

# СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

## СМЫСЛ ЗА СТРАНИЦАМИ: КАКИМИ СМЫСЛАМИ ОБМЕНИВАЮТСЯ ДАРИТЕЛЬ И ПОЛУЧАТЕЛЬ ПРИ ДАРЕНИИ КНИГ<sup>1</sup>

*Дарья Сергеевна Талакаускас* (dtalakauskas@hse.ru),

*Игорь Юрьевич Лукин*

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,  
Москва, Россия

**Цитирование:** Талакаускас Д.С., Лукин И.Ю. (2026) Смысл за страницами: какими смыслами обмениваются даритель и получатель при дарении книг. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 29(2): 144–169.

<https://doi.org/10.31119/jssa.2026.29.2.6> EDN: DDQPRR

**Аннотация.** Дарение подарков представляет собой распространенную социальную практику, имеющую длительную историю, и является важной составляющей человеческих взаимоотношений. Однако дарение книг сложно полностью описать с помощью классических теорий дарообмена. Целью исследования выступает определение палитры смыслов, которыми обмениваются даритель и получатель в процессе дарообмена книгами. Теоретическая часть исследования основана на интерпретативной парадигме, сама же книга рассматривается как знак, имеющий коммуникативную функцию и способный передавать смыслы посредством акта дарения. Теоретическая классификация поводов дарения опирается на работу Дэвида Чила, в которой выделяются ритуализованные и личные поводы. В исследовании используется смешанная методология: данные опроса (N=228) сочетаются с полуструктурированными интервью (N=27). Информанты и респонденты отбирались с использованием respondent-driven sampling (RDS), сетевого метода рекрутирования, близкого к методу «снежного кома», но более формализованного и контролируемого. Выборку исследования составили жители Москвы и Московской области в возрасте от 18 до 70 лет. В ходе анализа данных выявлено, что теоретическая классификация подходящих социальных ситуаций не полностью описывает дарение книг — в случае с этим видом дара выделяются поводы по их значимости (институционализированные поводы первого и второго порядка, ситуационные обстоятельства). В ходе качественной части исследования выделены восемь категорий смыслов при дарении, отражающих посредническую функцию книги в передаче смыслов, дарение с целью коммуникации, эмоциональной поддержки, а также создание сопричастности и валидация другого. Определены и другие категории, в том числе отражающие иерархию между дарителем и получателем. Интерпретация выделенных категорий в контексте дарения книг уникальна и открывает поле для исследования обмена другими дарами с привязкой к их специфическим характеристикам.

**Ключевые слова:** дарение, книги, дар, реципрокность, смысл, повод, знак.

---

<sup>1</sup> Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ (HSE-BR-2025-070).

## Введение

Обмен подарками представляет собой распространенную социальную практику, имеющую длительную историю. Данная практика — важная составляющая человеческих взаимоотношений (Carrier 1991; Мосс 2011), а правильно подобранный подарок может создать между людьми «единение» (unit relation) (Polman, Maglio 2017). Разные подарки могут играть разную роль во взаимоотношениях и иметь разный смысл в процессе дарообмена (Polman, Maglio 2017). Несмотря на то что сам акт дарения активно изучался социологами и антропологами, дарение конкретных объектов исследовалось не так часто (Lin 2017). Так, в современной России одним из популярных подарков является книга. Согласно результатам исследования аналитического центра НАФИ, 55 % россиян утверждают, что любят получать книги в подарок, а 52 % — дарить их (НАФИ 2023). Книга обладает двойственной природой: это, с одной стороны, текст, несущий в себе определенные смыслы, а с другой стороны, выражение текста в виде материального объекта (полиграфии, обложки, статуса издательства, иллюстраций и т.д.). Книга обладает несколькими значимыми характеристиками: она может рассматриваться как дар, как материальный объект и как экономическое благо (Canoy, van Ours, van der Ploeg 2006), что может оказаться значимым в процессе дарообмена. При этом социальная ситуация дарения (Carrier 1999) и поводы дарения (Cheal 2016) также могут стать важными обстоятельствами выбора и оценки дара, что создает дополнительную область смыслов передачи книги в качестве подарка. Знаковая ценность, заключенная в книге как носителе информации (Зенкин 2023), также сказывается на передаче смыслов в процессе дарообмена.

Таким образом, смыслы дарения книги как объекта, обладающего знаковой, экономической и социальной ценностью, конструируются многоступенчато, в связи со многими обстоятельствами процесса дарения. При этом практика дарения книг имеет широкое распространение. Таким образом, можно обозначить основную цель работы — выявить, какими смыслами обмениваются даритель и получатель в процессе дарения книг.

Можно предположить, что даритель рассчитывает: выбранная им книга сможет создать общее поле для обсуждения заложенных в нее смыслов и будет иметь эффект на взаимоотношения дарителя и получателя. В исследовании Полмана и Маглио книга была высоко оценена в контексте ее «эффекта расположенности к общению» (Polman, Maglio 2017). То есть дарение книги может мотивироваться желанием найти новую тему для обсуждения либо сблизиться с получателем.

Статья состоит из трех частей. Во-первых, рассматриваются теоретические основания исследования. Целью данной части является рассмотрение особенностей книги как дара, экономического блага и вещи в целом, а также процесса дарения книг. Вторая часть конкретизирует методологию исследования. Третья часть посвящена презентации результатов исследования, в ней выявляется соответствие теоретической классификации поводов для дарения в контексте книги как особого дара, а также смысловых категорий, которыми обмениваются даритель и получатель в процессе дарения.

### Теоретические основания исследования

#### *Книга как дар*

Рассматривая книгу с точки зрения отношений дарения, необходимо очертить ряд особенностей, которые отличают ее от других даров. В нашей работе мы рассматриваем книгу как знак (Зенкин 2023), несущий определенные смыслы при дарении, экономический объект, а также как медиатор солидарности, влияющий на взаимоотношения между людьми (Schwartz 1967; Polman, Maglio 2017; Camerer 1988), что проявляется и в акте дарообмена. При этом в литературе также рассматривается разделение дарообмена в антропологической традиции и бурдьевистского подхода теории практик (Osteen 2013). В первом случае дарение рассматривается как обоюдный и реципрокный процесс, в то время как во втором взаимность дара необязательна и может проявляться в нематериальных аспектах, в том числе в личностном и эмоциональном, что будет в том числе рассмотрено в рамках данной работы.

Джеймс Кэрриер, используя оптику Марселя Мосса для анализа практик дарения, критикует наличие бинарной оппозиции экономического обмена и дарения, так как роль благ определяется в момент совершения транзакции обмена, что заставляет также учитывать обстоятельства дарения (Carrier 1999: 133). К тому же можно выделить взаимосвязанность эмоциональной и экономической оценки дара (Callon, Latour 2011: 15), которые «симметриализируются» и заставляют учитывать как сам дар, так и обстоятельства его вручения. В связи с этим в работе рассматриваются поводы дарения как один из важных факторов конструирования ценности книги.

Обстоятельства дарения, согласно оптике Дэвида Чила, можно разделить на *ритуализованные* и *личные* (Cheal 2016: 41). Для ритуализованных обстоятельств дарения, таких как день рождения или Рождество, более характерна «сбалансированная» реципрокность с ожиданием ответного дара в соответствии с природой ритуала: ответный дар ожида-

ется от получателя в срок наступления соответствующих обстоятельств у дарителя, например на его день рождения (Sahlins 1972: 194–195). В то же время для личных обстоятельств характерна более растянутая во времени реципрокность, переходящая в сферу межличностных отношений (Cheal 2016: 52). Дополняя предположения Чила, можно сказать, что при ритуализованных поводах дарения мы можем рассматривать отношения дарителя и получателя в антропологической традиции дарообмена, в то время как личные поводы больше соответствуют бурдьевистскому подходу практик (Osteen 2013). Исходя из предложенной классификации, в работе будет рассмотрено соответствие книги как дара по разным поводам и обстоятельствам дарения для дарителя и получателя.

Книга также может быть рассмотрена как знак — носитель информации, который выполняет функцию общения и передачи смыслов (Лотман 2000: 6) в отношениях дарообмена. Таким образом, ценность книги как подарка может быть определена в контексте знака, т.е. заключенного в ней содержания (Зенкин 2023: 7), что отличает книгу от других категорий подарков.

Переходя к рассмотрению социального аспекта дарения, стоит отметить, что дар может выступать в роли символического, эмоционального средства межличностного общения, которое помогает сказать то, что трудно выразить словами (Belk 1996: 59). В этой связи книга может стать медиатором межличностных отношений как в момент дарения (Carrier 1999), так и после прочтения книги, что может быть предпосылкой для индуктивного выделения смыслов в процессе анализа. В случае удачного подбора дара между дарителем и получателем создаются отношения «единения» (unit relations), ввиду совместно пережитого опыта — разговора о книге, прочтения книги обеими сторонами дарообмена и других практик (Polman, Maglio 2017: 6). Неудачный же выбор подарка, в свою очередь, создает пространство для конфликта или ухудшения отношений (Sherry, McGrath, Levy 1993: 241).

Не менее важным социальным аспектом дарения является установление отношений власти между дарителем и получателем. Даритель обладает властью выбора, что приводит к формированию через подобранный подарок идентичности получателя, поскольку в нем проявляются представления дарителя о получателе (Schwartz 1967: 4). Также даритель может конструировать свою идентичность через подарок в зависимости от своих эгоистических мотивов дарения (Hyun et al. 2016: 49). В связи с этим также может возникать «статусная тревога» у дарителя (status anxiety) (Schwartz 1967: 7) в случае несоответствия дара глубине и искренности отношений между дарителем и получателем или несоответствия подарка

поводу; он оказывается выброшенным из контекста, не включенным в него. Выделяются также другие общие мотивы дарения без привязки к конкретному дару — альтруистический мотив, под которым подразумевается дарение без полагания на дальнейшую выгоду, и «необходимость» дарения (Wolfenbarger 1990; Hyun et al. 2016; Mowen, Minor 1998). В текущем исследовании фокус внимания смещен с мотивов на смыслы при дарении, которые могут присутствовать при различных мотивациях дарителя. Так, при необходимости дарения как мотиве для выбора подарка передаваемый смысл при дарении книги может быть разный, а книга является посредником передаваемого смысла.

### ***Книга как вещь и экономическое благо***

Когда предметом нашего интереса становится книга, сложно говорить только о тексте в отрыве от формы, в которой он представлен, или, наоборот, лишь о книге как о физическом объекте, игнорируя его текстовое содержание. Книга может быть рассмотрена через совокупность ее содержания, контекста и формы, которые связаны друг с другом (da Silva 2015: 3; Mead 2011). С точки зрения формы книга является «вещью» или «объектом» и может быть изучена сквозь призму объектно-ориентированной социологии. Смещение фокуса исследований на анализ положения вещей как самостоятельно действующих субъектов связано с так называемым поворотом к материальному (material turn), аккумулирующим теории с пристальным вниманием к переплетению социального и материального мира (Bennett, Joyce 2010: 7–8; Mukerji 2015). Книга предстает не как внешний объект вне социального контекста и взаимодействия акторов, а как участник этого процесса: с точки зрения акторно-сетевой теории книга при дарообмене играет роль посредника во взаимодействии акторов (Латур 2014).

Помимо этого, книга, являясь социальным объектом (Mead 2011), представляет собой и экономическое благо, предмет культуры в объективированной форме. В классификации благ Нельсона (Nelson 1970: 312–313) выделяются поисковые (search) блага, ценность которых может быть определена до покупки с помощью дополнительной информации (например, примерки платья), и переживаемые (experience) блага, товары, ценность которых познается *post factum* после покупки, т.е. в процессе использования. В рамках этой классификации книга может быть отнесена ко второму типу товаров (Cano, van Ours, van der Ploeg 2006: 736). В контексте изучаемого процесса дарообмена книга как переживаемое благо создает трудности выбора для дарителя. Ценность переживаемого блага *ante factum* познается через альтернативы, т.е. похожие товары (Nelson

1970). Для дарителя же при выборе книги в подарок альтернативы известны ограниченно, и само знание об альтернативах не является гарантом успеха выбора подходящей книги: знание о том, что получателю, например, понравилась книга определенного автора и/или жанра, не гарантирует, что выбранный подарок окажется подходящим. В силу огромного количества книг-альтернатив, представленных на рынке, сложнее угадать, которая из них больше всего понравится получателю. Так, книга может быть охарактеризована как «проблемный» подарок (*problematic gift*) (Patico 2002: 358).

## Методология исследования

### *Методы сбора данных*

В исследовании представлено сочетание количественной и качественной методологии. В качестве количественного метода выступает онлайн-опрос, а основным качественным методом — полуструктурированные интервью. Предпочтение было отдано более мягкому формату интервью вследствие опоры на интерпретативную парадигму и задачи выявления смыслов при дарении. Исследование получило подтверждение соответствия этическим нормам от Комиссии по внутриуниверситетским опросам и этической оценке эмпирических исследовательских проектов НИУ ВШЭ.

Данные в количественной части исследования собраны в период с 30 марта по 30 мая 2024 г. Анкетный опрос распространялся онлайн через социальные сети (VK и Telegram) и через размещение листовок в шести книжных магазинах Москвы. Данный метод использовался для решения задачи о ранжировании поводов, для которых книга подходит в качестве подарка. Всего представлено восемь возможных поводов, выделенных на основе классификации Дэвида Чила (Cheal 2016) и с учетом специфики праздников в регионе: Новый год, значимое личное событие, поездка в гости к родственникам/друзьям, Международный женский день / День защитника Отечества, День святого Валентина, новоселье, свадьба, день рождения / именины. Респондентам предлагалось выбрать до четырех наиболее подходящих, по их мнению, поводов для дарения книги. По окончании анкетного опроса у респондентов была возможность оставить контакт для интервью — отклик составил 21,5 %.

Информанты и респонденты отбирались по принципу *Respondent-driven sampling* (RDS), сетевого метода рекрутирования, близкого к методу «снежного кома», но более формализованного и контролируемого. Данный метод предполагает, что внутри сетей знакомств имеют распро-

странение схожие социальные характеристики, представляющие исследовательский интерес (Heckathorn 1997; Goel, Salganik 2010), однако неслучайность отбора респондентов является ограничением исследования, хоть метод и позволяет достичь насыщенности выборки (Штейнберг 2014).

Качественная часть исследования посвящена выделению смысловых категорий при дарении книг. В гайде интервью также присутствовали вопросы о подходящих поводах для дарения книг с целью уточнения ранжирования, выделенного в количественной части исследования. Кроме этого, были включены нарративные вопросы о последней ситуации дарения книги информантом и получении книги в подарок, на основе чего выделялись смысловые категории.

Эмпирическим объектом исследования выступили люди, проживающие в Москве и Московской области. При этом наличие опыта дарения и получения книги в подарок за последние три года являлось критерием отбора информантов для интервью. Данное временное ограничение относительно дарения книг было выбрано, чтобы исключить информантов, для которых дарение книг является непостоянной практикой, либо тех, кто делал это давно (например, в детстве). В количественной части исследования не было такого ограничения, так как задача этой части — выявить желанность книги в качестве подарка применительно к отдельным поводам без предубежденности относительно того, насколько книга — желанный подарок для информанта в целом.

### **Выборка исследования**

В окончательную выборку количественной части исследования (анкетного опроса) вошли 228 полных анкет. Средний возраст респондентов составил 28 лет ( $SD=12,8$ ,  $min=17$ ,  $max=70$ ). По полу наблюдался скос выборки в сторону женщин: 77,6 % респондентов составили женщины, 22,4 % — мужчины. Смещенность выборки в сторону женщин является ограничением исследования. Около половины респондентов (50,9 %) имели незаконченное высшее образование и 35,5 % — высшее. Малообразованными стали категории среднего профессионального (2,6 %) и общего (10,1 %) образования, что тоже является ограничением выборки (табл. 1).

В окончательную выборку качественной части вошли 27 интервью, средняя продолжительность которых составила 56 мин. Средний возраст информантов — 27 лет ( $min=19$ ,  $max=44$ ); среди информантов 12 мужчин и 15 женщин. Информанты имели различный род деятельности: студенты, ученые, преподаватели, юристы, менеджеры и т.д. Представлены как работники частного, государственного и некоммерческого сектора (одна

Таблица 1

**Характеристика выборки количественной части исследования**

		Количество	Доля от общего числа (%)
Пол	Женский	177	77,6
	Мужской	51	22,4
Наивысшая ступень образования	Общее	23	10,1
	Среднее профессиональное	6	2,6
	Незаконченное высшее	116	50,9
	Высшее	81	35,5
Средний возраст	27,5		
Всего	228		

информантка работала в небольшом НКО), так и те, кто еще обучается и не работает. Однако важно отметить, что большая часть наших информантов была занята в сфере интеллектуального труда (преподавательской, исследовательской и управленческой деятельности). Также большинство информантов оказались вовлечены в книжную культуру: регулярно читали книги, отмечали эту деятельность как приносящую удовольствие, следили за книжными новинками, а одна информантка работала в издательском секторе. Эта характеристика выборки интервью, с одной стороны, помогала выявить смысловые категории на этапе анализа, так как информанты обладали обширным книжным опытом в целом и дарения книг в частности, а с другой — представляет полученные результаты как репрезентативные скорее для тех, кто вовлечен в книжную культуру и для кого дарение книг — неслучайная практика.

**Методы анализа данных**

Анализ полученных данных в количественной части исследования проводился с помощью описательных статистик, построения и визуализации доверительных интервалов (ДИ) с помощью среды R-Studio на основе процента выбора отдельных поводов. Уровень доверительной вероятности для построения ДИ был выбран на уровне 95 %. Далее были выделены отдельные группы поводов по результатам построения, что будет рассмотрено в результатах исследования.

Главным методом анализа интервью (качественная часть исследования) стало тематическое кодирование, позволяющее агрегировать полученные коды и выявлять паттерны и смыслы (Auerbach, Silverstein 2003). Интервью кодированы индуктивно (data-driven) с целью выделения вари-

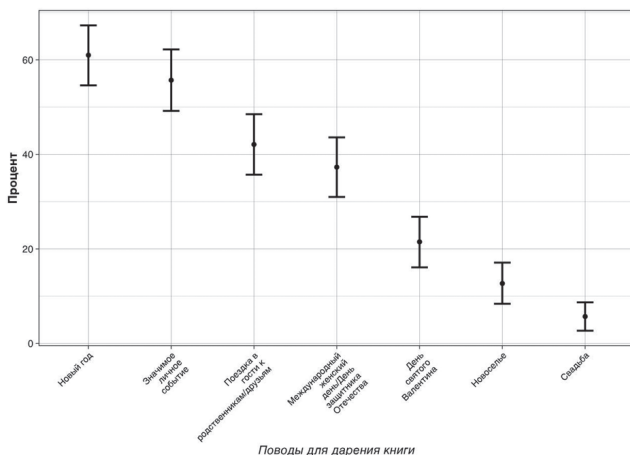
тивности смыслов при дарообмене. При анализе использовались коды различного типа: *in vivo* (Stringer 1999: 91), нарративные коды, коды процесса (Saldana 2021: 96–97), описательные коды и коды-ключи (Saldana 2021), позволяющие представить анализ в контексте ситуаций дарения. После индуктивного кодирования коды были агрегированы в категории и темы.

## Результаты исследования

### Ситуация дарения: насколько важен повод?

#### Книга — уместный подарок

Одной из составных частей смысловой окрашенности книги как подарка можно назвать повод для его преподнесения. Книга воспринимается информантами как относительно универсальный и удобный подарок, однако, как обсуждалось ранее, не все социальные ситуации уместны для дарения книг. В связи с этим в количественной части исследования был проведен анализ соответствия книги как подарка применительно к наиболее популярным поводам дарения. В качестве ритуализованных поводов выделены Новый год, Международный женский день, День защитника Отечества, свадьба, День святого Валентина; среди личных поводов — День рождения, именины, значимое личное событие, поездка в гости к родственникам/друзьям, новоселье; основой для классификации, как отмечалось, выступила работа Дэвида Чила (Cheal 2016).



**Рис. 1.** Популярность книги как подарка применительно к различным поводам дарения. Примечание: N=228, данные получены в ходе количественного опроса авторами

Согласно количественной части исследования, самыми популярными поводами дарения книг как наиболее уместные социальные ситуации выступили День рождения, Новый год и значимое личное событие. Под последним поводом понимаются разные обстоятельства преподнесения подарка, которые не имеют четкой привязки к конкретному поводу. Менее популярными оказались поездка в гости, «гендерно-окрашенные праздники» (Международный женский день и День защитника Отечества) и День святого Валентина. Скорее неуместными для дарения книг выступили новоселье и свадьба (рис. 1).

Стоит также отметить пересечения доверительных интервалов некоторых поводов друг с другом, что говорит об отсутствии значимых различий при переносе выводов на совокупность выделенных данных. Это позволяет выделить группы поводов, внутри которых различия между отдельными поводами оказались незначимы: 1) День рождения, Новый год и значимое личное событие; 2) поездка в гости к родственникам/друзьям и Международный женский день / День защитника Отечества; 3) День святого Валентина и новоселье. Свадьба не пересекается с другими поводами по доверительным интервалам и наименее распространена с точки зрения уместности дарения книги. Внутри пересекающихся групп значимых различий при переносе на совокупность рассматриваемых данных не наблюдается, однако можно сказать о различиях между группами поводов с пересекающимися доверительными интервалами, указанными ранее; в рамках данной выборки различия между группами поводов статистически выражены на уровне 95 % доверительных интервалов.

#### *Когда работает теоретическая классификация?*

В процессе анализа интервью теоретическая классификация поводов Дэвида Чила (Cheal 2016) частично подтвердилась применительно к нескольким праздникам. Ярче всего теоретическая классификация проявилась в ходе анализа роли Нового года как повода. Как отмечали Дэвид Чил и другие авторы (Cheal 2016; Sherry, McGrath, Levy 1993), Новый год как ритуализованный и институционализированный повод дарения обладает собственным контекстом и традицией, которые могут накладывать ограничения на выбор дара. Джон Шери также отмечал, что для Нового года как повода дарения характерно большое количество специализированных подарков (праздничная атрибутика из супермаркетов, «рождественские» носки, бытовые товары в праздничной упаковке), которые появляются в магазинах в предпраздничное время (Sherry, McGrath, Levy 1993). Тем не менее авторы делают вывод о низкой популярности таких подарков,

так как они воспринимаются излишне ритуализованными и обезличенными. Таким образом, можно сказать, что Новый год как социальная ситуация и повод дарения задает определенный контекст, в рамках которого даритель принимает решение о выборе подарка, что подчеркивает его ритуализованную природу. В рамках анализа установлено, что информанты стараются подобрать подарок с учетом природы праздника, однако принимают во внимание ограничения, выраженные в личных особенностях получателя.

Говоря о подборе подарка под повод в контексте Нового года, информанты отмечали, что они стараются дарить «новогодние книги», которые непосредственно посвящены празднику или содержат его упоминания. Такой подарок выступает не как специализированный, о котором писал Джон Шери и коллеги (Sherry, McGrath, Levy 1993), а как тематический, не ограниченный праздником, но подходящий по контексту. Отмечалось также, что дарение книг, тематически связанных с контекстом повода, нацелено на «создание новогоднего настроения», что можно интерпретировать как дополнение повода тематически ассоциированными с ним деталями, которые выступают атрибутами праздника. Таким образом, можно сказать, что Новый год хорошо вписывается в теоретическую классификацию Дэвида Чила (Cheal 2016), выступая ритуализованным поводом. Тем не менее информанты подчеркивали, что не дарят книги непосредственно про Новый год.

Однако, несмотря на свою популярность как повода для дарения книг, Новый год воспринимается некоторыми информантами как неподходящая социальная ситуация. Ввиду особенностей книги как объекта, она может оказаться даром, не соответствующим поводу, если подобрана под человека, а не под повод.

*Дарить в день какого-то праздника книгу скорее мне сложно, потому что это все-таки чаще серьезная вещь, а атмосфера не совсем та (Артур, 19 лет).*

Также информанты подчеркивали, что даритель не обладает полной властью над выбором подарка в разрезе ритуализованных поводов. Несмотря на основное содержание контекста повода, дарителю необходимо принимать во внимание интересы получателя и находить баланс между природой праздника и желанием угодить адресату дара.

*И для нас, россиян, Новый год — это тоже святое. Поэтому, я думаю, это те случаи, когда у тебя нет тотального права выбора подарка. То есть ты должен считаться с желаниями и ожиданиями человека, которому ты даришь (Борис, 20 лет).*

Еще одним ритуализованным поводом выступила свадьба или ее годовщина. Выбор тематики книги также был привязан к контексту повода, пусть и в ироничном ключе. Тем не менее данный случай можно назвать исключением, поскольку свадьба фигурировала лишь в одном интервью. В остальных интервью, как и в количественной части исследования, свадьба выступает скорее нежелательным поводом для дарения книг.

*Была от меня шутка на свадьбу. Я дарила книгу. Это было очень смешно. Потому что я подарила книгу про психологию семьи. Да. Я шутила. Нет, я сделала еще подарок, но я презентовала, что как будто бы это главный подарок на свадьбу. Да, был такой момент (Дарина, 29 лет).*

В качестве ритуализованного повода также можно отметить День знаний, специфичный для родителей, — в качестве подходящего подарка для этого повода отмечались учебные книги, которые характеризуются скорее как «специализированный» дар. В данном случае сложно разграничить дарение с опорой на тематику повода от утилитарных потребностей получателя.

Остальные поводы, которые были рассмотрены в рамках исследования, скорее соответствуют личным обстоятельствам дарения, в концепции Дэвида Чила характеризующиеся привязкой к личным характеристикам и интересам получателя. Тем не менее анализ интервью не позволяет отождествить концепт личных поводов с рассмотренными в исследовании обстоятельствами дарения, в связи с чем была разработана новая классификация поводов. Теоретическое обоснование привязки подарка к индивидуальным особенностям и интересам получателя в контексте личных поводов характерна и для ритуализованных, как показано на примере Нового года. Таким образом, несмотря на ритуализованную компоненту, в центре внимания дарителя вне зависимости от повода остается личность получателя. Также не выявлено специализированных подарков, напрямую направленных на полное соответствие контексту повода, о чем писал Джон Шерри с соавторами (Sherry, McGrath, Levy 1993).

#### *Эмпирическая классификация поводов*

Как отмечалось выше, не все поводы, рассмотренные в ходе исследования, попадают в теоретическую классификацию. Теоретическая классификация предполагала определение повода через дихотомию личных и ритуализованных черт, которые предписываются поводу дарения. Однако из полученного эмпирического материала можно сделать вывод, что основным критерием определения категории повода является не личный

или ритуализованный характер повода, а его воспринимаемая значимость. Под этим термином подразумевается комплексный феномен выбора дара в зависимости от ожиданий получателя: чем более значимым повод осознается участниками дарения, тем больше материальных и эмоциональных ресурсов будет вложено в подарок, что соотносится с подходом симметричной оценки дара (Callon, Latour 2011). В связи с расхождениями между теоретической классификацией и исследовательскими выводами была разработана новая классификация поводов дарения книг: институционализированные поводы и ситуативные обстоятельства (рис. 2). Под **институционализированными поводами** понимаются привязанные к определенной дате и контексту. Некоторые из них официально признаны праздничными днями, такие как Новый год или 8 марта, однако есть и поводы с зафиксированной датой в привязке к отдельному индивиду, такие как День рождения. Институционализированные праздники также можно разбить на две группы по критерию воспринимаемого масштаба повода: первого и второго порядка.

Под поводами *первого порядка* понимаются социальные ситуации, требующие значительного вовлечения участников дарения. В качестве примеров поводов первого порядка выделяются конвенциональные праздники, имеющие большое распространение, такие как Новый год и День рождения (эти же праздники наиболее распространены в количественной части работы). Указанные поводы выступили как наиболее популярные, так и наиболее субъективно «серьезные», требующие значительного участия в выборе и презентации подарка. Институционализированные поводы первого порядка ввиду наиболее глубокого погружения дарителя могут быть описаны в контексте разделенного опыта и «единения» (Polman, Maglio 2017: 6). Тщательно выбранная книга, особенно на определенный повод, создает особый контекст отношений, который может сближать дарителя и получателя ввиду разделенного опыта соприкосновения с переживаемым благом (Camerer 1988).

Поводы *второго порядка* также институализированы социальными ситуациями дарения, тем не менее требуют меньшей вовлеченности в выборе подарка. Согласно теоретической классификации, поводы второго порядка близки к ритуализованным тем, что определяются фиксированной датой и общим контекстом, так как имеют привязку к коллективным характеристикам, а не к индивидуальным (Cheal 2016: 24–26). Однако выбор книги тематически не обусловлен контекстом праздника и имеет личную привязку (например, гендерно-окрашенные праздники). Информанты также отмечали возможность меньших материальных трат по случаю поводов второго порядка:

Он будет отличаться в плане стоимости. Условно 8 марта для меня чуть менее значимый повод, конференция научная тоже чуть менее значимый повод, чем, например, День рождения. Понятно, что на день рождения я заморочусь, наверное, побольше просто в день рождения, потрачу больше денег буквально на подарок (Евгения, 2 лет)

Последней группой поводов дарения, не описанной в литературе, но использованной в качестве теоретической опоры исследования, выступили **ситуационные обстоятельства**. В отличие от предыдущих групп, они не имеют конвенциональной привязки, в связи с чем информанты не ориентировались на контекст самого повода ввиду его недостаточности. В качестве опоры при выборе книги использовались интересы или хобби получателя, совместные интересы дарителя с получателем. Также в случае ситуационных поводов инициатива дарения исходит преимущественно от дарителя, в то время как получатель не имеет ожиданий относительно дара. Данная социальная ситуация может соотноситься с феноменом «статусной тревоги» (status anxiety) (Schwartz 1967) ввиду того, что даритель обладает властью над ситуацией. В данном случае даритель не опирается на контекст повода, в связи с чем может проявляться страх показаться «неискренним» и поверхностным, если подарок не соответствует интересам получателя, что соотносится с идеями Барри Шварца (Schwartz 1967). Получатель же не может оценить степень соответствия дара ситуации ввиду неконвенциональности повода и может остаться в нересiproчных отношениях с дарителем.



Рис. 2. Эмпирическая классификация поводов дарения книг

### **Обмен смыслами при дарении: вертикальное и горизонтальное**

В ходе анализа качественных данных нами были выделены восемь смысловых категорий дарения книг. Среди очерченных в ходе анализа категорий можно проследить принципы вертикальных отношений между дарителем и получателем, в рамках которых даритель обладает большим контролем над ситуацией и выступает в роли проводника. Альтернативной ситуацией можно назвать случаи горизонтального дарения, которые конструируют эгалитарные отношения и не предполагают большей власти одной из сторон. Выделенные категории смыслов, которые могут быть частично имплементированы в исследования обмена другими дарами в последующем, в контексте книги приобретают уникальную интерпретацию.

Одним из наиболее распространенных среди информантов смыслов являлось дарение как **рекомендация**. В качестве рекомендации может выступать как отдельная книга-дар, так и практика чтения в целом — книга может иметь своей целью вовлечение получателя в практику чтения, что осуществляется посредством выбора определенной книги. В этой практике имеется иерархичность позиций, отмеченная в текстах Марселя Мосса (Мосс 2011): даритель стремится показать свою компетентность в сфере знания тематики книги и ставит цель заинтересовать «менее компетентного» получателя. Перед дарителем при этом возникает некоторое противоречие: с одной стороны, он пытается вовлечь получателя в чтение в целом или какой-либо конкретной книги, с другой — желая, чтобы получатель прочитал книгу, даритель боится «навязать» получателю свою рекомендацию.

*Я читаю какую-нибудь книгу, понимаю, что с человеком у нас есть какое-то сходство, я иду и покупаю эту книгу со словами «Прочитай, тебе правда очень понравится, и мне очень понравилось, я надеюсь, что и тебе очень понравится» (Алексей, 23 года).*

Другим немаловажным смыслом стало дарение книги в качестве **эмоциональной поддержки** получателя. После чтения какой-либо книги происходит обмен поддерживающего эффекта — то, что раньше поддерживало дарителя, теперь, предположительно, должно поддержать получателя. Другим же основанием для придания дарению такого смысла является определенная жизненная ситуация получателя: с опорой на нее даритель пытается дать своим подарком поддержку, которая выступает в качестве самоподдержки, так как получателю следует самому

ознакомится с книгой; подарок-книга выступает катализатором к самопомощи.

*Очень много людей, которые находятся в депрессии и не понимают, почему. Вот эта книжка просто такая целитель, которая просто поддерживает. Я хочу, чтобы тебе стало лучше, потому что книга реально шикарная, очень хорошо вещи объясняет, помогает, выручает (Лариса, 28 лет).*

Книга в этом случае выступает посредником определенного смысла, заложенного внутри книги-текста. При дарении книги как эмоциональной поддержки при опоре на получателя на первый план выходит ситуация, или фрейм (Гоффман 2005), интерпретируемый дарителем. Благодаря знанию фрейма даритель выбирает книгу, которая и может дать ожидаемую эмоциональную поддержку.

Посредническая функция книги раскрывается не только в выделенной категории эмоциональной поддержки. Другой категорией, явно подчеркивающей функцию книгу как посредника, является дарение как **коммуникация**. В отличие от прошлой категории, хоть они частично и пересекаются, книга элиминирует передачу смысла через другие системы. То есть даритель подбирает книгу с целью передачи того, что словами в межличностном диалоге не может быть выражено, а в книге выражается текстом (историей, тематикой и т.д.). В этом случае также имеет место посредническая роль книги в разрешении конфликтов между актерами.

*Я помню, вот у меня была такая недомолвка с другом, и мы понимали, что мы не можем сказать друг другу какие-то вещи, которые могли бы нормализовать наши отношения. Я подарил книжку Генрика Ибсена, потому что я понимал, что он прочтает, и он поймет, что я хочу сказать (Алексей, 23 года).*

Интерпретация книги как подарка-посредника с коммуникативной функцией в данном случае неочевидна получателю, и ему следует интерпретировать интенции дарителя с опорой на существующий между ними контекст. В отсутствие устойчивого кода актер опирается на то, что называется у Гинзбурга «уликовой парадигмой» — интерпретацию книги исходя из своих культурных навыков, не опирающихся на устойчивый код (Зенкин 2023: 23; Гинзбург 2004).

Интерпретация книги как знака наблюдается также при дарении как **валидации другого**. Под этим подразумевается желание поддержания дарителем сконструированного получателем образа. Наблюдается поддержание двух видов образа. Во-первых, замечается поддержание образа

читающего человека: даря книгу, человек признает другого читающим, что сопряжено с образом интеллектуала. В этом случае важен сам факт дарения книги как атрибута с коннотацией интеллектуальности по сравнению с другими дарами, которые не поддерживают этот образ читающего человека. Поддержание образа чтеца согласуется с пониманием знака у Ролана Барта, а именно символическим сознанием знака, соотношении книги с интеллектуальностью (Барт 1989: 246).

*Вряд ли, кто-то обидится на предположение, что человеку может быть интересна книга. <...> То есть это как бы видение другого человека, как интеллектуального, когда ты даришь ему книгу (Василий, 35 лет).*

Во-вторых, книга может поддерживать образ получателя как профессионала в какой-либо сфере. Даритель тем самым показывает, что признает этот профессиональный образ или саму деятельность получателя в определенной области. Например, даритель выбирает книгу в области интересов получателя, чтобы показать, что принимает его увлечение или хобби. В этом случае на первый план выходит не сам факт книги-дара, а ее тематика, валидирующая деятельность получателя дарителем.

Другая широкая категория, передающая смыслы, которыми обмениваются акторы при дарении, является **создание сопричастности**. Под сопричастностью понимается сразу несколько аспектов. Во-первых, отмечается восприятие книги как потенциального воспоминания в будущем. Здесь выделяется интенция дарителя остаться в памяти у человека, которому он дарит книгу. Во-вторых, книга воспринимается как напоминание о прошлом, как о самом дарении книги, так и о дарителе как о значимом человеке в жизни получателя. Оба пункта могут быть связаны через отмеченную информантами практику подписания книг. Один из информантов просил дарителей подписывать ему книги, если они этого не делали. Аспект воспоминания и напоминания могут быть рассмотрены как дополняющие друг друга.

*Откроев друг на своей книжной полке эту книжку, увидит какие-то старые пожелания на выцветшей бумаге и улыбнется. <...> Она просто будет нести за собой физическое воспоминание. Книжка может нести за собой чуть больше, она становится вещью как напоминание. И поэтому она должна напоминать о тебе (Алексей, 23 года).*

Из вышеперечисленных пунктов вытекает последний элемент сопричастности — обсуждение книги после дарения как динамический элемент в будущем наравне с воспоминанием. Дарение книги для обсуждения

сопряжено с выбором книги, в которой в большей степени заинтересован даритель, пытающийся создать поле для обсуждения своим подарком. Создание поля для обсуждения было основным предположением перед началом исследования. Так, отношения «единения» (Polman, Maglio 2017: 6), создаваемые обсуждением, могут положительно сказываться на отношениях дарителя и получателя.

Еще одним смыслом являлось дарение для **пользы**. В этом случае даритель выбирает «нужные» или «полезные» книги, которые помогут получателю в саморазвитии. В этом случае книга может быть рассмотрена как источник информации, в котором содержится решение определенных проблем и задач скорее прикладного характера.

*А, одна книга была еще про выращивание сада на подоконнике. А они как раз лук проращивали, там еще что-то делали. То есть мы с ним это обсудили, что я говорю: «Смотри, какая классная книга, здесь как раз вот про растения, про то, что сажать» (Регина, 34 года).*

Данная интерпретация не была предположена при формировании исследовательских гипотез, однако она интересна с точки зрения теорий дарообмена. Так, согласно классическим антропологическим теориям (см.: Мосс 2011; Малиновский 2004) дар не несет в себе утилитарную функцию, он является скорее символом для поддержания отношений, что наблюдалось в других смысловых категориях. В этом же случае наблюдается утилитарность книги как дара, где выбранная дарителем книга полезна как источник отдельной информации. Но важно отметить, что дарение для пользы не исключает поддержание отношений. Так, в цитате выше наблюдаются также замечания о деятельности дарителя, валидация другого и его интересов. Важно отметить, что выделенные категории не могут быть рассмотрены изолированно друг от друга, и утилитарный смысл не является единственным при выборе дара в рассматриваемой категории. Даритель также пытается показать свой интерес к жизни получателя, так как дар не выбран случайно.

Другой немаловажной смыслообразующей характеристикой книжного дарения является **желание удивить** получателя. Здесь отмечается дарение неожиданного подарка, подарка-сюрприза, той книги, о которой получатель не знает. В этой же связи отмечается ограничивающий эффект практики вишлистов: просьба принимается дарителем, отмечается понятность и легкость этой практики, а также нежелание получателя «напрягать» дарителя, однако при вишлисте у дарителя нет поля, для того чтобы удивить получателя. Удивление, согласно исследованиям дара, является составляющей «идеального подарка» (Belk 1996), при вишлисте же эта

составляющая упраздняется, в связи с чем данная практика может быть оценена как негативная с точки зрения «идеального подарка», хоть она и удобна. В данной практике в том числе присутствует элемент утилитарности, когда даритель дарит то, что «нужно» получателю, что также может быть соотнесено с классическими концепциями дарообмена, в которых рассматривается неутилитарный характер дара (см.: Мосс 2011; Малиновский 2004). Практика вишлистов отмечалась часто в ходе интервью и описывалась скорее инструментально: даритель увидел список, выбрал позицию, купил и подарил.

*Да, сейчас же стала ещё тоже такая проблема для меня сложная, это вишлисты, вот это вот для меня внутреннее какое-то противоречие <...> ты хочешь всё равно как-то произвести другое впечатление, ты не хочешь дарить то, что человек от тебя попросит, ты хочешь подарить от тебя то, что ты чувствуешь (Алексей, 23 года).*

При этом важно отметить разную структуру вишлистов, от чего и зависит их восприятие. Чем точнее указана позиция, тем негативнее оценивается эта практика, так как она все более ограничивает дарителя. При указании общих пожеланий у дарителя остается поле для удивления получателя. Из отсутствия неожиданности при практике вишлистов вытекает отсутствие возможности для дарителя выразить себя — подарок становится полностью «о получателе».

**Дарение в шутку** стало последним из наблюдаемых смыслов при дарении. В этом случае характерно дарение книги из-за ее тематики, которая может быть связана с общим культурным контекстом (например, шутками в интернете и «мемами») или общими шутками дарителя и получателя как некоторое обращение к общему прошлому. В этом случае характерен скорее спонтанный выбор книги через случайное столкновение с ней в магазине, на ярмарке или в другом контексте, посредством чего происходит ассоциация дарителя с получателем и последующее дарение. При дарении книги в шутку не ожидается глубокое чтение книги, скорее важно ее название, авторство и другие отдельные ее элементы.

*Кажется, как будто, где-то на каком-то свопе это увидел и подумал, какой смешной криж, Ксюше на день рождения — самое то (Ксения, 30 лет).*

Дарение в шутку поддерживает взаимодействие акторов, апеллирует к их общему контексту общения. Согласно Блумеру, вещи приобретают смысл из взаимодействия, и книга, подаренная в шутку, приобретает свой смысл как подарка именно благодаря взаимодействию акторов, их бэкгра-

унду (Blumer 1986: 2). Без этого взаимодействия дарение книги с иронией было бы бессмысленным, так как ирония, общая для дарителя и получателя, была бы непонятой.

Социальные ситуации дарения применительно к смыслам, передаваемым при дарении книг, могут выступать как ограничением, так и дополнением друг друга. В ситуации дарения подчеркивается контекст повода, который, как мы установили, проявляется через готовность тратить больше временных и материальных ресурсов для значимых обстоятельств дарения, которыми выступают институционализированные поводы. В таком случае для поводов первого порядка будет менее характерно дарение в качестве шутки или с целью удивить ввиду большей рискованности таких смыслов дарения. В то время как в контексте ситуационных обстоятельств у дарителя есть полная свобода ввиду недостаточности контекста и отсутствия ожиданий со стороны получателя.

### Дискуссия и заключение

В работе предпринята попытка определения, какими смысловыми категориями обмениваются даритель и получатель в процессе дарения книг, а также подходящих для этой практики социальных ситуаций (поводов). Работа расширяет теоретическое поле исследований дарообмена, так как представляет исследование конкретного дара, что открывает область для исследования других даров с их особенностями, требующими изучения.

Ограничением исследования является использование RDS как сетевого невероятного метода рекрутирования, что не позволяет говорить о репрезентативности ранжирования поводов на генеральной совокупности в количественной части, но позволяет достичь насыщенности в качественной части исследования (Штейнберг 2014).

Кроме этого, важным ограничением является превалирование в выборке женщин, более молодых людей, а также имеющих незаконченное высшее и высшее образование. С точки зрения компетентности выборку можно назвать более экспертной, чем изначальный эмпирический объект исследования, ввиду вовлеченности в практики дарения книг и книжную культуру в целом. Тем не менее данный характер выборки позволил достичь цели исследования, так как более экспертные информанты, полагающиеся на обширный опыт дарения, артикулировали его более рефлексивно, что было ценно в контексте изучения смысла дарения. При этом мы не можем перенести экспертный опыт на весь рассматриваемый эмпирический объект, что является ограничением исследования.

В качестве общей методологической рефлексии можно отметить возможное снижение размерности текущего количества кодов, полученного при индуктивном тематическом анализе. Кроме этого, в последующей работе могут быть исследованы отдельные выделенные категории с помощью дедуктивного кодирования и их уточнение. Каждая из категорий может быть изучена в отдельном исследовании для более глубокого понимания, а также применительно к другим дарам. Выделенные при качественном анализе категории могут быть использованы также в последующем количественном исследовании.

В результате количественной части исследования выделены наиболее подходящие поводы для дарения книг, которыми выступили День рождения, Новый год и значимое личное событие, а в качественной части исследования составлена классификация поводов дарения книг по группам: институционализированные (первого и второго порядка) и ситуационные. Так, важной оказывается именно воспринимаемая значимость повода, а чем она выше, тем больше подходящий дар способен создать то чувство единения, о котором писали Полман и Маглио (Polman, Maglio 2017). Институционализированные поводы, привязанные к конкретной дате, имели большую воспринимаемую значимость, они требуют реципрокности посредством дарения подарка по поводу сравнимой значимости и величины. В это же время ситуационные поводы загоняют получателя в ловушку: вследствие формальной неопределенности повода и, следовательно, меньших ожиданий от дара и самого дара, в такой ситуации возникает то, что Маршалл Салинс называл генерализованной реципрокностью (*generalized reciprocity*) (Sahlins 1972: 193). При этом типе дарообмена реципрокность слабая, и даже если дар не «возвращен», это не влияет на отношения (Sahlins 1972: 193–194). В этом смысле ситуационный дарообмен книгами наиболее всего приближен к альтруистическому дару, не требующему возмещения (сейчас или отложенного).

Основная часть исследования посвящена выявлению смыслов, которыми участники процесса дарения обмениваются в его процессе. Выявлены восемь уникальных категорий смыслов, среди которых дарение как рекомендация, эмоциональная поддержка, коммуникация, валидация другого, создание сопричастности, дарение для пользы, с целью удивить и в шутку. Данные категории не являются взаимоисключающими и могут сочетаться в рамках процесса дарения, накладываться друг на друга. Важным аспектом оказались властные отношения, которые могут возникать посредством дарения книг (особенно это проявляется при дарении как рекомендации). Главным ресурсом, поддерживающим власть дарителя, является информация — возможность выбора того, что подарить, какую

информацию передать и какой образ создать. Так, даритель подаренной книгой может поддерживать социальные отношения, где он выступает как более «знающий», обладающий особенной информацией, которую книгой как подарком передает получателю.

Выделенные категории подтверждают теоретическое определение книги как знака — носителя информации и средства коммуникации — и расширяют его. Книга как знак несет в себе прямой смысл посредством текстового содержания и косвенный смысл через замену речи. Здесь оказывается важной, во-первых, форма сообщения, которая не может быть заменена речью вследствие «невыразимого», что передает искусство, текст (см.: Dewey 1980; Langer 1957; Gunther 2017). Интересным в этом контексте представляется изучение дарения других форм искусства с их специфическими характеристиками. Во-вторых, важен эмоциональный аспект и дистанция, которая осуществляется при посредничестве книги в передаче сообщения. Книга как подарок выражает значимость другого человека (Cheal 1987), а посредничество книги при дарообмене облегчает это выражение, не всегда выражаемое словами. Важность замечания значимости другого в целом через подарки является отражением культуры любви, дружбы и близости (Cheal 1987), книга же как носитель информации встраивается в эту культуру и становится коммуникатором другого уровня, так как содержит текстовое содержание. В этом смысле, словами Лотмана, «условное» (нарратив в тексте) превращается в «реальное» (Лотман 2000: 130); то, что не может быть сказано в диалоге между актерами, передается при посредничестве книги. Так, книга оказывается медиатором отношений, причем в совершенно разных видах: она может помочь с проблемой, начать диалог о том, что наболело в отношениях между дарителем и получателем, создать новую ветвь бесед, а может напомнить об общей шутке, важной для обоих.

### Выражение благодарности

Авторы выражают благодарность Зое Владиславовне Котельниковой, заместителю заведующего лабораторией и старшему научному сотруднику ЛЭСИ НИУ ВШЭ, и Полине Павловне Малаховой, нашей коллеге.

### Литература

Барт Р. (1989) Воображение знака. Барт Р. *Избранные работы: Семиотика. Поэтика*. М.: Прогресс: 246–252.

Barthes R. (1989) The Imagery of the Sign. In: Barthes R. *Selected Works: Semiotics. Poetics*. Moscow: Progress: 246–252 (in Russian).

Гинзбург К. (2004) *Мифы — эмблемы — приметы*. М.: Новое издательство.

Ginzburg K. (2004) *Myths, Emblems, and Signs*. Moscow: New Publishing House (in Russian).

Гоффман Э. (2005) Преподнесение себя в повседневной жизни. Глава VII. *Личность. Культура. Общество*, 2(26): 15–27.

Goffman E. (2005) Presenting oneself in everyday life. Chapter VII. *Lichnost. Kultura. Obshchestvo* [Personality. Culture. Society], 2(26): 15–27 (in Russian).

Зенкин С.Н. (2023) *Семиотика культуры*. М.: Изд. дом Высшей школы экономики.

Zenkin S.N. (2023) *Semiotics of Culture*. Moscow: Higher School of Economics Publishing House (in Russian).

Латур Б. (2014) *Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию*. М.: Изд. дом Высшей школы экономики.

Latour B. (2014) *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Moscow: Higher School of Economics Publishing House (in Russian).

Лотман Ю.М. (2000) *Семиосфера*. СПб: “Искусство — СПб”.

Lotman Y.M. (2000) *Semiosphere*. St. Petersburg: Iskusstvo — SPb (in Russian).

Малиновский Б. (2004) *Избранное: аргонавты западной части Тихого океана*. М.; СПб: РОССПЭН.

Malinovsky B. (2004) *Selected Works: Argonauts of the Western Pacific*. Moscow; St. Petersburg: ROSSPEN (in Russian).

Моис М. (2011) *Общества. Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии*. М.: КДУ.

Mauss M. (2011) *Societies. Exchange. Personality. Works on social anthropology*. Moscow: KDU (in Russian).

Штейнберг И.Е. (2014) Логические схемы обоснования выборки для качественных интервью: «восьмиоконная» модель. *Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология:4М)*, 38: 38–71.

Steinberg I.E. (2014) A Logical Scheme to Justify the Sample in Qualitative Interview: An “8-Window Sample Model”. *Sociologiya: metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie (Sociologiya: 4M)* [Sociology: methodology, methods, mathematical modeling (Sociology: 4M)], 38: 38–71 (in Russian).

Auerbach C.F., Silverstein L.B. (2003) *Qualitative data: An introduction to coding and analysis*. New York: New York University Press.

Belk R.W. (1996) The Perfect Gift. In: Otnes C., Beltrami R.F. (eds.) *Gift Giving: A Research Anthology*. Bowling Green: Bowling Green State University Popular Press: 59–84.

Bennett T., Joyce P. (2010) *Material powers: Cultural studies, history and the material turn*. Oxford: Routledge.

Blumer H. (1986) *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.

Callon M., Latour B. (2011) “Thou shall not calculate!” Or how to symmetricalize gift and capital. *Athenea Digital*, 11(1): 171–192.

Camerer C. (1988) Gifts as Economic Signals and Social Symbols. *American Journal of Sociology*, 94(1): S180–S214. <https://doi.org/10.1086/228946>

Canoy M., van Ours J.C., van der Ploeg F. (2006) The Economics of Books. In: Ginsburgh V., Thorsby D. (eds.) *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Vol 1. Amsterdam: North Holland: 721–761.

Carrier J. (1991) Gifts, Commodities, and Social Relations: A Maussian View of Exchange. *Sociological Forum*, 6(1): 119–136. <https://doi.org/10.1007/BF01112730>

Cheal D. (1987) “Showing Them You Love Them”: Gift Giving and the Dialectic of Intimacy. *The Sociological Review*, 35(1): 150–169. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1987.tb00007.x>

Cheal D. (2016) *The gift economy*. London, New York: Routledge.

da Silva F.C. (2015) Following the Book: Towards a Pragmatic Sociology of the Book. *Sociology*, 50(6): 1–16. <https://doi.org/10.1177/0038038515587650>

Dewey J. (1980) *Art as Experience*. New York: Perigee Trade.

Gunther Y.H. (2017) The ineffable in art: On what can't be said. *Literature & Aesthetics*, 27(2): 17–36.

Goel S., Salganik M. (2010) Assessing respondent-driven sampling. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 107(15): 6743–6747. <https://doi.org/10.1073/pnas.1000261107>

Heckathorn D. (1997) Respondent-Driven Sampling: A New Approach to the Study of Hidden Populations. *Social Problems*, 44(2): 174–199. <https://doi.org/10.1525/sp.1997.44.2.03x0221m>

Hyun N.K., Park Y., Park S.W. (2016) Narcissism and gift giving: Not every gift is for others. *Personality and Individual Differences*, 96: 47–51. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.02.057>

Langer S. (1957) *Problems of Art*. New York: Charles Scribner's Sons.

Lin L. (2017) Food souvenirs as gifts: tourist perspectives and their motivational basis in Chinese culture. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(5): 439–454. <https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1170841>

Mead G. (2011) *A Reader*. New York: Routledge.

Mowen J.C., Minor M. (1998) *Consumer Behaviour*. Upper Saddle River: Prentice-Hall.

Mukerji C. (2015) The Material Turn. *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*: 1–13.

Nelson P. (1970) Information and Consumer Behavior. *Journal of Political Economy*, 78(2): 311–329. <https://doi.org/10.1086/259630>

Osteen M. (2013) Introduction: questions of the gift. In: Osteen M. (ed.) *The Question of the Gift*. Routledge: 1–42. <https://doi.org/10.4324/9781315015538>

Patino J. (2002) Chocolate and Cognac: Gifts and the Recognition of Social Worlds in Post-Soviet Russia. *Ethnos*, 67(3): 345–368. <https://doi.org/10.1080/0014184022000031202>

Polman E., Maglio S.J. (2017) Mere Gifting: Liking a Gift More Because It Is Shared. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(11): 1582–1594. <https://doi.org/10.1177/0146167217718525>

- Sahlins M. (1972) *Stone Age Economics*. Chicago, New York: Routledge.
- Saldana J. (2021) *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: SAGE Publications Ltd.
- Schwartz B. (1967) The Social Psychology of the Gift. *American Journal of Sociology*, 73(1): 1–11. <https://doi.org/10.1086/224432>
- Sherry J.F., McGrath M.A., Levy S.J. (1993) The Dark Side of the Gift. *Journal of Business Research*, 28(3): 225–244. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(93\)90049-U](https://doi.org/10.1016/0148-2963(93)90049-U)
- Stringer E.T. (1999) *Action research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wolfenbarger M.F. (1990) Motivations and symbolism in gift-giving behavior. *Advances in Consumer Research*, 17(1): 699–706.

### Источники

Каждый четвертый житель России хочет читать больше электронных книг (2023) *НАФИ*. [<https://nafi.ru/analytics/kazhdyy-chetvertyy-zhitel-rossii-khochet-chitat-bolshe-elektronnykh-knig/>] (дата обращения: 13.03.2025).

## MEANING BEHIND THE PAGES: WHAT MEANINGS ARE EXCHANGED BETWEEN THE GIVER AND THE RECEIVER IN THE GIFT GIVING OF BOOKS

*Daria Talakauskas* (dtalakauskas@hse.ru),  
*Igor Lukin*

HSE University, Moscow, Russia

**Citation:** Talakauskas D., Lukin I. (2026) Meaning behind the pages: What meanings are exchanged between the giver and the receiver in the gift giving of books. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 29(2): 144–169 (in Russian). <https://doi.org/10.31119/jssa.2026.29.2.6> EDN: DDQPRR

**Abstract.** Gift giving is a widespread social practice with a long history, which is an important part of social relations. However, the gift giving of books may be difficult to describe with the help of classical gift exchange theories. The aim of the present study is to determine the palette of meanings exchanged between giver and receiver in the process of book gift giving. The theoretical part of the study is based upon the interpretative paradigm; the book itself is considered as a sign that has a communicative function and is capable of conveying meanings through the act of gift giving. The theoretical classification of situations for gift giving is based on David Cheal's research, distinguishing between ritualized and personal occasions. The study uses a mixed methodology: survey data (N = 228) is combined with semi-structured interviews (N = 27). The respondents and informants were selected using respondent-driven sampling (RDS), a network-based recruitment method close to snowball sampling.

The study sample consisted of residents of Moscow and the Moscow region aged 18 to 70 years. The data analysis revealed that the theoretical classification of suitable situations does not fully describe the gift giving of books — herein the occasions are distinguished by their significance (institutionalized occasions of the first and second order, situational circumstances). The qualitative part of the study identified eight categories of meanings in gift giving, reflecting the mediating function of the book in conveying meanings, such as: gifting for communication purposes, emotional support, creating sense of belonging and validation of the other. Other categories were also highlighted, including those reflecting the hierarchy between giver and receiver. The interpretation of the identified categories in the context of book gift giving is unique and opens the field for the study of other gift-giving practices with reference to their specific characteristics.

**Keywords:** gift giving, books, gift, reciprocity, meaning, gift-giving situation, sign.

### **Funding**

This work/article is an output of a research project implemented as part of the Basic Research Program at HSE University (HSE-BR-2025-070).

### **Acknowledgements**

The authors express their gratitude to Zoya Kotelnikova, Deputy Head of the LSES HSE, and Polina Malakhova, our colleague.