

*Е.А. Малов*

### АКТОРНО-СЕТЕВОЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ РИТУАЛА ДНЯ РОЖДЕНИЯ

*Статья отражает ключевые положения акторно-сетевой теории, представленной Парижской ветвью: работами Бруно Латура, Мишеля Каллона и их последователей. Основные этапы теории — идеи о социальных сетях и взаимодействии посредством актантов — применены к анализу праздника дня рождения как социального ритуала со своими нормами проведения. Некоторые тенденции изучения социальных сетей были использованы для объяснения категории «гости», от которой зависят те или иные подарки и проведение празднования в целом. Анализ нарративов, наблюдений и текстов интервью позволил выявить конкретное содержание меняющегося отношения к празднованию дня рождения у молодежи России через анализ содержания и значений составляющих праздник практик.*

**Ключевые слова:** день рождения, традиция, социальная сеть, актант, ценность, подарок, ситуация дарения подарка.

**Keywords:** birthday, tradition, social network, actant, the value of a gift, the situation of giving a gift.

Данное исследование посвящено анализу праздника дня рождения как социального ритуала со своими структурными нормами проведения с позиции акторно- сетевого подхода. Посредством анализа нарративов, наблюдений и интервью\* мы стремились выяснить, происходят ли изменения в практиках празднования дня рождения в России и какую роль

---

\* Включенное наблюдение и глубинные интервью проводились в 2009—2010 гг. в Новосибирске. Нарративы взяты с сайта <http://www.lovehate.ru>, где участники описывают их отношение к такому социальному событию, как день рождения.

в этом праздновании играет социальная сеть празднующего и практика дарения подарка.

В основе акторно-сетевой теории лежит гипотеза о том, что жизнь людей состоит из множества взаимодействий не только друг с другом, но и с вещами; материальные объекты занимают важное место в производстве социальной связи и являются полноценными социальными акторами (Латур 2006а). В рамках этого подхода критикуется отношение к взаимодействию человека и предмета как к вторичному культурно-социальному процессу. Материальные и символические порядки симметричны и обуславливают друг друга, сплетаясь в разветвленную сеть отношений. Ученые, придерживающиеся позиций акторно-сетевой теории, особым образом видят реальность социальных отношений, в которых люди, животные и вещи являются полноценными партнерами по общению, что позволяет говорить о подлинной демократичности данного подхода (Olsen 2003).

Социальная реальность представляется сетью, узлами которой являются актанты — люди или предметы, совершающие действия или подвергающиеся действию. Сеть является «характеристикой глобализованного, распределенного в пространстве и времени человеческого взаимодействия, поделенного на дискретные “мобильности” и опосредованного объектами» (Латур 2006а: 107).

Празднование дня рождения играет заметную роль в построении и поддержании *социальных сетей*, а также в формировании отношений неформального обмена товарами и услугами. Понятие «социальная сеть» наилучшим образом объясняет феномен категории «гостей», от которой зависят те или иные подарки и проведение празднования в целом. Существуют определенные типичные социальные действия (или структурные элементы праздничного ритуала), которые воспроизводятся на праздновании из года в год. Они предопределены ценностными ожиданиями акторов как участников социальной ситуации дня рождения. После выявления основных социальных действий открывается перспектива исследования социальных и культурных трансформаций общества на примере изменения социального поведения молодежи.

Структура дня рождения представляется нам в виде взаимосвязи следующих элементов и подэлементов, совокупность которых социально ожидаема:

1. Прием гостей: а) подготовка к празднованию (выбор места, одежды, продуктов для праздничного стола и выбор гостей); б) встреча гостей, их знакомство;
2. Праздничный стол: а) приготовление стола; б) застолье (с алкоголем);

3. Общение (о чем велись разговоры, обращение друг к другу, слова);
4. Музыка, игры;
5. Тосты и пожелания;
6. Дань традиции торта;
7. Дарение подарка (отдельный элемент — подарок деньгами);
8. Окончание дня рождения, уборка.

Проявление тех или иных структурных элементов зависит от вида празднования. Можно выделить несколько видов (способов) проведения дня рождения:

1) в месте проживания (вечеринка, «интимное» празднование) — в квартире, комнате;

2) день рождения «с выездом» (могут проводиться самим именинником или компаниями event-менеджмента) — боулинг, ресторан, кафе, другие культурные общественные заведения;

3) «на природе» — пляж, лес, база отдыха, площадка для пейнтбола.

Необходимо заметить, что респонденты в отношении празднующих день рождения используют слово «именинник». Эту же неточность допускают и многие исследователи, затрагивающие вопросы празднования дня рождения (В. Ильин, О. Хархордин, О. Калачева, А. Фенько и другие). Калачева, использующая слово «именинник», указывает на связь ритуала дня рождения с религиозным действием, а именно с дореволюционным Днем Ангела (именины) (Калачева 2000). Исходя из интервью, становится ясно, что современная молодежь понимает день рождения как «нерелигиозный личный праздник», ранее имевший религиозное значение, и отождествляет его с именинами. При этом праздник именин существует и празднуется некоторыми, по большей части, религиозными людьми, а повсеместно именины празднуются лишь в Польше. Причины использования для «новорожденного» слова «именинник» не объясняются исследователями, но в нашем случае слово «именинник» для празднующего день рождения будет использовано для удобства.

Возвращаясь к нашей типологии дней рождения, заметим, что большое значение на конечный выбор вида празднования оказывает наличие ресурсов, которыми обладает именинник. Сюда следует отнести *денежные, пространственные и временные ресурсы*.

А) Отсутствие денежных ресурсов не дает устроить «выездной» день рождения, пригласить желательное количество гостей, вынуждая именинника кому-либо отказать, что в свою очередь, может привести к «охлаждению» в отношениях.

Б) Отсутствие временных ресурсов также не дает отпраздновать «выездной» день рождения «на природе» (из-за времени, затрачиваемого

на дорогу), равно как и отпраздновать в свой календарный день рождения, вынуждая переносить дату на другой день, если день рождения является рабочим или учебным днем.

В) Отсутствие пространства, где можно отпраздновать: плохая погода и невозможность праздновать «на природе»; нежелание ехать куда-нибудь; нет возможности праздновать в месте повседневного проживания (например, из-за родителей или совместно проживающих лиц).

В первом структурном элементе дня рождения (прием гостей) введена категория «гости», которую мы рассматривали с точки зрения концепции социальных сетей. Гости являются друзьями, членами одной с именинником социальной сети. В.И. Ильин выделяет неродственные (это дружеские, профессиональные), а также семейные, родственные или клановые отношения типов социальных сетей. Обычно в России молодежь не смешивает эти социальные сети и устраивает день рождения несколько раз.

После решения о том, что день рождения будет праздноваться, появляется вопрос «Кого пригласить?». Здесь в силу вступает идея Р. Коллинза о представлении участников о границах взаимодействия, отделяющих участвующих от неучаствующих (приглашенные / неприглашенные). Определенной границей служит возраст. Можно выделить границы возрастной группы для конкретной ситуации празднования дня рождения: например, при возрасте от 18 до 25 лет приглашается молодежь от пяти лет моложе до девяти лет старше обозначенной границы (информация взята из наблюдений). Очень важно, чтобы гости были приглашенными, иначе ситуация не будет восприниматься как радостная или праздничная (идея В. Ильина: Ильин 2000: 6), подтвержденная нашими эмпирическими результатами). О.В. Хархордин в книге «Обличать и лицемерить: генеалогия российской личности» (Хархордин 2002: 444), описывая день рождения как ритуал личности (члена диффузной группы) замечает, что «ограждение себя от нежеланных гостей является одним из залогов успешного празднования дня рождения».

Кого обычно приглашают? Личные симпатии, которые лежат в основе дружбы, представляются искренними и естественными. Известно, что они, как правило, сопровождаются некими общими предпочтениями в музыке или литературе, отношением к различным культурным практикам и т. д. Когда реакции на те или иные культурно-обусловленные ситуации обнаруживают расхождения, происходит серьезное испытание чувств и появляется основание не приглашать индивида на день рождения: «он изменился» или «я изменился, он за мной не попевает», хотя всего лишь поменялись вкусы. Смена вкусов влияет на смену выбора окружающих вещей: «Выстраивание собственной идентичности,

а также социальных границ между “своими” и “чужими” с помощью вещей характерна для всех обществ, но особенно явной она стала в эпоху общества потребления» (Гладарев 2006: 106).

П. Бурдые в «Практическом смысле» пишет, что «логика отталкивания индивидов с несовпадающими вкусами будет вызывать легкую неприязнь, и будет определять то, что они будут группироваться в разных физических пространствах, мало пересекаясь, и, тем самым, воспроизводя устойчивость пространственных границ. Попросту говоря, они будут ходить в разные кафе и клубы, сменившийся стиль жизни будет приводить их в разные места, они будут реже видаться, отдалятся» (Бурдые 2005: 198). Отсюда закономерно, что вероятность получения приглашения на праздник от отдалившегося приятеля с другими вкусами становится минимальной, и речь идет уже об исключении из сети. И, наоборот, шансы завести новых друзей и составить новую социальную сеть на дне рождения будут выше, если у гостей и именинника есть одинаковые предпочтения и предрасположенности и они часто находятся в одном культурном пространстве.

Исключение для приглашения на день рождения, когда акторы некогда находились в одной социальной сети, но теперь всегда существуют в разных физических пространствах, составляет случай, описанный Э. Гофманом в работе «Порядок взаимодействия», когда приглашение друзей на праздник выражает и нашу социальную реальность, нашу ностальгию, нашу больную совесть, и наше запоздалое почитание того, что более никого не обязывает. Так, когда один из друзей [или несколько — *Е.М.*] переезжают в другой город, празднование встречи может стать основным содержанием празднования дня рождения (Goffman 1983: 36). Гофман обращает наше внимание на предположение С. Мура и Б. Майерхоффа, о том что «категории лиц, соединившихся в церемонии (и, следовательно, вовлеченные в ее структуру), возможно, никогда уже не сойдутся вместе снова: ни церемониально — то никак иначе. В действительности [даже при отсутствии общих вкусов, интересов, тем для разговора — *Е.М.*], всякий человек может надеяться, что воспоминания о том, как было потрачено время, скоро изгладятся, позволив каждому на следующий год присутствовать на мероприятии снова, возможно, снова зарекаясь прийти на него» (Ibid). День рождения может быть единственным способом собрать всю свою социальную сеть. Как сказал один из наблюдаемых именинников, *«день рождения — это единственный способ увидеть того, кого давно не видел; по сути, с некоторыми своими старыми друзьями я вижу раз или два в году — на моем и на их днях рождения»* (муж, 21 год).

Б. Латур также указывал на возможность небольшого временного разрыва в процессе взаимоотношений членов социальной сети. Но

В.И. Ильин говорит, что существуют исключения для родственных и дружеских сетей: «Тут возможен своего рода кредит, то есть обмен ресурсами с разрывом во времени: сегодня я помогаю тебе, а когда-нибудь при случае ты поможешь мне» (Ильин 2000: 19). Например, в случае подарка как материальной помощи. Кроме того, в разделе «Функция поддержания социальных сетей» В. Ильин дает свое определение социальных сетей — это «каналы, связывающие индивидуальные позиции как внутри одного социокультурного поля, так и в разных полях» (Там же: 2).

Э. Гофман считает, что фрейм направленности личности скрепляет в смысловом отношении все ее действия (Гофман 2003: 54). Например, не получив от кого-либо из родственников или друзей поздравления с днем рождения, мы с высокой степенью уверенности скажем, что ничего не случилось, поскольку он (она) «такой человек»; «в других случаях неполучение поздравления вызовет серьезную обеспокоенность, поскольку должно случиться что-то непредвиденное, чтобы “такой человек” нарушил свои обыкновения» (Гофман 2000: 149).

На наш взгляд, в современном обществе существует негласная обязанность приглашения представителей профессиональной сети (коллег), т. к. «признание социальных ролей играет важную роль в формировании социального статуса. Поэтому, например, в период профессиональной реализации важным является признание коллег и празднование дня рождения в профессиональном коллективе» (Бурдые 2004: 88).

Помимо представителей профессиональной, дружеской и семейной сетей на дне рождения в качестве гостей можно обнаружить членов спортивной и культурной сети именинника. Состав мобилен, он расширяется или просто меняется. Он может быть очень разнородным: каждый человек может иметь дело только с каким-то одним направлением деятельности именинника и быть знакомым только с членами своей сети. Гости считают, что этот праздник — общий, что они между собой как-то объединены, и доказывают это сами себе на словах, часто используя в речи, особенно в тостах, местоимение «мы».

Представление о дне рождения как о «личном празднике» обусловлено для именинника важностью знать, что о нем думает его социальная сеть и как его воспринимают. Но такой тип восприятия дня рождения с возрастом (к 17–18 годам) утрачивает свою доминанту и уступает другому типу празднования дня рождения — как «повода для встречи». В таком контексте проведение дня рождения можно рассматривать как «дать приглашенным возможность увидеться» и «как право / возможность на встречу с гостями». В первом случае инициаторами являются гости, которые уговаривают именинника отметить праздник; такая ситуа-

ция в прошлые времена была невозможной. Во втором случае инициатором является сам именинник, поэтому диапазон приглашений различается в десятки раз. В моду входят большие вечеринки, где собирается не только социальная сеть именинника. Такие вечеринки показывают в сериалах и фильмах, создавая эталон празднования дня рождения: «...это, наверно, связано с масс-медиа, ну мы, наверно, со школы привыкли, что это массовое, какие-то крутые вечеринки. Мне как бы этого хотелось, как у других, ну, вечеринки» (жен., 21 год).

Один из наблюдаемых нами дней рождения праздновался в давно существующей дворовой компании, куда автор статьи был с трудом принят, т. к. был вне их социальной сети. Дворовая компания именинника из шести человек 20–22 лет — сплоченная и закрытая для чужих (не «своих»). В дворовых компаниях состав из года в год обновляется заметно реже, чем в других, где происходит знакомство разных первичных групп. Представители дворовой компании говорили о себе: «мы», «наши песни», «свои не поймут», «За нас!», или из интервью: «пацаны... свои...», «мы часто... вместе», а также были использованы глаголы множественного числа при ответах на вопросы личного характера. Ценность подарков для именинника проявлялась в их «прикольности». Его окружение знает, чего он ждет от них, что ему дарить. Это вещи, ценность которых не в практических функциях, а в форме, в которой подарки представлены: трусы со смешными надписями и рисунками, стопка, брелок, фонарь со встроенными часами, нож — самый ценный подарок. Остальные «скидывались» на стол от 60 до 250 рублей, т. е., по сути, стол был спонсирован, но принятие этих денег как подарка для именинника было неприемлемо.

Фаза знакомства в такой социальной сети переходит в принятие в круг общения и полное доверие (по части обсуждаемых тем), а если гости не принимают кого-либо, то голос именинника уже не будет иметь легитимной власти. Данный случай можно рассматривать как пример действия трансляции в сети. Трансляция — это процесс упорядочения и самоорганизации сети. Посредством трансляции осуществляется постоянное воспроизводство отношений акторов. «Устанавливая связи, приобретая идентичность, включаясь в сети и выходя из них, акторы создают новые сущности и сами становятся их частью» (Callon, Law 1989: 58).

Таким образом, возникает вопрос: кто обладает большей властью на дне рождения — гости как члены дружеской социальной сети или хозяин праздника? Идея ритуала наглядно доказывает возможность членов одной дружеской социальной сети (апеллируя к собственной дружбе и солидарности) отпраздновать день рождения, который именинник в этом году хотел бы оставить без внимания. Некоторые ритуалы остаются с детских времен. Родители, будучи главными членами семейной сети

именинника, могут настоять или поставить перед фактом ребенка, что должна собраться вся семейная сеть. В будущем их родительской власти хватает только на просьбу отпраздновать в узком семейном кругу уже без дальних родственников. С детства, исходя из укоренившейся в России традиции, у всех гостей есть право подергать именинника за уши: несмотря на протест именинника, ему сложно избежать этой традиции. Именинник же вправе сказать: «А сейчас мы будем играть в...», и каждый гость, несмотря на свое отношение к предстоящей игре, будет в нее играть или, отказавшись, вызовет осуждение и неприязнь со стороны окружающих. Но хозяин не может приказать помочь ему с организацией дня рождения (расстановкой стульев, подготовкой стола) или с уборкой. Он даже не имеет этического права просить, т. к. предусматривается, что это входит в его обязанности как принимающей стороны. Но, предложив свою помощь, гости сами могут им командовать: «Я пока мою посуду, а ты иди собери мусор». В дворовой компании гости имеют власть принять или не принять нового участника празднества. Гости могут принуждать именинника в любой момент разливать напитки по своему желанию, именинник же имеет возможность заставить определенного человека сказать тост, а сам отказаться от подобной процедуры.

Помимо общепринятых обычаев в давно сформированных социальных сетях возникают свои новые традиции: *«Погулять в узком кругу, с моими девчонками. В момент нового дня, в полночь, я не сплю никогда, и меня поздравляет соседка. Чуть позже начинаются смски, звонки от семьи, сестры. Потом весь день поздравления-поздравления. Вечером готовим обязательно... Мы постоянно устраиваем что-то необычное друг другу, потому что мы все люди творческие. Я эту традицию задала. Ну, мы либо ставим друг другу танец, либо ... поем, либо балдеем...»* (жен., 21 год). Еще некоторые традиции — дарение традиционного подарка, например, — торт собственного приготовления; коллаж из фотографий, сделанных за год, старшая молодежь может дарить вино или коньяк.

Возвращаясь к определению социальной сети Бруно Латура, заметим, что в работе «Нового времени не было» он признает, что вещь может стать пропуском в социальную сеть: «Сеть растет за счет нового жесткого факта, надежной вещи. Некоторые из них могут стать неизбежными пропускными пунктами, которые не обойти, если собираешься двигаться по линиям сил новой сети: поэтому они в буквальном смысле становятся необходимы» (Латур 2006б: 29). Возникновение новой вещи в социальной сети удобно осуществлять в процессе дарения или при обмене подарками. В социологии отношения между людьми и материальными объектами исследуются преимущественно в контексте товарно-денежных отношений. Не упуская из виду этот контекст, обратим более при-



стальное внимание на такой тип отношений, как обмен подарками на днях рождения. Дарение, по Моссу в «Эссе о даре», — более естественное состояние человечества, нежели рыночный обмен.

Для многих людей приход на день рождения *желанного* гостя — это уже подарок, это повод вынудить его посетить именинника (повод собраться), и вещественный подарок — это лишь приятный «довесок». Но после получения приглашения гостю *следует* выбрать подарок: «Покупка подарка — очень сложный ритуал, близкий религиозному акту. Приобретая подарки, мы превращаем деньги в объекты-вещи, несущие особый смысл и значение, т. е. осуществляем их сакрализацию. Деньги сами по себе никакого священного смысла не несут, а наоборот, являются приметой повседневного, “профанного” мира. Обмен священными объектами на деньги разрушает их сакральный статус, подвергая их недопустимому контакту с областью профанного» (Фенько: <http://www.acapod.ru/601.html>). Из данного тезиса следует, что купленные подарки «обычны», но при покупке вещи происходит десакрализация идеи подарка, в отличие от подарка, сделанного своими руками. То же самое происходит с покупкой и сакральным приготовлением пищи.

В качестве сакрального объекта, по Э. Дюркгейму, может выступить потенциально любой предмет, которому приписано качество сакральности. Дюркгейм вообще интересен для социологов, работающих в акторно-сетевой теории: он писал, что все социальное «как бы кристаллизуется и отвердевает на материальных подпорах, тем самым внедряет в мир окружающие нас вещи и начинает воздействовать на нас извне» (Дюркгейм 1994). Через самих себя вещи-объекты воспроизводят социальное, но сакральный объект — это объект, не только организующий вокруг себя участников ритуала, но вызывающий в индивидах интенсивное положительное эмоциональное отношение. В США на днях рождения часто надевают праздничные колпаки для ознаменования праздника, для этой же цели используется торт как символ сакрального перехода в новый возраст. Торт со свечками выносится для определенной цели — загадать желание. Поэтому в момент появления зажженного торта для всех участников наступает сакральное время. Вся процедура выноса торта и задувания свечей имеет ритуальную основу. Как и в случае с задуванием свечек, в мире современного человека дарение подарка балансирует на грани профанного и сакрального. И что-то от мистической силы сакральной «социальной вещи» в нем, безусловно, остается, поэтому о дарении подарка следует поговорить особо.

Можно сказать, что, с одной стороны, существует некий способ обмена, который откладывается в подсознании участников празднования: «я ему подарок — он мне еду, торт и развлечения (общение)». Возведение

этого обмена в ранг «ритуала» накладывает определенные этикетные правила по его соблюдению. В сфере дарения должна присутствовать симметричность обмена, или подарками — в долговременной перспективе (на что могут указывать сами подарки, их ценность), либо это обмен здесь-и-сейчас: с одной стороны — подарки, а с другой — общение, трапеза, впечатления. Если этого не происходит, отношения постепенно деформируются или переопределяются. Так, односторонняя ситуация дарения может показать, что отношения, которые одним партнером мыслились как приятельские или, по крайней мере, симметричные, другим партнером воспринимаются как иерархические (в служебном, неформально-межличностном или сексуально-ролевом плане). В данном примере участники коммуникации не имеют четкого понимания причин асимметричного обмена.

Что бы ни говорили люди о бескорыстности, «безоглядности» своих подарков, рассмотренные в более или менее долгосрочной перспективе отношений, подарки либо конструируют и подтверждают нашу взаимную симпатию, либо, напротив, разрушают ее. Особенно чувствительны к подарочному ритуалу хрупкие, зарождающиеся или несформировавшиеся отношения. Так, отсутствие подарка можно простить давней подруге или мужу, но для новой дружбы или любви это уже серьезное испытание. Это интуитивно ощущается обоими участниками, поэтому знакомые (или просто менее близкие друзья) могут занять деньги, лишь бы что-нибудь подарить и своевременно поздравить именинника. С помощью запоминающегося подарка налаживаются (стимулируются) связи, которые долгое время могут быть не востребованы, но при необходимости возобновляются, т. к. были уже раз закреплены подарком. Появление на дне рождения без подарка или обещание сделать подарок позже в силу финансовых затруднений возможны только у членов одной социальной сети. Отсутствие подарка с обещанием «подарить позже» воспринимается как долг, но это не является долгом с юридической точки зрения. Подарить такой подарок (отдать долг) — дело морального характера, грозящее прерыванием дальнейших обменов.

В любом случае ситуация длительного несимметричного дарения воспринимается людьми как ненормальная, а нарушение ритуала дарения выступает в качестве символа отказа от участия в сети по тем или иным соображениям («вы мне не нужны», «нет денег» и т. д.)» (Латур 2006б: 29). По этим соображениям одна из двух сторон (именинник или гости) может быть отвергнута другой стороной, и в таком случае происходит общение (переговоры) по решению кризисной проблемы. Дешевый подарок не обсуждается участниками, поэтому он неоднозначен: если не сказана фраза, что «есть проблемы с деньгами», тогда

что он означает? Мы попробуем предложить несколько вариантов: а) вас больше не уважают, если его дарят еще и при всех; б) это нежелание тратить на поддержание сети, на членство в ней; в) отсутствие денег у дарителя и его уверенность в том, что это и должно быть понято по умолчанию; г) игнорирование ритуала дарения. Последний вариант — самый маловероятный для россиян.

В. Ильин написал серию работ о подарках и пришел к выводу, что «ритуал дарения помогает прерывать повседневность, то есть конструирует праздник» (Ильин 2000: 6). Однако ритуал дарения не является естественным, «само собой разумеющимся» (Там же: 8). Это социальный конструкт, т. е. он разрабатывается и реализуется людьми, преследующими те или иные осознанные интересы. Одним из таких интересов может стать желание включиться или закрепиться в социальной сети, где именинник играет далеко не последнюю роль, т. к. день рождения — это конвенциональный повод выразить внимание к конкретному человеку через поздравление и подарок. Поздравления выполняют функцию «освежения сети» (Там же: 6), напоминания о ее наличии. Но в то же время продекламированные стихи — это не подарок, а вот стихи собственного сочинения могут быть восприняты как подарок, если они хорошего качества и переложены на бумагу.

Выбор подарка зависит от пола и возраста получателя, жизненной ситуации адресата, т. е. от возможности оказать помощь в приобретении какой-либо вещи (на что реже обращают внимание). Вид подарка и его дороговизна будут указывать на определенный посыл: «я знаю, что тебе это нужно / он тебе понравится, я хороший друг». Если это подарок от коллеги, то существуют правила дарения и получения, особенно если именинник и гость находятся в иерархических отношениях: в зависимости от приглашения на празднование вручаются более или менее дорогие подарки. Иногда подарок преподносится и / или воспринимается как взятка, но в этот вопрос мы вдаваться не будем.

Существуют правила, регулирующие ситуации дарения, определяющие, кому и что следует дарить в той или иной ситуации. Вручение (дарение) подарка возможно в трех случаях:

а) *при встрече*: в этом случае подарок не всегда открывается (или достается из пакета) именинником сразу, т. к. у него как у хозяина квартиры есть дела (если гости еще не подошли) и / или его останавливает ощущение, что нельзя сразу вскрывать подарок, если он упакован, а необходимо проводить гостя к остальным пришедшим или, пока он раздевается, проверить, как у них дела;

б) *при всех*: за столом или подходя к нему, этот случай — пример ритуала дарения (не простая передача подарка как билет за вход, а ситуа-

ция дарения, характеризуется определенными словами и жестами у всех участников: получателя, дарителя, свидетелей);

в) *передача подарка лично*: даритель не заинтересован в положительной реакции всей дружеской сети, ему важно выразить подарком что-либо интимное, личное, связывающее их двоих (это может быть основано на знании/информации, о которых не всем гостям следует знать).

Используя положения акторно-сетевой теории, сделаем следующее замечание: при ситуации передачи подарка существуют два главных субъекта взаимодействия, но это не гость и получатель, как может показаться на первый взгляд, а получатель и подарок, которому гость делегировал некоторые полномочия в передаче смыслов. Все остальные присутствующие субъекты отходят на второй план.

В ситуациях дарения важную роль играет время — в какой момент вручить подарок, чтобы он был оценен и уместен. Кроме того, если временной интервал между днями рождения двух членов одной сети мал, люди стараются отсрочить вручение подарка и получение ответного, или подарить нечто «невещественное» (вроде билетов в театр, кино, клуб) в ответ на подаренную вещь, или вложить деньги в общий подарок с другими членами сети, чтобы ситуация дарения не воспринималась как обмен.

По В. Ильину, *подарок* — «это не сама вещь, а ситуация, вплетенная в определенную конфигурацию социальных отношений, элементом которых является акт дарения... Подарок — это предмет, ставший элементом ритуала, то есть формализованной ситуации взаимодействия. Он представляет собой социальный конструкт, то есть устойчивую форму осознанного взаимодействия людей» (Ильин 2000: 1).

О личностных вещах, которые могут выступать подарками в практиках, писал Л. Тевено (Тевено 2006), о вещах как о вещественном даре и актанте — Б. Латур. Термин «актант» — действующий объект — участник-организатор ситуации (человек, организация, вещь, идея, подарок, тост) — был взят Латуром из семиотики Греймаса для обозначения любого значимого действующего лица в истории построения и развития сети. Вещь может действовать на других, будучи сама подвержена действию — значит, она *опосредует* действия других. Вахштайн в предисловии к изданию Б. Латура пишет: «Все включенные в сеть актанты находятся “в руках” друг у друга, все служат посредниками-“медиаторами”, и все в той или иной степени автономны. Таково требование «генерализованной симметрии»: объекты рядоположны субъектам» (Латур 2006а: 2). Идея вещей, опосредующих поведение, используется еще раньше у Э. Гофмана в категории «“реквизита” — всей совокупности опосредующих социальное взаимодействие материальных объектов, которые

“фреймируют” ситуацию, закрепляют ее в окружающем мире, наделяют объективностью» (Ритцер 2002: 564).

Популярный социальный психолог Ром Харре отдает приоритет символической составляющей вещественных объектов и разводит «социальные» и «несоциальные» объекты, обнаруживая это различие в самом языке повседневного общения: «Существительные вроде “флаг”, “доллар” или “магазин” отличны от существительных “вода”, “песок”, “рука” и т. д. Последние не требуют какого-либо социального контекста для понимания их смысла» (Harre 2002: 24). Отсюда вывод: объект становится социальным объектом благодаря укоренению в нарративе. Например, «алкоголь» не является социальным объектом, тогда как «вино для причастия» социально, поскольку встроено в логику христианского нарратива. Главное отличие социальных вещей, таким образом, состоит в их индексичности (Ibid), т. е. способности выполнять функции знаков, отсылая к некоторой социальной системе категорий. Так, объекты-вещи, попадая в контекст дня рождения, становятся социальными.

Подарок всегда имеет социальное значение: «всегда дарится не просто индивиду, а представителю определенной социальной группы (такой группой может быть, например, категория “возлюбленные”» (Шмерлина 2007: 35).

Любой предмет может стать подарком, будучи вплетенным в социальную ситуацию дарения. Любая вещь (статуэтка, тарелка, кочан капусты, весы, зубочистки, стул), не принадлежавшая никому, кроме самого дарителя, врученная при всех на дне рождения со словами «с днем рождения», получает статус подарка. Правда, подарок может быть неадекватным или недостойным (например, коробка зубочисток, ситечко и т. п.), и некоторые вещи просто не воспринимаются как типичные подарочные, но пояснительная метафорическая речь дарителя, сказанная при всех (например, «Чтобы все невзгоды проходили сквозь это подарочное сито, а самое хорошее оставалось»), делает ситуацию праздничной, а сито — подарком. Такой взгляд на вещи В. Ильина напоминает понимание вещей Г. Гарфинкелем: «Нерелятивируемого смысла объекта нет, а есть лишь его партикулярное использование в каждой конкретной практике. Поэтому всякий объект оказывается “как-если-бы” объектом, чье значение обусловлено его использованием «здесь-и-сейчас» (Вахштайн 2005: 97). Так, вещь, подаренная на дне рождения, становится подарком. «Гарфинкелевское понятие “*as-of-which object*” указывает на несколько аспектов объектности: на ситуацию, в которую объект включен, на его связь с другими объектами в рамках данной ситуации, на то функциональное место в пространстве и времени, которое

он занимает. Например, спички, используемые игроками в покер вместо денежных купюр, не “замещают” денежные купюры, они *суть* деньги в данной конкретной практике» (Там же). Но в отличие от спичек, которые являются деньгами только «здесь и сейчас» и после игры уже не будут деньгами, спички, подаренные на день рождения, будут подарком более длительный отрезок времени. Иначе говоря, для того чтобы сделать практически полезную вещь подарком, надо придать ей ритуальный смысл либо обыграть, следуя трактовке Гофмана, придать ей игровой смысл. Когда дарители — творческие, артистические натуры, то акт дарения превращается в маленький спектакль.

Любой подарок при желании сохранить отношения должен быть вручен, поэтому высказывание «дорог не подарок, а внимание», на наш взгляд, неверно. Фраза «подари мне улыбку, хорошее настроение, не дуйся и не ссорься, больше мне ничего не нужно» фальшива, потому что человек сохранит обиду, если не получит в подтверждение ничего вещественного, и еще больше обидится, когда даритель попросит подарить ему что-нибудь конкретное (вещественное) на свой день рождения. Д. Лебедев, используя идею Бурдые, пишет о подарках как о капитале — символе признания: «Ритуализированные формы дарообмена выступают способом маскировки экономических сил, являющихся движущим принципом социальных отношений. Капитал предстает в данном случае не в виде материальных благ и богатства, а в виде актов признания» (Лебедев 2007: 18).

Любой подарок не может остаться без внимания (реакции), даже если он не соответствует ожиданиям (унизительный, оскорбляющий, слишком дешевый или дорогой, неуместный, бесполезный). Если подарок плох или отсутствует, это может привести к несоблюдению обмена в будущем: ответному плохому подарку на день рождения или отсутствию приглашения.

Бурдые писал о дарах (подарках) как о логике вызова, требующей ответа со стороны получателя. Самый простой вариант — подарить на день рождения отличный подарок, чтобы устыдить получателя, который сомневался в принадлежности приглашенного к социальной сети и предполагал пригласить на торжество более близких людей. Это желание устыдить отрицается дарящими, но заметно со стороны (например — другими гостями). Запоминающийся подарок от друга вынуждает к ответному хорошему подарку на ответное приглашение на день рождения дарителя, подобная щедрость обмена может дойти до состязания в щедрости, но это не осознается дарителем как мотив при покупке подарка, поскольку преобладает желание сделать приятное, проявить внимание, подчеркнуть отношения между дарителем и получателем.

Ситуация, когда у двоих индивидов день рождения в один день и они механически обмениваются подарками, неприятна для обоих, т. к. здесь отсутствует элемент сюрприза и четкости в распределении ролей получателя и дарителя. П. Бурдые пишет, что фактор отсрочки любого дара (тем более подарка) очень важен, «но не из “феноменологического” стремления воссоздать непосредственно переживаемый опыт практики обмена, как думал Леви-Стросс...», — по Бурдые, все дело в том, что «... при обмене дарами предполагается индивидуальное и коллективное непризнание самой сути объективного “механизма” обмена, которая изобличается при немедленном отдаривании; неузнавание той индивидуальной и коллективной работы, которая необходима для его обеспечения; временной интервал, разделяющий дар и ответный дар, как раз и позволяет воспринять отношение обмена как необратимое, иначе ему все время грозит быть воспринятым извне и изнутри как обратимое, то есть сразу и обязательное, и корыстное» (Бурдые 2005: 91). Возвращаясь к ситуации с двумя днями рождения в один день, допускаем, что получение подарка одной из сторон требует от другой найти подарок в течение дня, иначе она будет обвинена в корысти, неблагодарности и чувстве презрения.

Для понимания роли подарка необходимо отметить функции, выделенные В. Ильиным. Он выделяет *инструментальную функцию* подарка: «Подарок — это плата не за услугу, а за членство в сети» (Ильин 2000: 5). К *предупредительной или интегрирующей функции* можно отнести напоминание о принадлежности как дарящего, так и получающего подарок к одной социальной сети — реальной или желательной (подарок с намеком). В этом случае, как пишет Ильин, подарок обладает физическими свойствами демонстративности, т. е. предполагает частое обращение к себе с подразумеваемым напоминанием об акте дарения. Например, часы или кружка, включенные в повседневную жизнь, будучи подписанными, хранят информацию, откуда (и от кого) вещь появилась (была ли она куплена или подарена). *Коммуникативная функция* — индивид осуществляет коммуникацию посредством вещей-подарков, формирует и транслирует свою идентичность через подарки другому индивиду, подбирая вещь, которая понравилась бы ему, а значит, и другу из социальной сети. Другая *функция подарка* — *оказание материальной помощи или материального вложения* в социальную сеть. Подарок может быть коллективным: например, покупка несколькими друзьями телефона или кальяна (в последнем случае им будут пользоваться все, но находиться он будет у получившего подарок). Исходя из проводимых опросов, И. Шмерлина делает вывод, что «в сознании российского человека концепты подарка и помощи оказываются весьма близки» (Шмерлина

2007: 38). Подарок как практическая инвестиция обычно заранее обсуждается именинником и другими его гостями, чтобы не было дублей.

Вещь, являющаяся актантом или временно играющая его роль, может также исполнять некоторые функции подарка. Например, даже такая вещь, как сигарета, является актантом, выполняющим интегрирующую и познавательную функцию для нескольких акторов: в случае, когда в компании курят только 2-3 человека и курение в помещении не приветствуется. Чтобы удовлетворить потребность в курении, ставится вопрос: «Кто-нибудь курит?». После того, как курящие найдены, все идут на лестничную площадку или на улицу, и там начинается общение. Незнакомые ранее гости узнают о некурящем имениннике различную информацию («А ты именинника откуда знаешь?») и даже строят совместные планы («А ты на Байкале был(а)? Надо как-нибудь всем вместе съездить»).

Другая роль вещи, по Латуру, — заключается в том, что люди вложены в «нечеловеков» (в любые вещи, присутствующие на дне рождения). Вещь — это сосуд, наполненный значением, которое ему приписал выбравший его субъект и которое другие субъекты должны декодировать и правильно интерпретировать. Оценка и мнение по поводу вещи (подарка) очень важны (Тевено 2006). Хороший подарок (нож, когда все дарят брелоки; устройство для гадания, которое внушительно выглядит и стоит очень дорого\*) имеет следующий императив: быть значимым, крутым, прикольным в глазах других. Человек, который может позволить себе такой подарок, но ему препятствует правила приличия и желание самого именинника не получать дорогих подарков, чувствует себя несправедливо ограниченным в способах самовыражения.

Вещи-агенты, будучи подаренными, выполняют свои функции четко определенным образом, требуют ответных действий от человека (к примеру, покупки новых вещей), перед которым стоит та или иная социальная задача, навязывают социально-пространственные положения (Olsen 2003). Так, подаренные ролики потребуют от именинника покупки защитной амуниции. И вскоре его можно будет увидеть на улице в местах, удобных для катания, где катаются другие роллеры. Люди делегируют вещам некоторые полномочия, сложив с себя часть обязанностей: «Социальные отношения определяются тем, что безмолвно предписывается нам не-человеками» (Латур 2006в: 222). После получения подарка социальная интеракция между именинником и дарителем раскрывается не как взаимодействие между людьми, а как взаимодействие по поводу вещи. Другим примером служит полученная именинником новая настольная игра, которая объединяет всех гостей вокруг себя.

---

\* Здесь и далее все примеры подарков взяты из наблюдений.



Идея Латура о вещи как актанте имеет сходство с пониманием вещей (даров и подарков) М. Мосса, у которого вещи прочно связаны человеком, а именно с его душой и телом, и сами обладают духом и «силой». П. Бурдьё «В Практическом смысле» замечает, что Леви-Стросс увидел за концепцией духа вещи власть общества, которое требует функционально эквивалентного обмена подарками. Бурдьё цитирует постулат Леви-Стросса из работы «Элементарные структуры родства» о том, что «механические законы взаимообменного цикла представляют собой бессознательный принцип, из которого вытекают обязанность дарить, обязанность возмещать и обязанность принимать дар» (Бурдьё 2005: 79), и добавляет, что обмен подразумевается, в противном случае отношения испортятся. Но если открыто признать эту истину, то феномен подарка исчезнет: останется только голый эквивалентный обмен. Одна из респонденток предлагает довольно прагматичный подход: делать всем заказ на подарок ко дню рождения, чтобы тебе не подарили ненужный фарфор, с другой стороны, это гарант равноценного симметричного обмена, исключая элемент сюрприза и уменьшающий праздничность ситуации. Как и подарок деньгами, это интересный вид обмена, т. к. бывает, что эти же потраченные или подаренные деньги расходятся на праздничный стол.

Подарок деньгами — это вообще отдельная тема, подробнее об этом можно прочитать в работе И. Шмерлиной «Подарок как “социальная вещь”» (Шмерлина 2007). Следует лишь заметить, что не для каждого человека это вообще приемлемый подарок, некоторые заранее предупреждают — нужна какая-нибудь вещь, которая должна быть сюрпризом, а не деньги.

Но подарок — это не единственная вещь на дне рождения, которая организует ситуацию вокруг себя. Среди вещей любого праздника «констеллирующим началом оказывается *праздничный стол*» (Юдин 2008: 14). По Латуру, «фрейм не существует лишь в сознании, как «ментальная структура» или чистая схема интерпретации. Он укоренен в материальных вещах» (Латур 2006а: 172). Так, на какой-то момент времени фрейм праздника укоренен в праздничном столе. По сути, сам стол как вещь может отсутствовать (например, при проведении дня рождения на природе), но угощение обязательно. На дне рождения стоит особая праздничная атмосфера, за столом никогда не сидят молча. Особую роль за праздничным столом занимают истории из жизни, которые могут иметь самую разнообразную тематику. Общение, как правило, происходит вокруг совокупности *общих* тем разговора и стилей, определяющих сетевую принадлежность акторов: «Через специфику актуализированных в разговоре тем, общих или частных, демонстрируется

соответственно членство в определенных группах — в статусных группах, “горизонтально организованном культурном сообществе” или в локальных группах, в которых преобладают межличностные отношения» (Коллинз 2004: 43). Данную совокупность *общих* тем разговора и стилей, определяющих групповую принадлежность индивидов, Коллинз называл «культурным капиталом», заимствуя термин у Бурдьё, но используя его в более упрощенном виде. Несмотря на различия в способах проведения дня рождения, Бурдьё пишет, что всегда должны присутствовать праздничный стол, алкоголь и подарки. Спиртные напитки являются почти обязательным компонентом праздничного стола. «Почти», потому что совсем непьющих социальных сетей почти нет. Хотя один человек может изъявить желание выпить немного спиртного на праздник, поэтому задача непьющего виновника праздника предоставить возможность исполнения такого желания (данные наблюдений и интервью). О символической роли присутствия вина на празднике писал Н.Л. Юдин: «вино несет непосредственную радость единства в коллективе и с миром в целом...» (Юдин 2008: 15). Но привычка и относительная дешевизна пива, в сравнении с вином, также делает пиво одной из частых составляющих молодежных праздников. В более зрелом возрасте пиво может уступить более крепким напиткам — водке или коньяку.

Предоставление праздничного стола и алкоголя для гостей — не единственная обязанность на дне рождения: существует некий феномен долженствования, т. е. ярко выраженных социальных ожиданий окружающих, между именинником и его социальной сетью, уже отчасти описанный выше. Вот некоторые выдержки из нарративов и интервью:

*«... Меня в этот день не покидает ощущение, что все что-то друг другу должны, что вот он ДОЛЖЕН меня поздравить, а я в свою очередь ДОЛЖНА улыбнуться ему, обнять и сказать «спасибо». Конечно, если бы не эта обязанность, я бы любила день рождения»* (жен., 21 год).

*«Лучше устроить простую пьянку через неделю после своей даты. Чтобы никто на тебя не смотрел, чтобы никто ничего не требовал»* (муж., 20 лет).

*«... Каждый год приходится сильно париться, где справлять, кого позвать и т.д.»* (жен., 18 лет).

*«... За 23 года у меня набралось некое количество друзей, из которых примерно 2/3 влезает в мою, хоть и трехкомнатную квартиру, а если не позвать оставшуюся 1/3, обидятся... полжизни уже мучаюсь»* (жен., 23 года).

*«... думаешь, кого из друзей звать, кого нет, чтоб не столкнуться несовместимое, чем их кормить (готовить ненавижу)...»* (жен., 21 год) — по-

следняя мысль респондента интересна тем, что на дне рождения *нужно* готовить.

*«Я понимаю, что должна что-то организовать, какую-нибудь программу придумать. Потом быть со всеми [гостями] — всех развлекать. Так на первом курсе было — все болтают о своем, а это на моей ответственности всех развлекать. Я должна обеспечить веселье и радость для всех»* (жен., 21 год).

У гостей также *«есть долг — прийти»* (муж., 21 год), раз пришли все члены социальной сети. Кроме того, дарение подарка — также обязанность гостя, поэтому отсутствие денег на покупку подарка может стать причиной отказа от приглашения. Феномен долженствования, так же, как и расстройство по поводу полученного подарка, ведет к отказу от празднования дня рождения или переформирования социальной сети (как правило, в сторону уменьшения).

*Расстройство* по поводу не тех подарков и отсутствия поздравлений от членов сети может быть связано с неравноценностью обмена:

*«Когда наступает моя днюха, то я особо не радуюсь, как обычно, трапишь кучу денег на покупки, чего-нибудь похавать и побольше выпить, а подарки не особо дорогие дарят и не самые полезные, я уже 2 года не справляю свой д.р.\*»* (муж., 22 года).

*«... подарки дарят больше эстетические (бесполезные)»* (муж., 20 лет).

*«...почему все дарят дурацкую косметику, как будто так часто ей пользуюсь, ненужные диски (нужные я сама покупаю), всякие фарфоровые хлам-предметы, а не гантели, например, или шахматы — очень было бы полезно и нетривиально!»* (жен., 21 год).

*«... подарили кучу бесполезных вещей и одну условно полезную. Телефон разрывается, голова уже болит. Сижу в своей уютной, чистенькой квартире возле накрытого стола и жду нашествия различных людей, которых мне видеть, конечно, приятно, но... Рисую в воображении картину, во что этот апартамент превратится. Бр-р-р!»* (муж., 29 лет).

Даже такая вещь, как оставшаяся после гостей посуда, может напрочь отбить все желание праздновать: *«Ненавижу день рождения, потому что не люблю мыть посуду после праздника»* (жен., 24 года), — возможно, для этой респондентки неприемлемо подавать дома еду в одноразовой посуде, но многие переходят на данную практику, исходя из указанной причины, для других это еще один аргумент изменить предполагаемое пространство празднования (дома, в квартире) и провести выездной день рождения. Статус «выездного» дня рождения, при котором обычно вся заказанная гостями еда (в ресторане, кафе и т. п.) оплачивается именин-

---

\* Здесь и далее цитаты нарративов.

ником, симметрично увеличивает общую стоимость подарков от гостей по сравнению с «квартирным» или «уличным» празднованием.

Итак, нами были описаны социальные значения вещи и, в частности, вещи-подарка, ситуации и процедуры дарения или вручения подарка на день рождения, выявлены правила, регулирующие ситуацию ритуала дарения, способствующие сохранению и поддержанию социальной сети, выделены функции подарка и описаны условия превращения вещи в подарок. В зависимости от адресата выбирается та или иная вещь, становящаяся подарком, которая будет отвечать определенным интересам и, будучи подаренной, продолжает участвовать в отношениях между дарящим и получателем. Такой подарок-актант влияет на будущие отношения, вызывая определенную реакцию. По типу подарка, как и по его упаковке, также можно многое узнать об участниках праздника и их отношениях. Мы пришли к выводу о том, что все пространство вещей, встроенное в ситуацию дня рождения, обладает своими внутренними законами, заставляющими акторов включаться и подчиняться ему. Это пространство вещей вместе с субъектами, приглашенными на праздник и объединенными общими интересами друг с другом и именинником, составляют дружескую социальную сеть. Эта сеть — не просто сеть разнородных отношений, но сеть человеческих и не-человеческих актантов, находящихся в постоянном взаимодействии. Так, путем акторно-сетевого подхода мы предложили свое теоретическое осмысление такого пласта нашего повседневного опыта, как день рождения, восприятие которого меняется у молодежи так же непрерывно, как трансформируется наш мир.

### Литература

*Бурдые П.* Различение: социальная критика суждения / Пер. с фр. О.И. Кирчик // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2004.

*Бурдые П.* Практический смысл. М.: Институт экспериментальной социологии, 2005.

*Вахштайн В.* Возвращение материального. «Пространства», «сети», «поток» в акторно-сетевой теории // Вахштайн В. Статьи. М.: Центр фундаментальной социологии, 2005.

*Гладарев Б.* Стратификационная модель общества потребления (интерпретируя Бруно Латура и Жана Бодрийяра) // Беспредельная социология / Под ред. Н. Нартовой, О. Паченкова. СПб.: ЦНСИ, 2006. С. 97–114.

*Гофман Э.* Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. А. Д. Ковалева. М.: Канон-Пресс-Ц, 2000.

*Гофман Э.* Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / Под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой. М.: Институт социологии РАН, 2003.

*Дюркгейм Э.* Самоубийство: Социологический этюд. М., 1994.

[[http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Durkgeim/11.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Durkgeim/11.php)]

*Ильин В.И.* Социология потребления. Подарок как социальный феномен // Рубеж: альманах социальных исследований. Вып. 16/17. Сыктывкар: Сыктывкарский ун-т, 2000.

*Калачева О.В.* Формирование индивидуальной и коллективной идентичности в контексте неофициального праздника (на примере празднования Дня рождения в России советского и постсоветского периодов). Автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2000.

*Коллинз Р.* Программа теории ритуала интеракции // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. VII. № 1.

*Латур Б.* Об интеробъективности // Социология вещей. М., 2006а. С. 169–198.

*Латур Б.* Нового Времени не было. Эссе по симметричной антропологии. СПб.: Изд. ЕУ в СПб., 2006б.

*Латур Б.* Где недостающая масса? // Социология вещей. М., 2006в. С. 199–222.

*Лебедев Д.В.* Ритуал и инновация в процессе социального воспроизводства. Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург: Изд. УрГУ, 2007.

*Ритцер Дж.* Современные социологические теории / Пер. с англ. А. Бойкова, А. Лисицына. СПб.: Питер, 2002.

*Тевено Л.* Креативные конфигурации в гуманитарных науках и фигурации социальной общности // Новое литературное обозрение. 2006. № 77.

Теоретическая социология: Антология: В 2 ч. / Пер. с англ., фр., нем., ит. Сост. и общ. ред. С.П. Баньковской. Ч. 2. М.: Книжный дом «Университет», 2002.

*Фенько А.Б.* Для чего делаются подарки? [<http://www.acapod.ru/601.html>].

*Хархордин О.В.* Обличать и лицемерить: генеалогия российской личности. СПб.: ЕУ в СПб; Летний сад, 2002.

*Шмерлина И.* Социальная реальность. Подарок как «социальная вещь» // Журнал социологических наблюдений и сообщений. 2007. № 5.

*Юдин Н.Л.* Социальный смысл праздника. Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Иваново, 2008.

*Callon M., Law J.* On the Construction of sociotechnical networks: content and context revisited. // Knowledge and Society. 1989. Vol. 8.

*Goffman. E.* The Interaction Order // American Sociological Review. 1983. Vol. 48. Pp. 1–17.

*Harre R.* Material objects in social world // Theory, Culture and Society. 2002. Vol. 19. No 5/6.

*Olsen B.* Material culture after text // Norwegian arch. review. 2003. No. 2. Pp. 87–100.