



## ПОДАРОК КАК ВЕЩЬ. ОПЫТ ЦИНИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

© А. Е. Сериков

Сериков  
Андрей Евгеньевич

кандидат философских наук,  
доцент

декан философско-  
филологического факультета  
Самарская  
гуманитарная академия

*В статье рассматривается вопрос о свойствах подарка как вещи. Делается вывод о том, что подарок – вещь многозначная: простая, но обладающая магической силой; одновременно полезная и бесполезная; дорогая и не имеющая стоимости; очень личная, но вручаемая на публице; неповторимая и неожиданная, но узнаваемая; красивая, но скрывающая красоту в упаковке.*

**Ключевые слова:** вещь, подарок, дар, симуляция, магия, упаковка, сюрприз, стоимость, надпись, многозначность.

Писать о простых вещах сложно, ведь кажется, что мы и так всё о них знаем. Это касается и подарка. Кто не знает, что такое подарок? Подарок – это довольно простая вещь, которая встречается почти ежедневно. С другой стороны, это вещь не совсем обыденная, ведь она связана с нравственными, глубоко интимными и даже в чем-то сакральными отношениями между людьми. Чтобы разглядеть в подарке то, на что обычно не обращаешь внимание, следует посмотреть на него со стороны. Значит, приходится смотреть со стороны и на связанные с ним отношения, ставить их под сомнение и, как следствие, признаваться в том, в чем не так-то просто признаться даже самому себе. Например, в том, что большинство сделанных тобой в жизни подарков – не подарки, а только их видимость. А уж коли признался, но продолжаешь жить по-прежнему, выглядишь циником. Поэтому я рассматриваю данное эссе как опыт цинического исследования.

Один из возможных вопросов по поводу подарка: настоящий он или нет, подлинный это

подарок или только симулякр? Можно ли так ставить вопрос по поводу подаренной вещи? Как минимум, подарки бывают хорошие и плохие, то есть приближающиеся к идеалу или удаляющиеся от него. Но что такое этот идеал и где он обитает?

Возможно, настоящими бывают не подарки-вещи, а скрытые за ними чувства и отношения. Начиная с «Очерка о даре» Марселя Мосса (1925), профессиональные исследователи феномена дара подчеркивают, что никакая вещь сама по себе подарком не является. Сущность подарка справедливо связывается не столько с его вещественными свойствами, сколько с человеческими отношениями и ситуациями действия, в которые он вовлечен. Именно на анализ этих отношений, ситуаций, обрядов и ритуалов дарения направлено большинство современных исследований дара. Свойства подарков-вещей обычно описываются лишь в качестве дополнения к основному исследованию.

Так, социолог Владимир Иванович Ильин рассматривает подарок-вещь как одну «из сторон ситуации дарения, в которой он выступает в качестве реквизита и символа тех или иных личностных и социальных отношений»<sup>1</sup>. Свойства подарка социально конструируются. Чтобы предмет мог стать подарком, они должны позволить включить его в ситуацию дарения. В. И. Ильин называет следующие свойства. Вещь должна напоминать об акте дарения, быть памятной. Поэтому повседневная или недолговечная вещь – плохой подарок. Чтобы предотвратить превращение подарка в простую вещь, его украшают дарственной надписью. В разных ситуациях хороший подарок может быть либо дорогой, либо дешевой вещью. Хороший подарок подбирается с учетом знания личных особенностей и предпочтений получателя. Подарок – это материальный знак того, как даритель определяет получателя. Например, это может быть подарок «просто женщине», женщине-домохозяйке или женщине-любовнице. Подарок – это текст с пожеланием того, как следует его использовать: подаренная бутылка – это приглашение к вечеринке. Если дарится дешевая или обыденная вещь, она требует праздничной красивой упаковки.

В целом с выводами В. И. Ильина по поводу вещественных свойств подарка можно согласиться. Однако такие свойства, как долговечность, надпись и упаковка далеко не однозначны. Ниже я попытаюсь показать, что с ними дело обстоит так же, как и с материальной ценностью подарка: в чем-то они хороши, а в чем-то нет.

Итак, подарок – не вещь. Тем не менее, какие-то вещи становятся подарками чаще других, а какие-то почти не имеют шансов быть подаренными. Поскольку подарок социально конструируется, в разных культурах подарками служат разные вещи. Но ситуация дарения и подарок как таковой – культурные универсалии, значит есть шанс обнаружить универсальные свойства вещей, предназначенных в дар. Если нет достаточных признаков, которые делают вещь подарком, может быть существуют необ-

<sup>1</sup> Ильин, В. Подарок как социальный феномен //www.acapod.ru/page.php?id=2067&printable='Y'&p= 03a4ef1e68e59a4dc92918dcd6e8f99c

ходимые? Посмотрим, о каких свойствах подарков люди пишут и говорят, что и как они дарят друг другу<sup>2</sup>.

Подарок – магическая вещь. Иногда в магических свойствах подарка заключается его основная практическая польза, если не считать наслаждения от обладания красивой вещью. Таковы предметы, которыми обменивались тробрианцы в ходе кула<sup>3</sup>. «Основным объектом этих обменов-даров являются *вайгу'а*, нечто вроде денег. Они бывают двух видов: *мвали*, красивые браслеты, сделанные из полированных раковин и надеваемые по поводу важных событий их владельцами или родственниками последних; *сулава*, ожерелья, изготовленные искусными токарями Синакеты из красивых, туго завитых красных раковин, отливающих перламутром. Их надевают в торжественных случаях женщины, в виде исключения – мужчины, например, чтобы отогнать беду. Но обычно и ожерелья и браслеты накапливают как сокровища. Их держат, чтобы наслаждаться их обладанием. <...> Но нельзя не признать важность и священность природы этих предметов. Обладание ими «само по себе веселит, ободряет, утешает». Собственники ощупывают их и смотрят на них часами. Простой контакт способен передать их свойства. *Вайгу'а* кладут на лоб, на грудь умирающего, ими трут его живот, их заставляют плясать перед его носом. Они составляют его последнюю поддержку»<sup>4</sup>.

Но главная магия подаренной вещи заключается не в ее лечебных свойствах, иначе мы дарили бы друг другу просто лекарства. Главное – в том, что вещь переносит с собой свойства бывшего владельца, содержит в себе часть его души и сама является одухотворенной. Можно верить или не верить в такую магию буквально, но нельзя отрицать силу метонимии. Благодаря ей подарок может хранить память о прежнем владельце. Как магический предмет подарок может участвовать в ритуале, превращающем повседневность в праздник. В каком-то смысле подарок – это сакральная вещь, одухотворяющая любую банальную ситуацию. Подарок – вещь, которая способствует разрыву повседневности, нарушает своим появлением привычный ход событий, сакрализует место и пространство. Стол, на котором стоит дорогая красивая бутылка и торт, становится праздничным. Торт нужно резать, бутылку открывать – поэтому продолжать заниматься повседневными делами невозможно.

Магическая сила подарка удерживает от того, чтобы его продать или использовать как повседневную вещь, и она же заставляет отдать его следующему владельцу, если того требует обычай. Вот как интерпретирует М. Мосс рассказ представителя новозеландского племени маори об обмене вещами (*таонга*): «*Таонга* и всякая личная собственность в строгом смысле

<sup>2</sup> Ниже, кроме собственных наблюдений и классического текста М. Мосса, я опираюсь на материалы сайта [www.acapod.ru](http://www.acapod.ru), а также на результаты опроса, который по моей просьбе провели студенты философско-филологического факультета Самарской гуманитарной академии, за что выражаю им особую благодарность.

<sup>3</sup> Описанный Брониславом Малиновским обычай кругового обмена символическими дарами между племенами, населяющими Тробрианские острова (Меланезия).

<sup>4</sup> Мосс, М. Общества. Обмен. Личность: Труды по социальной антропологии. М.: Восточная литература, 1996. С. 117–121.

слова обладают неким хау, духовной властью. Вы даете мне какой-нибудь предмет, я даю его третьему лицу; тот отдает мне другой предмет, потому что его принуждает хау моего подарка; я обязан дать вам эту вещь, потому что надо вернуть вам то, что в действительности составляет продукт хау вашей *таонги*<sup>5</sup>. Этот рассказ и многие другие антропологические свидетельства дают М. Моссу повод полагать, что в обмениваемых вещах «имеется свойство, заставляющее дары циркулировать, заставляющее дарить и возмещать их»<sup>6</sup>.

Магия подарка может быть не только белой, но и черной, поэтому подарки бывают злые. Образцы сказочных злых подарков – веретено или отравленное яблоко, подаренное принцессе злой феей. Современный пример: «По телевизору показывали случай, – говорит респондент, – когда муж жене подарил место на кладбище; в итоге они развелись».

Слабая разновидность злого подарка – подарок неуместный в данной ситуации, который в другом контексте мог быть приемлемым. Неуместные и злые подарки в современном обществе – это вещи, символизирующие беду, напоминающие о чем-то плохом или табуированном. «В группу предметов, которые не могут выступать как подарок, по мнению опрошенных респондентов, входят следующие: носовые платки, ножи, желтые розы, зеркала, четное число цветов. Все эти вещи, согласно суевериям, приносят несчастья. Так, например, носовой платок приносит слезы, а четное число цветов символизирует смерть»<sup>7</sup>.

Однако злой подарок – это подарок лишь в очень широком или даже в переносном смысле. Настоящий подарок – добрый, это вещь, которая охраняет владельца и улучшает настроение, а не ухудшает его.

Магическая вещь обладает свойствами живого существа. Поэтому так хороши живые подарки, ведь их магия очевидна и изначальна. Они точно обладают душой и какими-то волшебными свойствами, например, лечат. При этом животные могут прижиться или нет, цветы – расцвести или засохнуть, символизируя тем самым отношения дарителя и получателя подарка.

Живые существа, преподносимые в подарок, бывают нескольких видов. Я ловлю себя на том, что моя классификация живых подарков напоминает классификацию животных из китайской энциклопедии Борхеса, но не могу удержаться. Итак, из живых существ подарить можно: 1) себя любимого; 2) ребенка («Я родила сына прямо на день рождения мужа!»); 3) котенка; 4) любое другое животное; 5) домашнее растение.

Ребенок – это исключительно женский подарок для мужчин (или для самой себя), в то время как «я любимый» – по преимуществу мужской подарок для женщин. Это подарки не совсем настоящие, подарки в переносном смысле.

Кошки составляют отдельную категорию потому, что это банальный подарок, самый обычный. Они быстро размножаются, и их постоянно дарят друг другу. Но при этом они упоминаются респондентами в качестве нео-

<sup>5</sup> Там же. С. 98.

<sup>6</sup> Там же. С. 155.

<sup>7</sup> Артемьева, Н. Символическое содержание подарка // [www.acapod.ru/1283.html](http://www.acapod.ru/1283.html)

бычного или неожиданного подарка чаще любого другого животного. Почему-то никто не ждет, что ему подарят котенка. Котенок так мил, что его обаянию невозможно сопротивляться. Но взрослая кошка в квартире – для многих головная боль. Живое существо – особый подарок еще и потому, что за ним нужно ухаживать. Поэтому в нашей культуре от него можно отказаться, не нарушив при этом приличий. И особенно это касается кошек. Самые типичные отговорки – это, во-первых, аллергия, затем: «У нас уже была кошка, но погибла, мама очень переживала, поэтому не хочет брать новую» и, наконец: «У меня и так их уже трое». Реальные причины отказа – коты метят территорию, а кошки рожают котят. Если же встает вопрос о кастрации или стерилизации, он часто превращается в семейные битвы, где мужчины солидаризируются с котами, а женщины сочувствуют кошкам. У мужчин логика, видимо, такая: «Сначала его, а потом меня?» Один из вариантов логики женщин: «Ты был против кастрации кота, а теперь я против стерилизации кошки!»

Другими словами, кошка часто оказывается неуместным подарком. Пример других неуместных живых подарков – кролики и слоны. Кролик – милое и забавное, но опасное в квартире существо: он перегрызает все провода и электрические соединения, и дарить его можно только в исключительных ситуациях. К счастью, живут кролики в городских квартирах обычно по одному. И хотя в теории они размножаются быстрее кошек, в городе их мало и дарят их очень редко. Про слона же одна из респонденток сказала следующее: «Фигуристке Слуцкой подарили живого индийского слона. Если бы мне подарили живого слона, я не представляю, что бы я с ним делала. Я не знаю, где бы он у меня жил, чем бы я его кормила, как бы за ним ухаживала. К тому же слон постоянно машет хоботом и, наверное, им может убить, даже не заметив этого». В связи с этим я вспомнил, что Иван Грозный сам убил подаренного ему слона, «велел изрубить присланного ему из Персии слона, не желавшего встать перед ним на колена»<sup>8</sup>. В общем, со слонами одни проблемы.

Из других животных дарят собак, обезьян, крокодилов, черепах, змей, лягушек, рыбок и даже насекомых. Лучше, если животное красивое. Например, один парень подарил своей девушке «коробку с живыми африканскими бабочками». Из домашних растений дарят чаще всего цветы, опять же по причине их красоты.

Идеальный подарок должен быть сюрпризом. То есть, если это вещь, то лучше непривычная и необычная. Это такая вещь, которой у тебя никогда не было и не могло бы быть, если бы ее не подарили. Например, участок на Луне или синие розы, ходули или бутылочка с соской, наполненная пивом. Последние примеры демонстрируют, что сюрприз по возможности должен быть веселым. Как объяснял мне мой сын: «Папа, ты не понимаешь, что друзья дарят не такие подарки, как родители. Друзья дарят прикольные подарки».

Таким образом, хороший подарок – это предмет, не похожий на другие. Но при этом какие-то его черты обязательно повторяются. Обмен по-

дарками предполагает привычку дарить и принимать вполне определенные вещи. Например, если однажды подарил дорогой подарок, трудно в следующей аналогичной ситуации дарить дешевый. Если сделал сюрприз, неловко в следующий раз дарить ожидаемую вещь. Если подарил что-то уникальное, неловко в следующий раз дарить банальность. Подарок должен походить на другие подарки, чтобы узнаваться в качестве такового. Ведь даже ритуал не всегда способствует пониманию функции совершенно непривычной вещи. Когда Колумб вступил на первый из открытых им американских островов, индейцы торжественно вручили ему бусы, фрукты и листья табака. С точки зрения индейцев, последние представляли самую большую ценность, но Колумб об этом не знал и выкинул непонятные листья за борт. Остается вопрос: воспринял ли он их вообще в качестве подарка? Может быть, они показались ему чем-то вроде упаковки?

Говорят, что подарок должен быть красивым, дорогим и бесполезным. Что здесь сказано в шутку, а что всерьез? Подарок дорог, значит, даритель действительно потратился, не отделался ерундой. Дороговизна подарка символизирует и симулирует это серьезное отношение, заменяя серьезные вложения души. Ведь можно было сочинить песню или написать картину, но не каждому это дано.

Цена и полезность многих подарков находятся в другом отношении, чем у обычной вещи. Заглянем в магазин, где продаются так называемые «подарки для деловых людей». Продаваемые там вещи называются подарками именно в силу их дороговизны и бесполезности. Дороговизна бросается в глаза, но это не по-настоящему дорогие вещи, их стоимость создается искусственно. Это не художественные произведения и не антиквариат, а нарочитые подделки под древность или экзотику, такие как декоративные глобусы, на которых ничего не рассмотришь, или кинжалы в позолоте, но с тупым лезвием. Антикварный глобус или кинжал когда-то были изготовлены для дела, они были настоящими вещами в древности, а сегодня – это по-настоящему редкие вещи. С такой точки зрения, они могли бы стать настоящим подарком. Но, будучи настоящими, они могут рассматриваться как капиталовложение, могут быть проданы. Это так называемые «ценные подарки», то есть не просто подарки, а нечто иное. С другой стороны, просто подарки нарочито бесполезны и декоративны, то есть тоже не вполне настоящие.

Нельзя дарить дорогой бесполезный подарок, купленный на деньги того, кому его дарят. В этом случае нет гарантии, что он обрадует. «Я бы не отказался попробовать настоящее дорогое шампанское или настоящий коньяк, – говорит один из респондентов, – но если бы мне их подарили, за свои деньги я их покупать не хочу». Но в семье с общим бюджетом часто так и получается. В этой ситуации человек может почувствовать, что его собственные деньги, которые он зарабатывал и сэкономил, потрачены на глупость. Поэтому подарить члену семьи нужно то, о чем он мечтал, что ему действительно нужно. Близкие родственники хорошо знают друг друга и могут угадать желания одариваемого. Если желания угаданы, подарок может быть недорогим. С другой стороны, если вещь полезна, она может быть и дорогой. При этом под видом подарка для одного из членов семьи

<sup>8</sup> Ключевский, В. О. Русская история. М.: ЭКСМО, 2005. С. 222.

делаются покупки вещей, нужных всем. Таковы машины, мебель, спортивное снаряжение, книги и фильмы. Формально велосипед или палатка дарится одному, но пользуется ими вся семья. Близкие друзья также дарят друг другу вещи, подобранные с учетом индивидуальных особенностей, и их подарки обычно тоже недорогие. Дорогие подарки чаще дарят просто знакомым или коллегам, когда отсутствие магии уникального подбора вещи компенсируется ценой.

Одна из важных характеристик подарка – в невозможности точно определить его денежную стоимость. Когда мы покупаем вещь в подарок, мы срываем с нее бирку и прячем чек. Но ведь без чека недействителен гарантийный талон! Ну и что, зато подарок с чеком – это уже не совсем подарок! Так думают многие люди в нашей стране. А вот в США дарить подарок вместе с чеком – это норма. Ведь иначе американцы не смогли бы обменивать в магазинах подарки на другие, более нужные им вещи. То есть, их подарки – более откровенные симулякры, чем наши. Но почему бы не дарить просто деньги? Некоторые так и поступают, но большинство все-таки чувствует, что деньги не обладают магической силой, не делают праздника, даже если их упаковать в красивый конверт и приложить открытку. Точнее, чтобы деньги обладали магией, их должно быть очень много, а вот чудесной вещи достаточно одной!

Особая вещь – детский подарок. Обычно это игрушка – бесполезная, с точки зрения взрослого, вещь. Взрослый предпочитает подарить ребенку что-нибудь полезное для здоровья, необходимое в учебе или нужное в быту. Но дети таким подаркам радуются мало. Считается, что взрослые в игрушки не играют, и им дарят особые взрослые подарки. Но давайте посмотрим, каким подаркам по-настоящему радуются взрослые. Это те же игрушки, только более дорогие. Именно таковыми считают женщины подарки, которые нравятся мужчинам, а мужчины – подарки, о которых мечтают женщины. При этом и те, и другие дарят детям игрушки, в которые не наигрались в детстве сами. Скажем, хочет взрослый покататься на лыжах и дарит их своему ребенку, мечтающему о компьютерной стрелялке.

Но почему говорят, что подарок должен быть бесполезным? Я думаю, дело здесь не только в шутке. Бесполезность максимально отделяет вещь от товара и от взятки. Товар – это вещь, которая либо перепродается, либо потребляется, либо хранится ради денежной ценности. В идеальном подарке должны быть уничтожены эти свойства товара. Подарки могут быть изначально предназначены к постоянному обмену – как браслеты и ожерелья тробрианцев, и тогда они не продаются и не хранятся слишком долго. Подарки могут быть магическими предметами, воплощающими честь и могущество рода, предназначенными быть семейными ценностями, и тогда они могут храниться вечно, но не могут быть потреблены или проданы. Подарки могут быть полезными вещами, предназначенными для потребления, но не для того, чтобы продать или передарить. Употребить такие вещи лучше в присутствии дарителя или вместе с ним. Подарок недолговечный, то есть предназначенный для уничтожения, сродни вещам, предназначенным в традиционных обществах для потлача и жертвоприно-

шения. И, наконец, подарки бывают заведомо бесполезные в качестве вещей и поэтому невозможные в качестве товара.

Вся польза такого подарка – в магической силе связывать людей. Но бесполезную вещь нельзя использовать практически. Она – в чистом виде знак человеческих отношений и взаимных обязательств. И как все чистое такой подарок немного раздражает: лучше уж его можно было съесть, выпить или выкурить. Он раздражает, так как не приносит удовольствия. Исключение – когда подарок сделан дорогим человеком, тогда удовольствие заключается в понимании того, что вы находитесь в особых отношениях, в воспоминаниях об этом человеке, в надежде на будущие встречи. А когда таких отношений нет, единственное наслаждение, которое может принести бесполезный подарок, – это наслаждение от его созерцания. Поэтому он и должен быть красивым.

В этом смысле образцовым подарком является букет цветов: цветы дороги, красиво упакованы и красивы сами по себе, бесполезны, а главное – они быстро вянут, и поэтому их нельзя продать или засунуть в шкаф до следующего праздника и передарить. Именно в силу своей абсолютной бесполезности цветы не могут быть взяткой.

Иногда они еще и приятно пахнут, но поскольку цветы с запахом массово производят так и не научились, в последнее время распространяется идея, что запах для цветов не обязателен. Тем более, что при публичном вручении подарка запах не слышен большинству присутствующих, не виден по телевизору и не сохраняется на фотографиях.

Вручение цветов основано на мифе о том, что все женщины любят цветы. Я думаю, что любят их многие, но не все. Возможно, кто-то из женщин любит не цветы сами по себе, а цветы как знак романтических отношений. В любом случае, из знака любви мужчины к женщине цветы постепенно превратились в универсальный подарок, и в нашем эмансипированном мире их теперь дарят и мужчинам. Во что превращается букет, подаренный мужчине, которому любование цветами как таковыми особого наслаждения не доставляет? Цветы становятся красивым «веником», который нужно куда-то пристроить, чтобы самому не искать для него вазу, а потом ее не мыть, когда цветы завянут. Лучше всего передарить подруге, жене или маме и получить с этого хоть какие-то дивиденды. Ведь им будет приятно, хоть они и знают, что цветы подарены на работе. Еще можно схитрить и сказать подруге, что купил букет специально для нее; жена все равно не поверит, а маме врать нехорошо. Но проще всего оставить букет секретарше, тогда и везти его никуда не надо, и неловкости от собственной лжи испытывать не придется.

В одном из социологических опросов респондент сказал, что подарок – это «вещь, которую я хочу...»<sup>9</sup>. Итак, подарок как вещь – это объект желания. Всякая ли вещь способна вызвать желание? Какими свойствами она должна обладать, чтобы его вызвать? Эту вещь должен желать тот, кому дарят. Но ведь нельзя дарить то, что он желает совершенно открыто, как дети в голливудских фильмах, составляющие списки того, что хотят

<sup>9</sup> Егорова, М. Подарок самому себе //www.acapod.ru/1243.html

найти под елкой. В этом смысле намного интересней поступала моя пятилетняя дочь, которая концентрировалась на образе подарка, морщив при этом лоб, и надеялась, что Дед Мороз «проникнет в ее мысли». Действительно, идеальный дарящий, как добрый волшебник, должен уметь угадывать желания, не расспрашивая о них напрямую. Идеальный подарок – вещь, которую желаешь, но не говоришь об этом никому, может быть, даже самому себе. Поэтому желанный подарок и может быть чудом, прерывающим повседневность.

Подарок – вещь, которую желает и сам даритель. Она становится настоящим подарком, когда отрывается им от себя. Ведь нельзя же дарить то, что самому не нравится. А раз нужно оторвать от себя, значит выпивка или торт, которые употребляются тут же, – не совсем настоящие подарки. А подарить новую книгу или кино, оторвав их от себя, – весьма двусмысленный поступок. Ведь если ты их уже читал или смотрел, они уже не новые, а если нет – потому что оторвал от себя, – то тогда нет уверенности, что они хороши.

Подарок – вещь, которую желаешь, но сам себе по разным причинам не купишь, а если и купишь, то не всегда в этом признаешься. А тут вроде бы деваться некуда: ведь не выбрасывать вещь, раз уж подарили. Например, один студент в интервью рассказывает, что друзья сделали ему сюрприз – подарили резиновую женщину. Она вроде бы и не нужна, но чем черт не шутит?! А те, кто купил и подарил, тоже вроде бы сделали это не для себя, не ради употребления, а так, ради шутки. Ведь надо же что-то дарить. Теперь можно приходиться в гости и вместе забавляться.

Кстати, вещь, призванная радовать, должна быть приспособлена к телу того, кому предназначена. Приспособленность, а значит, некая близость даримой вещи к телу одариваемого приближает к нему и дарителя. Это делает некоторые подарки интимными, такими, которые уместны лишь среди очень близких людей. И речь идет не только о резиновых женщинах или нижнем белье. Это может быть и книга, все зависит от содержания. Идеальный подарок должен поразить в самое сердце, вскрыть тайные желания. Но ведь мы не всегда хотим, чтобы о наших тайных желаниях узнали окружающие. Отсюда – одна из функций упаковки: скрывать наши желания.

Но в упаковке главное не это. Поскольку магия подарка призвана создавать праздник, красота подарка совершенно не случайна. Если подарок по какой-то причине невзрачен сам по себе, его следует красиво упаковать. Таким образом, упаковка украшает, но при этом скрывает подарок. С одной стороны, это делает его сюрпризом, добавляет загадочности. С другой стороны, упаковка прячет подлинный облик товара, его возможную собственную красоту. Упаковка намекает на то, что красота товара может быть внутренней.

Упаковка – магическое средство, превращающее вещь в подарок. Но всегда ли подарок должен быть упакован? Думаю, что нет. Еще относительно недавно многие подарки в нашей стране дарили без упаковки. Сегодня это настолько трудно представить, что и вспомнить почти невозможно. Приходится цепляться за какие-нибудь исключительные события. Помню,

например, как восемнадцать лет назад оказался в Америке на Рождество и не мог понять, зачем каждый подарок обязательно заворачивать в красивую плотную бумагу. У нас тогда так заворачивали посылки. А подарки если и упаковывали, то индивидуально. Праздничная упаковка, сделанная руками дарителя, была частью уникального подарка. Специальной подарочной бумаги не существовало, а если бы и была, рука б не поднялась известить такую красоту на обертку. Нынче у нас упаковка товара – обычное дело в любом супермаркете, а праздничная упаковка естественна для любой вещи, купленной в подарок. Но именно поэтому упаковка – признак массового товара, признак подарка, купленного в супермаркете. Например, упакованные цветы – купленные, а не собранные в поле или срезанные в своем саду.

Одно из магических средств, украшающих вещь и превращающих ее в подарок, – дарственная надпись. С помощью надписи в подарок может быть превращена совершенно никчемная и неуместная вещь. Например, один из респондентов восхищался подаренным ему рулоном туалетной бумаги, полностью исписанным поздравлениями.

Подарок должен быть подписан. Возьмем книгу, про которую часто говорят, что она лучший подарок. Если книга не надписана, ее можно продать или передарить. Тот, кто дарит книгу без надписи, как бы не уверен в магии своего подарка. Поэтому надписывается не сама книга, а вкладываемая в нее открытка. Но и это не предел симуляции. Для того, чтобы подписать открытку, нужно вложить в нее душу, придумать текст, постараться написать красивым почерком. Но зачем страдать, если есть готовые открытки, уже подписанные? Купил книгу, готовую открытку, вложил одно в другое, попросил упаковать в праздничную обертку – и никаких эмоциональных затрат. Но и магии, к сожалению, почти никакой. Раньше открытки высылали по почте. Они были открытыми письмами, и поэтому текст на них писался самостоятельно. Никому не приходило в голову купить готовое письмо и послать его другу. Сегодня открытка перестала быть индивидуальной и стала таким же символом супермаркета, как и упаковка.

Итак, настоящий подарок – вещь *многозначная*: простая, но обладающая магической силой; одновременно полезная и бесполезная; дорогая и не имеющая стоимости; очень личная, но вручаемая на публике; неповторимая и неожиданная, но узнаваемая; красивая, но скрывающая красоту в упаковке.