металлических пирсов, легких деревянных домиков (*фавел*) с возможностью общего пользования, глубоких погребов, стационарных бань, туалетов, поддонов под палатки. Они непременно фиксируют границы места стационарными конструкциями, чаще всего горизонтально положенными жердями в виде забора и т.д. Эта группа зафиксирована только в северной части Караканского бора.);
— старожилы регулярные (Отдыхают длительно, две недели и более, ежегодно или почти ежегодно в течение более десяти лет, создают и поддерживают легкие хозяйственные конструкции, обеденные зоны из бревен, тентов, пленки, погреба-холодильники, зонируют территорию привезенными материалами: сигнальными лентами или веревками.);
— периодические (Бывают время от времени на протяжении нескольких лет в течение нескольких дней или недели, стараются возвращаться на одно и то же место или вставать от него поблизости, организуют

туристические стоянки классического типа: костровища, места для палаток, санитарные зоны, холодильники, часто используют зонирование.);

— залетные/одноразовые (определение дано старожилами сезонными, приезжают скорее разово, на выходные, нецеленаправленно, оставляют слабый антропослед, преимущественно костровище, яму для мусора.)

### Практики освоения, удержания и передачи места: воспроизводство прав собственности

Как непосредственно реализуется представленная модель? Как выглядит взаимная координация практик места и совокупности правомочий? Как они детерминируют друг друга?

Выбор места изначально определяется тем, есть ли у туриста какое-то конкретное свое место и имеет ли он представление о правилах пользования территорией.

Вот как описывается процесс поиска места глазами бывавшего здесь всего несколько раз:

> *Если занято — поехали дальше искать, километров десять проезжали, дальше все забито по краю, по берегу. Палатка, палатка, палатка, палатка, по краю, по обрыву. В лес не поедешь, а смысл? Без моря* (периодические туристы).

Важно, что наличие своего места чаще всего не дает оснований для предъявления преимущественных прав на него. Если оно уже занято, выбираются разные тактики:

— ищется рядом другая свободная стоянка: «Люди отдыхают, пусть отдыхают» (старожилы регулярные, стаж 20 лет, стоят по 3–4 недели); «Ниче не делаем, что сделаешь, станем в другом месте и стоим», «Если есть другие места, туда становимся» (старожилы регулярные, стаж более 30 лет);

— договариваются об очередности: «Наше в смысле, что мы здесь каждый год встаем, не в смысле, что оно наше, то есть мы приезжаем, оно занято, мы спрашиваем, когда уезжаете?» (старожилы регулярные, группа, стаж 30–40 лет).

Однако в последние годы, вероятно в связи с все большим объемом вложенных сил и ресурсов, возникают новые ситуации: *Это же годами все делалось для того, чтобы было удобно. Иногда приезжаешь — занято, ну, разговариваем с людьми, кто-то понимает…* <…> [инт.: что вы делаете,

если…?] *Ниче не делаем, что сделаешь, станем в другом месте и стоим* (старожилы регулярные, стаж 15 лет).

Возможен более напряженный вариант: *Только разложились, приехали люди и стали права качать: это наше место, мы поставили лавочки. Нас было четыре машины, а их меньше. Но у них были корочки, а у нас корочек не было… В результате сказали, да ладно, давайте вместе встанем. Места хватит. В результате нормальные мужики оказались. По итогу. Они посетовали, вроде бы мы как бы тут строим, место облагораживаем, а тут приезжают ломают и мусорят. Потом мы приезжаем на это место обустроенное и начинаем за кем-то убирать. Ну, их тоже можно понять* (периодические, стаж 10 лет).

Крайне редко, но бывают ситуации, когда попытка занять место перерастает в конфликт: *Видите, я здесь давно, и в принципе многие знают…, что, ну, не надо останавливаться здесь, потому что, ну, просто выгонят. Те, Петя приедет со своей хоккейной командой, байкеры приедут там на Зойкино место встанут, но вот, и ребят много, и поэтому я только вякнула, типа того, что, ну, кто-то агрессивно начинает, я только вякну, пацаны пришли… А их потом уже остановить трудно* (старожилы сезонные, мужчина и женщина, стаж свыше 40 лет).

Права собственности, ограниченность которых осознают обе стороны, вынуждают пользователей места договариваться и искать компромиссы. В свою очередь, осознание невозможности защитить или полностью контролировать пространство, в которое вложены эмоции и ресурсы, рождает новые механизмы его сохранения, главными из которых становятся опосредованные коммуникации с гипотетическими пользователями места. Создатели *фавел* сознательно не используют замки, открывая их полностью для доступа, оставляют теплую одежду и хозяйственные принадлежности. На оборудованных стоянках стоят аккуратно сложенные остатки продуктов и послания гостям пользоваться местом, но не ломать и оставить чистым. *Бывает рыбаки тут живут. Они благодарят. Мы с ними разговариваем. …они откуда-то с Кемерово. Ну, вы только оставьте порядок за собой. Они: не, не, мы все уберем* (старожилы сезонные, стаж более 40 лет).

Если нет возможности встать на свое место, то выбор места часто превращается в процедуру. Неоднократно наблюдаемая картина: машина медленно едет вдоль берега. На приглянувшемся месте оставляют девушек или семейство, в то время как мужчина оценивает вероятность рядом найти место еще более привлекательное. После чего принимается решение о месте стоянки. Место оценивается исходя как их общих требований (количество мусора, близость к берегу, доступность воды), так и из специфических туристических позиций и личностных мотивов. Для рыбаков

важен пологий спуск к воде — спуск лодки, для семей с маленькими детьми — хорошо просматриваемый пляж, для рассчитывающих на приезд большой компании — физические размеры стоянки. Таким образом, характеристика рекреационного ресурса одновременно и как редкого (хорошее, подходящее место для стоянки), и как общедоступного (береговая линия формально юридически и физически свободна) формирует определенные стратегии занятия места, которые связаны с временем и пространством.

Для того чтобы найти и занять хорошее (*козырное*) место или насладиться тишиной, выбирается, как правило, низкий сезон (май, начало июня, конец августа — начало сентября), либо приезд планируется на начало и середину недели. Так стихийно распределяется присутствие на берегу туристов, приехавших из разных регионов. К примеру, *кемеровские*, *томски»* чаще выбирают будние дни, в том числе захватывая выходные, тогда как массовый поток отдыхающих в субботу-воскресенье представлен жителями ближайшего крупного города — новосибирцами. Еще одна стратегия состоит в том, что часть большой компании приезжает заранее в четверг или даже среду («они специально отпросились с работы»), выбирает место и держит его. *Мы приехали, заранее приезжаем занимаем место допустим. Кто-то здесь стоит с машинкой, когда уезжаете, допустим, мы уезжаем через два дня, мы допустим просим, будете уезжать не отдавайте место* (старожилы регулярные, стаж 30–40 лет). Так постепенно формируются практики передачи места.

Таким образом, право пользования стоянкой закрепляется (демонстрируется) через простое физическое пребывание или наличие на территории имущества агентов рекреации (автомобиль, палатка). Это первое и минимальное условие для присвоения стоянки. Для того чтобы дополнительно продемонстрировать другим пользователям, что конкретное место присвоено (т.е. отношения собственности уже сконструированы), место маркируется физически (места подъезда блокируются машинами, бревнами) или символически (натягивается сигнальная лента). Возможны и гибридные варианты: закрытие проезда объектами, которые задевают машину, желающую проехать. Иногда прибегают к надписям: «здесь все места заняты», «здесь семья».

Наблюдение показало, что вероятность маркирования пространства повышается в случаях высокой плотности стоянок, уникальности места, неодновременного заезда компании, т.е. тогда, когда ресурс становится более редким и требуется усиление либо более четкая спецификация прав собственности. Наиболее актуальна такая проблема для туристов, которые держат большие сезонные стоянки и которым свойственно маятниковое

движение (из бора в город и обратно). Как правило, это обширные стоянки, превышающие в объеме 4–5 обычных. Населяющие их сообщества ставят палатки в мае, и если «есть кому остаться», то их убирают в сентябре, а иногда и «по перовому снегу». За десятилетия первоначальный состав участников не сохраняется. Постепенно он разбавляется знакомыми знакомых, отдыхавшими рядом и заработавшими доверие сообщества своим отношением к месту и уважением к сообществу, либо новыми поколениями: *Мне 67. Вон там Ольга сидит, ей сорок, у нее сыну 19. <…> С армии пришел только что. Он тут вырос… привезли, ему 6 лет было. Он вырос, и он держит. Я думала, после родителей не будет ездить, ездит* (старожилы регулярные, стаж с 1978 г.).

Такие типы стоянок тяготеют друг другу и обычно формируют кластер, где опытные «держат место», распределяют ответственность и в редких случаях, когда сменяемостью сообщества высока, нанимают сторожа. Ценность места для таких пользователей мы особенно осознали, когда на вопрос, чего больше всего вы боитесь в будущем, они ответили: «не удержать место… потому что годы идут» (старожилы сезонные, стаж более 30 лет).

В таких кластерах даже за границами общей компании осуществляется взаимный контроль за местом: *Они все тут друг друга знают. Если кто-то приезжает на чужое место, то сразу звоночек: але, вы не собираетесь? Тут на ваше место кто-то приехал (*старожилы сезонные*).*

Зафиксированы в том числе такие способы присвоения пространства, как установка ложных объектов, например пустых, не используемых по назначению палаток, расстановка лишней походной мебели, чтобы обозначить свое место и расширить его границы (рис. 2).

На берегу южной части Караканского бора между деревнями Соколово и Двесвянка на участке менее двухсот метров, который особо ценится рыбаками за наличие сазанов, такими ложными объектами стали десяток удочек, расставленных на расстоянии двух метров друг от друга, что не позволяет другим претендентам занять место на берегу. Здесь также прослеживается неразрывность практик маркирования пространства и его присвоения. Признание стоянки своей, как и передача ее своему, является основанием для проведения границ, обозначение этих границ поддерживает право собственности.

Задача удержать место требует и маркирования территории. Маркирование может стать стационарным в случае многократного пользования местом. Функции маркирования заключаются не только в обозначении прав собственности на конкретную территорию. Как ни странно, они могут служить косвенным признаком ценности места, его освоенности: встречаются случаи поиска и выбора места по наличию маркированных границ.

Рис. 2. «Вот это палатки стоят для антуража» (старожилы регулярные)

Как уже было отмечено выше, занятое место в целом не оспаривается. Чаще всего через него можно пройти или задержаться на некоторое время. В этом случае целесообразно спросить или предупредить его владельцев, тем самым косвенно подтвердив их права. В ряде случаев эти права приобретают характеристики, граничащие с формализованными правами собственности: прибитые к дереву таблички с номерами телефонов. Звонок хозяину позволяет приехавшему туристу получить право на пользование местом, вероятно небескорыстно. Однако чаще единоличные права собственности скорее не возникают, но близкие к этому варианты все-таки возможны: *Мы сидим за столом, нас человек десять, все собрались, сидим, они идут. Девочки, вам че надо? — Мы на мостки. — На мостки нельзя. — Почему? Типа ваши что ли? Вот докажи ребенку, что* ***это не его, это наше*** (старожилы сезонные, стаж более 30 лет).

Высокий спрос на берег и высокий процент туристов, регулярно пользующихся одними и теми же береговыми стоянками, сформировали новые практики, приемлемые для пассивного туризма. Это практики передачи места. Через них реализуется право передачи ресурса другим лицам. Самый простой способ — это пребывание на стоянке до времени непосредственного появления следующих собственников. Передача места может осуществляться среди знакомых и среди тех, с кем нет дружеских отношений, но ежегодно делится одна туристическая стоянка: одни уез-

жают, другие приезжают. Ценность места и стремление поддержать его качество, побуждают одних его пользователей прямо или косвенно знакомиться с другими. Познакомившись при приезде/отъезде компании, туристы обмениваются телефонами и договариваются согласовать время пользования местом между собой, даже если они живут в разных городах и за пределами этой ситуации не поддерживают отношений.

Также право передачи реализуется через акты опосредованной коммуникации между пользователями стоянок. Речь идет об оборудованных стоянках, на которых установлены самодельные места общего пользования, приготовления и приема пищи (кухни, навесы). Там можно встретить информационные таблички, послания от предыдущих, прежних владельцев (собственников) с указанием правил пользования этим местом, а также призывами к сохранению построек и поддержанию чистоты (рис. 3).

На одной из стоянок туристы с гордостью продемонстрировали старую тетрадку, в которой ведется переписка между пользователями места. Эта тетрадка содержит записи последних трех лет, но информанты сказали, что она далеко не первая и остальные по мере исчерпания они забирают домой.

Многолетние контрактные отношения переходят в обязательства. Так, в случае разрушения каких ли построек *одноразовыми* туристами, последующие пользователи восстанавливают разрушенное в похожем на пре-

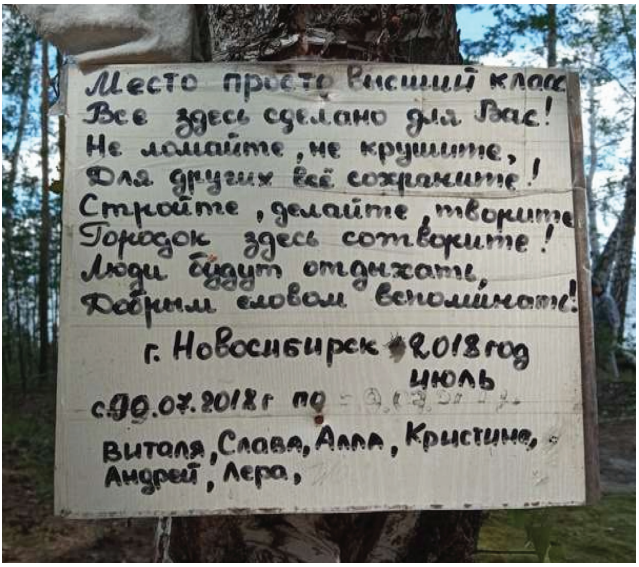


Рис. 3. Послание следующим пользователям стоянки

дыдущие строения виде или улучшают их. Примечательно что в этих процедурах не является важным место жительства пользователей. Они могут быть из Кемерово или Новосибирска, важно то, что их объединяет способность ценить место. В некоторых случаях подобные контрактные отношения сохранялись более десяти лет.

Ценность места на берегу определяется не только его ландшафтными характеристиками, но и чистотой, качеством благоустройства. Эти практики варьируются от поддержания минимального жизнеобеспечения до внесения заметных изменений в ландшафт. В результате прибрежная территория наполняется разнообразными временными постройками. Основные — зоны принятия пищи, навесы, погреба-холодильники, мусорные ямы, санитарные зоны и спуски к воде (рис. 4).

В данном случае внимание направлено не столько на наполнение этих практик, сколько на их переплетение с правами собственности. Создание таких сооружений возможно при наличии права преобразования пространства туристической стоянки. Одновременно сам факт пребывания на территории, особенно при фактическом отсутствии формального регулирования, позволяет вносить изменения в пространство обитания. Таким образом, право пользования влечет право преобразования физи-

Рис. 4. Погреб-холодильник

ческой формы, и наоборот. Отдельно отметим, что к подобной аргументации прибегают как туристы, так и местные жители:

> *…те же беседки там, мы можем куда-то в другое место съездить, а нам нужен дикий отдых, где мы* ***можем сами все построить, все сделать****... Мы пошли, насобирали сухих дров, принесли, напили, накололи дров,* ***мы баню сделали, мы погреб сделали, мы все это сделали****. Мы трудимся здесь, но мы головой отдыхаем от основной работы.* ***Мы ради этого сюда и едем*** (периодические).

> *Некоторые даже подходят с тупым вопросом: а у вас тут так хорошо, я хочу себе тут поставить. Ну,* ***ты сделай себе где-нибудь*** *и ставь* (старожилы регулярные, стаж более 30 лет).

Право получения дохода является в случае туристических стоянок самым редким и самым сложно реализуемым и выявляемым в ходе наблюдения. Косвенный доход может состоять в передаче места доверенному лицу, что гарантировало бы, например, сохранность построек. В этом случае в контрактные отношения вовлечены и местные жители, несколько десятилетий принимающие на зимнее хранение вагончики и значимое оборудование *сезонных*. Прямое получение дохода в процессе исследования было выявлено только в отношении аренды бани, однако есть основания предполагать, что его диапазон все-таки шире. На достаточно протяженном участке береговой линии обнаружена фактически неофициальная база отдыха (строения из доступных материалов, но близкие по своей форме к капитальным; ограничение въезда через импровизированный шлагбаум), названные нами *фавелами* (рис. 5).

Основательность построек и одна из наибольших длительность пребывания определяют и наиболее широкий набор правомочий у собственников такого рода стоянок. Но и они осознают неформальный и временный характер этих отношений:

> *…мы же понимаем, что это не наш лес, это не частная собственность, если свободно, а люди приезжают, люди проезжают, им негде остановиться, просят остановится* [о просьбах поставить палатку на территории *фавел*] (старожилы сезонные, стаж около 20 лет).

> *…в любой момент попросят. Ну что, встанем и уйдем* (старожилы сезонные, женщина, стаж 33 года, одна из первооткрывателей и основателей *фавел*).

Рис. 5. Самодельный шлагбаум на въезде в фавелы

Изначальная привлекательность места и личный опыт его освоения (в том числе длительность пребывания) приумножают его ценность, формируют привязанность к месту:

> *Мы дорожим этим местом. Здесь дети выросли. Столько воспоминаний. Куда ни ездили. Возвращаемся и думаем, зачем куда-то ездим?* (старожилы сезонные, стаж около 20 лет).

> *…мы купили дачу в черте города, но сюда тянет. Здесь заманчиво: баня и море. Поэтому сюда тянет* (старожилы сезонные, женщина, стаж 33 года, одна из первооткрывателей и основателей *фавел*).

Эти же отношения можно описать как зависимость от места: необходимость поддерживать его качество, нести определенные затраты по его благоустройству:

> *…мы же приезжаем в мае месяце. Ну, почистить. Знаете, воды нет, чистим дно, все стоянки, все на свете… Мусор собираем, жжем, вывозим, да* (старожилы регулярные, стаж более 30 лет).

Свое место дает спектр возможностей, но и накладывает обязательства.

### Экологические практики как основание легитимации прав собственности

Одним из наиболее весомых аргументов, факторов легитимации прав собственности на туристическую стоянку является ее чистота, видимое отсутствие мусора. С одной стороны, это делает стоянку более привлекательной, с другой — подразумевает осуществление определенных действий (как минимум сбор, как максимум последующий вывоз мусора из леса). Сбор мусора — признаваемое всеми типами туристов минимально необходимое вложение в место, практика, закрепляющая отношения собственности, которые возникают при простом физическом нахождении на территории. Чистота стоит в одном ряду с другими критериями ценности места.

Именно поэтому экологические практики требуют отдельного внимания. Они напрямую влияют на рекреационный потенциал туристической стоянки, их можно рассматривать в том числе как инвестиции в настоящий (и будущий) отдых. Отсутствие мусора — видимый и социально поддерживаемый индикатор реализации практик благоустройства. Это является неоспоримым основанием для возникновения прав собственности:

> *…я говорю, у нас помоек нет, — не может быть, — я говорю, ну, как, пойдите, пройдитесь, посмотрите.* ***У нас нет помоек здесь. На нашем заливе, ну, вот здесь****...*
>
> *…вот мужик, который приходил, вот идет он, такой: О, у вас тут место есть, я тут встану. А* ***зачем ты нам тут нужен****? А чо, у вас же места много. Мы тебя знать не знаем, иди отсюда. Ну, типа провожали, чуть не в драку. Обиженный. Ушел. А че ты там не станешь, встань,* ***прибери все вокруг****. Там грязно, там че-то набросано.* ***Так ты собери, поставь палатку, наведи порядок*** (старожилы регулярные, стаж более 30 лет).

Группы с минимальным набором прав собственности демонстрируют минимальный, а скорее отсутствующий вклад в поддержание ценности места. Речь идет о *залетных* туристах. Более укорененные группы отмечают низкую туристическую культуру случайных туристов, идентифицируя их чаще всего с молодежью:

> *Сейчас приехали, нагадили и уехали* (старожилы регулярные, стаж около 20 лет).

*Молодежь неадекватная стала. Приходят, вы кто такие? Мы тоже хотим. мы тоже имеем право… Да оно и раньше было… Но реже было* (старожилы сезонные, стаж около 20 лет).

Свои практики *старожилы* связывают в первую очередь с институционализированным туристическим прошлым (турклубами), где происходила их социализация, определенной преемственностью рекреационной культуры: «оставили природу в первозданном виде», «было понимание, что не надо бросать мусор, не надо сжигать биваки» (старожилы регулярные, стаж около 20 лет); «мы всегда мусор весь вывозим и всегда сердишься, когда приходишь, вон там вот. Там мы каждый год приезжаем, жгем мусор» (старожилы регулярные, стаж более 30 лет).

Вероятно, именно *одноразовые* туристы — основные производители оставленного мусора в лесном массиве, по крайней мере по наблюдениям и высказываниям регулярных туристов и старожилов. Для этой группы пользователей бора факт присвоения пространства (который чаще всего выражается только в наличии права пользования пространством туристической стоянки) аналогичен ситуации организованного отдыха, когда функции обслуживания территории и вывоза мусора берет на себя организатор (база отдыха). Кроме того, в процессе наблюдения на прибрежной территории сама собой всплывает теория разбитых окон (Wilson, Kelling 1982). Определяя уже имеющийся мусор (а также частично разрушенные постройки на берегу) как социальную норму, туристы повторяют эти практики в том числе как наименее физически затратные. К тому же наличие свалки решает проблему морального выбора, позволяет разделить ответственность со своими предшественниками (предыдущими постояльцами, собственниками стоянки). Сбор и вывоз мусора предполагает преодоление нормативного поведения как в отношении практик обращения с мусором, так и в отношении собственно проведения досуга, поездки выходного дня.

Кроме того, стихийность пребывания *одноразовых* определяет не просто неподдержание качества места, а зачастую его снижение. Это проявляется в разорении, сжигании (использовании в качестве дров) имеющихся построек. В определенном смысле эта группа производит риски как для поддержания рекреационного потенциала Караканского бора, так и для воспроизводства культуры туристических стоянок.

*…молодежь кто приезжает им это нафиг не надо, они где готовое заняли и все. Чтобы новые погреба рыть, они только загадят и все… Если мы раньше своих детей здесь вырастили с 90-х можно*

*сказать, что они с нами здесь пробыли, они это прекрасно понимают и все знают, что нельзя гадить, нельзя лес, а если, я не знаю, где их растили таких, что они так ведут себя* (старожилы регулярные, рыбаки).

Однако если рассматривать антропослед не только в разрезе мусора, то именно эта группа оставляет его минимально.

В ходе исследования зафиксированы экологические практики, реализуемые хотя и на сопоставимых по физической площади территориях, но ориентированные на разный масштаб места. Организованные акции по очистке береговой линии от мусора проводятся экоактивистами, инициативными группами, ежегодно собирающими участников в социальных сетях, экологическими организациями, оперирующими целостными пространственными единицами: «Караканкий бор», «Каракан» (Субботник в Каракане 2 октября! 2021), либо жителями прибрежных поселений (с. Чингисы, с. Завьялово, Ордынский район НСО), активность которых также не ограничена конкретными туристическими стоянками. В исследованиях чувства места в экорегиональной (Ardoin 2014) и биорегиональной (Eanes et al. 2018) перспективе отмечается, что природоохранные действия чаще всего осуществляются на том уровне, на котором наиболее выражено чувство места.

Таким образом, прослеживается цепочка локализации экологических практик в зависимости от масштаба места: отдельная стоянка — сельское поселение — лесной массив для разных агентов: туристов — местных жителей / дачников — членов экологозащитных организаций и сочувствующих.

## Заключение

Процесс преобразования ландшафта, конкретной территории в место, обживание его, наделение личностными смыслами, эмоциями, опытом, т.е. превращение его в персонально ценное, запускает механизм формирования чувства места, социально-территориальной идентификации. В случае с мобильными агентами природопользования, связанными с территорией непостоянно и часто даже нерегулярно, качество места, соответствие их ожиданиям, переживаемые на месте эмоции и вложенные в него ресурсы становятся основой удовлетворенности (Erfani 2022), а при возобновлении опыта и привязанности к месту. Именно место превращает пассивную стихийную рекреацию в институционально устойчивую, «прикрепляет» пользователя к ландшафту, воспроизводит и поддерживает практики даже через поколение.

Важным фактором является регулярность и воспроизводимость опыта места. Превращаясь в ценность, оно формирует практики, важные для сохранения качества места. Это взаимно поддерживающие экологические и социальные практики. В качестве примеров экологических практик можно назвать щадящую для берега утилизацию мусора, поддержание чистоты, берегоукрепление, контроль за стихийными рубками со стороны отдыхающих. Социальные практики проявляются в складывающихся сообществах, взаимном контроле, в прямых и опосредованных межстояночных коммуникациях. Пожалуй, главная особенность последних — инвестиционный характер, направленность не только на настоящее, но и на будущее, послание тем, кто только планирует приехать. В ходе исследования, особенно в период завершения сезона, замечено, что не вывезенный свежий мусор встречается там, где отсутствуют сезонные стоянки или просто сократилось число отдыхающих и эта зона осталась вне социального контроля.

В то же время если взглянуть на потенциал места с позиций общего ландшафта, экологии бора, то ее влияние ограниченно и предельно. Место, будучи частью бора, локализует присутствие в бору, задает границы активности. Турист лишь отчасти тиражирует на него свои лучшие практики экологического воспитания, что в условиях высокой антропонагрузки все же не влияет на общую замусоренность и изъезженность бора.

Требует дальнейшего исследования и анализа соотнесение места и образа бора. Полученные результаты показывают, что пассивные стихийные туристические стратегии в силу ограниченной мобильности, освоенности территории, а следовательно, пользуясь терминами К. Линча, и ограниченной вообразимости пространства конструируют не образ бора, а образ его фокусированного локального фрагмента. Наблюдается парадоксальная ситуация: возникает и активно поддерживается миф о Караканском боре как уникальном и благостном месте, однако у подавляющего большинства туристов отсутствуют представления о его масштабах и целостности как природного объекта.

Символический характер прав собственности и необходимость постоянного их подтверждения не влияют на полноту реализации этих прав, но меняют стратегии присвоения и удержании места, открывая возможности для коммуникаций и альянсов. Основные компоненты права собственности — право изменять форму и содержание блага, и право передавать другим лицам (Капелюшников 2004) осуществляются подавляющим большинством пользователей.

Современное туристическое оборудование и снаряжение (переносные газовые плитки, палатки-шатры, кемпинговая мебель и т.п.) заметно транс-

Рис. 6. Следы фестиваля электронной музыки «Индия», июнь 2022

формирует практики обустройства места, делая его пользователя более мобильным и менее укоренным в конкретной локации, что сокращает опыт места и его возможности влиять на формирование ценности последнего. Имея в своем распоряжении фактически переносной бивак, турист получает возможность частично воспроизвести место в другом географическом месторасположении.

Но пока этот социальный мир живет, понемногу старея. Большой мир уводит из него тех, кто вырос в палатках, но предпочел им дальние путешествия. Новые поколения видят бор иначе (рис. 6), но его иное прочтение сохраняет главное: ценность места.

**Выражение благодарности**

Исследование выполнено при финансовой помощи Фонда поддержки социальных исследований «Хамовники» в рамках проекта «Неформальные практики природопользования Караканского бора: между социальным присвоением и социальной кооперацией».

**Литература**

Бауман З. (1995) От паломника к туристу. *Социологический журнал*, 4: 133–154.

Давыденко В.А., Ромашкина Г.Ф. (2017) Идентичность места» как критерий поддержки сетевых взаимодействий: теоретический анализ и эмпирические оценки. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз,* 10(6): 104–119.

Завалишин А.Ю., Рязанцев Ю.П. (2005) Территориальное поведение. Опыт теоретико-методологического анализа. *Социологические исследования,* 10: 83–92.

Каганский В.Л. (1997) Ландшафт и культура. *Общественные науки и современность,* 2: 160–169.

Капелюшников Р.И. (2004) Право собственности: Очерк современной теории. Отечественные записки, 6: 65–81.

Кусков А.С. (2006) Культурные ландшафты и туризм: эволюция концепций и представлений, пространство взаимодействия. *География и туризм: Сборник научных трудов.* Пермь: Пермский гос. национал. исслед. ун-т: 115–134.

Резниченко С.И. (2014) Привязанность к месту и чувство места: модели и феномены. *Социальная психология и общество*, 5(3): 15–27.

Родоман Б. (2005) Досуг вне государства: самоорганизация походных туристов. *Отечественные записки*, 6: 206–213.

Скалабан И.А., Серебрянникова О.А. (2014) Территориальная идентичность как фактор социального участия: поколенный контекст. *Идеи и идеалы.* 2(1): 65–74.

Ardoin N.M. (2014) Exploring Sense of Place and Environmental Behavior at an Ecoregional Scale in Three Sites. *Human Ecology*, 42(3): 425–441.

Ardoin N., Gould R., Heather L., Sponarski C., Schuh J. (2019) Scale and sense of place among urban dwellers. *Ecosphere,* 10(9). https://doi.org/10.1002/ecs2.2871.

Campbel C., Jovchelovitch S. (2000) Health, Community and Development: Towards a Social Psychology of Participation. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 10(4): 225–270.

Chen N., Dwyer L., Firth T. (2014) Conceptualization and measurement of dimensionality of place attachment. *Tourism Analysis*, 19(3): 323–338.

Cloke P., Jones O. (2001) Dwelling, place, and landscape: an orchard in Somerset. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 33(4): 649–666.

Cuba L., Hummon D. (1993) A place to call home: Identification with dwelling, community and region. *The Sociological Quarterly,* 34(1): 111–131.

Eanes F., Robinson P., Silbernagel J. (2018) Effects of Scale and the Biophysical Environment on Sense of Place in Northeastern Wisconsin's Bioregions. *Human Ecology Review*, 24(1): 71–96.

Erfani G. (2022) Reconceptualising Sense of Place: Towards a Conceptual Framework for Investigating Individual-Community-Place Interrelationships. *Journal of Planning Literature*, 37(3): 452–466.

Galliano S.J., Loeffler G.M. (1999) *Place assessment: how people define ecosystems*. Portland, OR: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station.

Hidalgo M.C., Hernandez B. (2001) Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3): 273–281.

Hardin G. (1968) The Tragedy of the Commons. *Science*, 162: 1243–1248.

Jorgensen, B., Stedman R. (2001) Sense of Place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21: 233–248.

Ingold T. (1993) The Temporality of the Landscape. *World Archaeology*, 2: 152–174.

Kianicka S., Buchecker M., Hunziker M., Müller-Böker U. (2006) Locals' and tourists' sense of place: a case study in a Swiss Alpine village. *Journal of Mountain Research and Development*, 26(1): 55–63.

Pejovich S. (1976) The Capitalist Corporation and the Socialist Firm: a Study of Comparative Efficiency. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 112(1): 1–25.

Raymond C.M. (2010) The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. *Journal of Environmental Psychology*, 30: 422–434.

Rodman M.C. (1992) Empowering Place: Multilocality and Multivocality. *American Anthropologist, New Series,* 94(3): 640–656.

Stedman R.C. (2003) Is it really just a social construction? The contribution of the physical environment to sense of place. *Society & Natural Resources*, 16: 671–685.

Steele F. (1981) *The sense of place*. Boston: CBI Publ.

Trentelman C. (2009) Place Attachment and Community Attachment: A Primer Grounded in the Lived Experience of a Community Sociologist, *Society & Natural Resources*, 22(3): 191–210.

Tuan Y.F. (1977) *Space and place: The perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Wilson J.Q., Kelling G.L. (1982) Broken Windows. The police and neighborhood safety. *The Atlantic Monthly,* 249: 29–38.

Williams D., Vaske J. (2003) The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach. *Forest Science,* 49(6): 830–840.

Zhou Y., Du F., Xiong K., Li W., Zou X. (2022) The Development of Rural Residents' Sense of Place in an Ecological Restoration Area: A Case Study from Huajiang Gorge, China. *Mountain Research and Development*, 42(1): 20–28.

**Источники**

Лесной кодекс Российской Федерации от 04.12.2006 № 200-ФЗ (ред. от 30.12.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2022).

Субботник в Каракане 2 октября! (2021) Экологический фонд «Зеленый стандарт» [https://greenstd.ru/novosti-1/post/subbotnik-v-karakane-2-oktyabrya] (дата обращения: 22.09.2022).

# THE VALUE OF PLACE: HOW SYMBOLIC PROPERTY IS REPRODUCED IN SPONTANEOUS RECREATION (KARAKANSKY PINE WOOD CASE)

***Polina Lavrusevich***[a] (p.lavrusevich@g.nsu.ru),
***Irina Skalaban***[ab] (i.skalaban@g.nsu.ru l)

[a]Novosibirsk National Research State University, Novosibirsk, Russia
[b]Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia

**Citation:** Lavrusevich P., Skalaban I. (2023) Tsennost mesta: kak vosproizvoditsya simvolicheskaya sobstvennost v stikhiynoy rekreatsii (keys Karakanskogo bora) [The value of place: how symbolic property is reproduced in spontaneous recreation (Karakansky pine wood case)]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 26(1): 224–255 (in Russian). https://doi.org/10.31119/jssa.2023.26.1.9. EDN: MMGMOJ

**Abstract**. Spontaneous tourism practices remain a blank spot in modern recreation research. At the same time, suburban forests are a point of attraction and a recreational magnet for residents of large cities. This work is directed at studying the formation of the value of place in its behavioral aspect as the basis for the emergence of a sense of place among the inhabitants of tourist camps. The mechanism for transforming a unified forest landscape into a unique (valuable) place is described through the construction and reproduction of practices for using tourist camps and property rights to them. The information base was compiled from materials from an ethnographic case study conducted during the summer field seasons of 2021 and 2022 in the Karakansky pine wood in the Novosibirsk region. During the expedition, 30 km of the coastline of the Ob Reservoir were selectively investigated, and a continuous survey was carried out on 12 km of the entire coastline. Tourist communities were identified, the "coastal experience" of which is 30-40 years, including, among other things, the third generation of vacationers. A typology of tourists is proposed based on the degree of their rootedness, or "growing" into the landscape, i.e. the duration and regularity of their stay, as well as the degree of transformation of the landscape. The practices of choosing and developing a place are considered, which determine how a place becomes "one's own," how it is held, and then passed on to the next users. Despite the informal nature of property relations and the need for their constant confirmation, the main components of property rights (the right to change the form and substance and the right to transfer the asset to other people) are exercised by the vast majority of users. Despite the variability of place practices, environmental practices are an undeniable basis for the appropriation of a tourist camp. The absence of garbage is a visible and socially supported indicator of the implementation of place improvement practices, i.e. investment in a place and its recreational potential.

**Keywords:** spontaneous tourism, sense of place, value of place, space appropriation, property rights, recreation, Karakansky pine wood.

**Acknowledgement**

The study was carried out with the financial assistance of the "Khamovniki" Social Research Support Fund within the framework of the project "Informal practices of nature management in the Karakansky pine forest: between social appropriation and social cooperation".

**References**

Ardoin N., Gould R., Heather L., Sponarski C., Schuh J. (2019) Scale and sense of place among urban dwellers. *Ecosphere,* 10(9). https://doi.org/10.1002/ecs2.2871.

Ardoin N.M. (2014) Exploring Sense of Place and Environmental Behavior at an Ecoregional Scale in Three Sites. *Human Ecology*, 42(3): 425–441.

Bauman Z. (1995) Ot palomnika k turistu [From pilgrim to tourist]. *Sotsiologicheskiy zhurnal* [Sociological Journal], 4: 133–154 (in Russian).

Campbel C., Jovchelovitch S. (2000) Health, Community and Development: Towards a Social Psychology of Participation. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 10(4): 225–270.

Chen N., Dwyer L., Firth T. (2014) Conceptualization and measurement of dimensionality of place attachment. *Tourism Analysis*, 19(3): 323–338.

Cloke P., Jones O. (2001) Dwelling, place, and landscape: an orchard in Somerset. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 33(4): 649–666.

Cuba L., Hummon D. (1993) A place to call home: Identification with dwelling, community and region. *The Sociological Quarterly,* 34(1): 111–131.

Davydenko V.A., Romashkina G.F. (2017) "Identichnost' mesta" kak kriterii podderzhki seti vzaimodeystviy: teoreticheskiy analiz i empiricheskiye otsenki ["Place Identity" as a Criteria for Supporting Network Interactions: Theoretical Analysis and Empirical Evaluations]. *Ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny: fakty, nablyudeniya, prognoz* [Economic and Social Change: Facts, Trends, Forecast], 10(6): 104–119 (in Russian).

Eanes F., Robinson P., Silbernagel J. (2018) Effects of Scale and the Biophysical Environment on Sense of Place in Northeastern Wisconsin's Bioregions. *Human Ecology Review*, 24(1): 71–96.

Erfani G. (2022) Reconceptualising Sense of Place: Towards a Conceptual Framework for Investigating Individual-Community-Place Interrelationships. *Journal of Planning Literature*, 37(3): 452–466.

Galliano S.J., Loeffler G.M. (1999) *Place assessment: how people define ecosystems*. Portland, OR: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station.

Hardin G. (1968) The Tragedy of the Commons. *Science*, 162: 1243- 1248.

Hidalgo M.C., Hernandez B. (2001) Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3): 273–281.

Ingold T. (1993) The Temporality of the Landscape. *World Archaeology*, 2: 152–174.

Jorgensen B., Stedman R. (2001) Sense of Place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21: 233–248.

Kaganskiy V.L. (1997) Landshaft i kul'tura [Landscape and culture]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost* [Social Sciences and Modernity], 2: 160–169 (in Russian).

Kapelyushnikov R.I. (2004) Pravo sobstvennosti: Ocherk sovremennoy teorii [Property Law: An Outline of Modern Theory]. *Otechestvennyye zapiski* [Otechestvennye Zapiski], 6: 65–81 (in Russian).

Kianicka S., Buchecker M., Hunziker M., Müller-Böker U. (2006) Locals' and tourists' sense of place: a case study in a Swiss Alpine village. *Journal of Mountain Research and Development*, 26(1): 55–63.

Kuskov A.S. (2006) Kul'turnyye landshafty i turizm: evolyutsiya kontseptsiy i predstavleniy, prostranstvo [Cultural landscapes and tourism: the evolution of concepts and ideas, the space of interaction]. In: *Geografiya i turizm: Sbornik nauchnykh trudov* [Geography and tourism: Collection of scientific papers]. Perm: Permskiy gosudarstvennyy natsional'nyy issledovatel'skiy universitet: 115–134 (in Russian).

Pejovich S. (1976) The Capitalist Corporation and the Socialist Firm: a Study of Comparative Efficiency. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 112(1): 1–25.

Raymond C.M. (2010) The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. *Journal of Environmental Psychology*, 30: 422–434.

Reznichenko S.I. (2014) Privyazannost' k zhertvam i chuvstvam mesta: modeli i fenomeny [Attachment to place and sense of place: patterns and phenomena]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 5(3): 15–27 (in Russian).

Rodman M.C. (1992) Empowering Place: Multilocality and Multivocality. *American Anthropologist, New Series,* 94(3): 640–656.

Rodoman B. (2005) Dosug vnegosudarstvennykh: samoorganizatsiya pokhodnykh turistov [Leisure outside the state: self-organization of hikers]. *Otechestvennyye zapiski*, 6: 206–213 (in Russian).

Skalaban I.A., Serebryannikova O.A. (2014) Territorial'naya vyyavlennost' kak faktor uchastiya: pokolennyy kontekst [Territorial identity as a factor in social participation: a generational context]. *Idei i idealy* [Ideas and ideals], 2(1): 65–74 (in Russian).

Stedman R.C. (2003) Is it really just a social construction? The contribution of the physical environment to sense of place. *Society & Natural Resources*, 16: 671–685.

Steele F. (1981) *The sense of place*. Boston: CBI Publ.

Trentelman C. (2009) Place Attachment and Community Attachment: A Primer Grounded in the Lived Experience of a Community Sociologist, *Society & Natural Resources*, 22(3): 191–210.

Tuan Y.F. (1977) *Space and place: The perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Williams D., Vaske J. (2003) The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach. *Forest Science,* 49(6): 830–840.

Wilson J.Q., Kelling G.L. (1982) Broken Windows. The police and neighborhood safety. *The Atlantic Monthly, 249:* 29–38.

Zavalishin A.Y., Ryazantsev Y.P. (2005) Territorial'noye povedeniye. Opyt teoretiko-metodologicheskogo analiza [Territorial behavior. Experience of theoretical and methodological analysis]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya* [Sociological Research], 10: 83–92 (in Russian).

Zhou Y., Du F., Xiong K., Li W., Zou X. (2022) The Development of Rural Residents' Sense of Place in an Ecological Restoration Area: A Case Study from Huajiang Gorge, China. *Mountain Research and Development*, 42(1): 20–28.