

УДК 304.444  
ББК 71.06

**Мостицкая Наталья Дмитриевна**

Доктор культурологии, доцент, заведующая аспирантурой,  
Государственный институт искусствознания, 125009, Россия, Москва,  
Козицкий пер., 5  
ORCID ID: 0000-0001-8774-0375  
ResearcherID: ABD-2486-2020  
mozt@rambler.ru

**Михайлов Ашраф Борисович**

Основатель коллекции ООО «Янгиль-Арт», 105066, Россия, Москва,  
ул. Старая Басманная, 34  
ORCID ID: 0000-0001-6678-212X  
ResearcherID: GQY-6760-2022  
yangilart@list.ru

**Ключевые слова:** праздничная коммуникация, трансляция ценностей,  
подарок, модель праздника, функции подарка, праздничная синергия

Мостицкая Наталья Дмитриевна, Михайлов Ашраф Борисович

# Философия подарка в структуре типологической модели праздников



This is an open access article distributed under  
the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

DOI: 10.51678/2226-0072-2023-3-62-83

**Для цит.:** Мостицкая Н.Д., Михайлов А.Б. Философия подарка в структуре типологической модели праздников // Художественная культура. 2023. № 3. С. 62–83. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2023-3-62-83>.

**For cit.:** Mostitskaya N.D., Mikhailov A.B. Gift-Giving Philosophy as Part of a Typological Model of Festivities. *Hudozhestvennaya kul'tura* [Art & Culture Studies], 2023, no. 3, pp. 62–83. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2023-3-62-83>. (In Russian)

**Mostitskaya Natalya D.**

D. Sc. (in Cultural Studies), Associate Professor, Head of Postgraduate Course, State Institute for Art Studies, 5 Kozitsky Lane, Moscow, 125009, Russia  
ORCID ID: 0000-0001-8774-0375  
ResearcherID: ABD-2486-2020  
mozt@rambler.ru

**Mikhailov Ashraf B.**

Founder of the Yangil Art Collection, 34 Staraya Basmannaya Str., Moscow, 105066, Russia  
ORCID ID: 0000-0001-6678-212X  
ResearcherID: GQY-6760-2022  
yangilart@list.ru

**Keywords:** festive communication, value transmission, gift, holiday pattern, gift functions, festive synergy

**Mostitskaya Natalya D., Mikhailov Ashraf B.**

Gift-Giving Philosophy as Part  
of a Typological Model of Festivities

**Аннотация.** В статье предлагается рассмотреть авторскую типологическую модель праздников как методологическое основание для анализа феномена подарка, дара в структуре праздничной коммуникации. Актуальность исследования определяется корреляцией с такими темами, как «трансляция ценностей», «социальная память», «праздничная культура», «дар». Авторы акцентируют внимание на мнемической функции праздника и роли подарка в формировании ценностных ориентиров, транслируемых в праздничных ритуалах. Этот подход нашел отражение как в классификации праздников, представленной на примере моделей: «праздник-взрыв», «динамический праздник», «лаговый праздник» и «нейтрально-мнемный праздник», так и в гипотезе, предполагающей, что при раскрытии мнемического потенциала подарка в праздничном обряде становится возможным изменение модели праздничной коммуникации.

Основные предположения по теме статьи подтверждаются на материале анализа семантической составляющей уникального артефакта — золотого наградного портсигара с изображением первого советского герба работы С.В. Чехонина, который был вручен Н.В. Лисовским и С.И. Араловым от Реввоенсовета 12-й армии участнику освободительных боев за Киев С. Беккеру в 1920 году. Портсигар рассматривается здесь как дар, подарок и анализируется с точки зрения возможности включения его в структуру той или иной праздничной модели. Новизна исследования заключается в акцентировании внимания на функции подарка как катализатора праздничной коммуникации. Подарок рассматривается как культурный код события, как ретранслятор ценностей, знак сущностной идеи праздника, он способен как усилить, так и деконструировать коммуникативную модель праздника.

**Abstract.** The article explores a unique typological model of festivities as a methodological background for the gift concept analysis in the structure of festive communication. The relevance of research is recognized through correlation with such topics as “value transmission”, “social memory”, “festive culture” and “offering”. The authors of the article bring two questions to the fore: the mnemonic function of a celebration and the role of a gift in value guidelines formation, i.e. the values which were communicated during festive ceremonies. The idea has been reflected in two concepts: first — in a holiday classification pattern, with examples of “explosive holiday”, “dynamic holiday” “lagging holiday” and “neutrally mnemonic holiday”; second — in a hypothesis assuming that a festive communication pattern might be a subject to change through unveiling mnemonic potential of a gift during a festive ceremony.

The key assumptions of the article are proven through the semantic analysis of a unique artefact — a premium gold cigarette case with an image of the first Soviet coat of arms, a work by S.V. Chekhonin. N.V. Lisovskii and S.I. Aralov, who spoke for the Revolutionary Military Council of the 12<sup>th</sup> Army, awarded this case to S. Bekker, a participant in liberation battles for Kiev, in 1920. The cigarette case is considered as an offering and a gift. The authors analyse which holiday pattern the cigarette case is most likely to fit in. The novelty of research is that the authors highlight the role of a gift as a catalyst for festive communication. A gift is thought of as a cultural code of an event, value transmitter, and the very essence of a holiday idea. A gift has a great power which can either reinforce or ruin the festive communication model.

## Введение

Подарок как культурный феномен рассматривается многими авторами часто в социологической парадигме как форма построения или маркировки социальных связей и иерархии в обществе. Во многом разделяя эту точку зрения, в данной статье акцентируем внимание на условиях самого акта дарения в структуре праздничной коммуникации. Исследователи солидарны в том, что праздничное событие непосредственно придает вещи статус подарка. При этом, конечно, к подарку предъявляется ряд функциональных требований. Так, например, в работе В. Ильина [2] сформулированы требования к предмету, который предполагается рассматривать как подарок: во-первых, подарок призван напомнить о принадлежности дарителя и одариваемого к одной социальной сети, быть репрезентантом этой сети в своих предметно-символических формах (желательно не утилитарным либо с памятной надписью); во-вторых, стоимость подарка воспринимается как знак вложения в сеть, та цена, которую человек отдает из собственного жизненного резерва, как своеобразная жертва (в то же время эта жертва не должна превышать возможностей ответной жертвенности одариваемого); в третьих, подарок это текст, подразумевающий образ одариваемого в представлении дарителя; в четвертых, важен необыденный статус вещи (сама по себе дорогая вещь или упакованный подарок). В трудах Н.А. Хренова указано, что праздничный ритуал выстраивается вокруг некоторого жертвоприношения [11, с. 217], в центре которого находится сакральный предмет. В качестве такового предмета уместнее всего рассматривать именно подарок. Важно учитывать, что предметность и материальность подарка как вещи обеспечивает ему возможность быть носителем знакового кода, отсылающего к памятным событиям. Как пишет американский исследователь Марк Фортни (M. Fortney, 2021), в памяти сохранится именно то, что связано с воображением и другими памятными событиями, а следовательно, принятие подарка как ценности в какой-то мере будет определять семиосферу человека, впечатываясь в памяти как культурный код. Более того, такое «интеллектуальное восприятие» [13, р. 118] позволяет через взаимодействие с артефактом погружаться в хронотоп события, меняя для себя ход времени [16]. Согласно А. Геннепу, такое мифологическое время можно назвать

«обрядом перехода» [14, р. 15], который впечатывается в знаковую кодировку подарка. Таким образом, статус предмета как подарка позволяет рассматривать на его примере весь спектр праздничной коммуникации, а также отношение дарителя и одариваемого. Акцент в данной статье предлагается сделать на изучении мнемической функции подарка, т.е. подарка как хранителя социальной памяти, получившей материально-знаковое воплощение в конкретном предмете. Поэтому нас интересует момент принятия или передачи дара в структуре праздничной коммуникации.

## Философия подарка

В заявленной теме «философия подарка» предполагается раскрыть феномен подарка с точки зрения как функционализма предмета, так и со-бытийного отношения к праздничной коммуникации, закрепленного в памяти. Подарок в этом случае рассматривается как «эмерджент» [1, с. 17] взаимоотношений дарителя и одариваемого (новое качество, рождаемое в процессе взаимодействия, в снятом виде включающее качества всех субъектов диалога и приобретающее свою самостоятельность и иногда вещественность). То есть подарок выступает как некоторый вещественный знак вербальной, духовной или смысловой связи собеседников. Подарок, будучи многофункциональным предметом, встроен в саму структуру праздника как равноправный коммуникативный элемент, он способен трансформировать праздничный процесс как в сторону деконструкции «праздничности», так и в сторону усиления «праздничности». В данном исследовании под «праздником» понимается событие, призванное транслировать культурные ценности посредством особого коммуникативного пространства, выходящего за рамки повседневных ритуалов, со своим праздничным хронотопом. При этом под «праздничностью» [5, с. 130–140] в этом случае понимается опыт откровений, освоения человеком культурной ценности как безусловной истины, свободы, вневременности, всеобщности. В этом смысле укрепление «праздничности» как сущностной основы праздника связано с принятием новых ценностей, а деконструкция «праздничности» приводит к обезцениванию события, в том числе и подарков, включенных в праздничный ритуал.

## Типологическая модель праздников

По существу, наличие эмоционально-радостной составляющей праздника подразумевает возможность целостного переживания события, запоминаемого как ценностное переживание, маркируемое символически детерминированной вещью, наделяемой функцией хранения этого синергичного переживания — со-бытия. Поэтому подарок здесь становится репрезентантом процесса субъект-субъектного взаимодействия (праздничной коммуникации) или «эмерджентом». В этом случае, анализируя подарок как «эмерджент» отношений дарителя и одариваемого, можно предложить новый ракурс для анализа подарка в структуре праздников. Более того, если в самом пространстве праздника подарку не уделяется много внимания, то в структуре повседневной бытовой практики коннотация подарка становится своеобразным «временным порталом» для возвращения в воспоминаниях в праздничное энергоемкое и со-бытийное пространство.

Исходя из данного тезиса, напрашиваются два варианта исследования темы: во-первых, какое влияние будет оказывать коммуникативная модель праздника на выбор подарка; во-вторых, способен ли подарок изменить эту самую коммуникативную модель праздника. Для ответа на первый вопрос воспользуемся типологией праздничных моделей, подробно описанных в диссертации «Праздничное и повседневное в коммуникативном пространстве культуры», а также в статье [6]. Обращение к данной типологии обусловлено тем, что здесь концепция памяти является методологически определяющей для обозначения различных праздничных со-бытийных ситуаций, поэтому мнемическая функция подарка в этом случае может быть корректно раскрыта.

Представим следующие модели праздников (как разрыва повседневности), обозначив при этом место подарка в каждой из них.

Первую модель «праздник-взрыв-случай» [6, с. 46–47] предлагается рассматривать как наиболее яркое событие, сохраняемое в памяти и транслируемое последующим поколениям. Праздник воспринимается как «откровение», т.е. в процессе праздничной коммуникации формируются новые ценности, впоследствии влияющие на практики повседневной жизни. В таких праздниках обязательно актуализируется соборное коллективное пространство, усиливающее понимание

всеми участниками общности целей и интересов, воспринимаемых как новые ценности, регулирующие дальнейшие жизненные стратегии. В зависимости от нравственного уровня участников коллективной синергии изменения в повседневности приобретают либо деструктивный, либо инновационный характер. Поскольку синергичность со-бытия, определяющая «взрывной» характер праздника, может возникнуть спонтанно, то можно предположить, что своеобразным катализатором синергичности способен выступить оригинальный подарок, включенный в резонанс праздничного ритуала — с одной стороны. В то же время, с другой стороны — подарок, врученный в момент соборного единения, становится знаком-символом такого коллективного общего переживания единства и целостности, своеобразным культурным кодом, в котором могут быть зашифрованы эпохальные стратегические, аксиологические, культурные изменения в жизни как отдельных людей, так и больших социальных групп.

Вторая модель «динамический праздник» [6, с. 46–47] описывает праздничное событие, призванное усилить социальные связи за счет признания общих целей и ценностей, сформировать общее соборное пространство. В отличие от первой модели стихийного праздничного «взрыва» динамический праздник конструируется как рациональная технология трансляции общих целей и ценностей в едином эмоционально-радостном коммуникативном пространстве. То есть здесь рациональность противопоставлена стихийности. Праздничное событие продумывается организаторами в рамках строгого ритуала. Авторы праздника конструируют особый хронотоп события, позволяющий организовать условия для трансляции той или иной общей ценности, положенной в основании культуры. Впоследствии данная конструкция становится традиционной формой празднования — со своим набором обрядов, позволяющих транслировать ценности, определяющие идею данного праздника.

Поскольку «динамическая модель» праздника направлена на стабилизацию практики повседневности относительно общих коллективных ценностей, объединения людей относительно общих целей, то в данной модели праздника подарки будут строго регламентированы, чтобы не вызвать непредсказуемого эффекта, разрушающего общий идеологический конструкт праздничного события. В то же время коннотация подарка может быть использована для усиления эффекта праздничного

события и перевода его на уровень модели «праздник-взрыв» хотя бы в отдельных субъективных переживаниях участников события. Но в этой ситуации многозначность в символике подарка, свободные интерпретации его символики могут дестабилизировать обряд дарения. В связи с появлением новых интерпретаций подарочной символики, которые могут возникнуть у зрителей, возможна трансформация самой идеи праздника (подарок колдуньи в сказке «Спящая царевна»).

В динамическом празднике подарок имеет огромное значение и в его функции входит формирование знаков-меток, регламентирующих движение смыслов в повседневной жизни. Сам подарок как вещь, помещаемая в бытовое пространство или используемая в повседневной практике, призван актуализировать в памяти человека праздничные переживания сакральных смыслов для того, чтобы постоянно соотносить свои действия с декларируемыми ценностями, пережитыми в праздничном соборном единстве как радостное событие или откровение. Именно эта задача подарка, на наш взгляд, является его сущностной идеей. Но такого рода подарки не могут существовать вне контекста эмоционально яркого переживания праздничных событий, откровений или соборного единения, поэтому как только праздник теряет свою соборную природу и становится формальным собранием одиночных индивидуумов, связанных только общим пространством и ритуалом, то мы наблюдаем изменение функции подарка и смену праздничной модели.

Описание третьей модели «*лаговый праздник*» [6, с. 46–47] предполагает обсуждение «псевдопраздничного» события, которое, по сути, лишено сакральности и соборности. Данные аспекты праздничности лишь фиктивно моделируются благодаря тому, что люди стараются придерживаться праздничной традиции, но при этом первоначальная идея, положенная в основу формирования традиции, полностью или частично утрачена. Традиционные ритуалы или обряды, формально именуемые праздниками, сохраняют лишь механическую последовательность совершения тех или иных практик, позволяющих сконструировать праздничный хронотоп, в то время как смысловое наполнение праздника может уходить на дальний план, а акценты ставятся на декоративно-эмоциональном оформлении события. Смысл как бы запаздывает, его надо дополнительно объяснять, поскольку сам архаический ритуал уже перестает нести функцию текста для участ-

ников праздника. В связи с этим отсутствует строгая регламентация праздничного коммуникативного пространства, это приводит к тому, что подарок становится автономным, не связанным с транслируемой в празднике идеей, т.е. при выборе подарков люди не ориентируются на идею праздника. Не случайно сейчас распространенным видом подарка становится денежная сумма, позволяющая одариваемому самому для себя определить вид подарка, а соответственно данная вещь уже не будет выполнять памятную функцию, связанную с дарителями и самим событием, поскольку вещь появится намного позже и в контексте совсем других переживаний и коммуникаций.

«Лаговый» праздник в итоге приводит к разбалансировке ценностного основания культуры, поскольку здесь культура лишается «живого праздника» как одного из важнейших инструментов поддержания, сохранения, трансляции и формирования базовых ценностей и идеалов. Что касается отношения к подарку, то он также теряет свое сущностное значение для человека и становится только предметом потребления и обмена. Феномен передаривания подарков очень точно описывает данную модель. Подарок здесь экономически детерминирован и подчиняется запросу рынка и маркетинга. В лаговом празднике подарок кладется «на полку» или используется в быту, теряя символику соотнесенности с памятным событием, что, в свою очередь, нивелирует его ценность и транслируемые ценности.

Разрушение культурных традиций, цементирующих базовые ценности культуры, приводит к эффекту замещения традиционных праздников праздничными «новообразованиями», которые, с одной стороны, призваны эмоционально расслабить людей, а с другой стороны, деконструировать общепринятые нормы и ценности.

Характеризуя модель «*нейтрально-мнемного праздника*» [6, с. 46–47], надо отметить, что для проведения данного праздничного ритуала необходимы алкоголь-наркотические вещества, максимально активизирующие эмоционально-образное восприятие человека, выводящие его за рамки привычного восприятия ситуации, способствующие разрушению когнитивных моделей восприятия. Самая популярная форма таких праздников связана с использованием различных увеселительных практик и акцентирования чувственно-эмоциональной сферы. Праздник, в основу которого ставится исключительно трапеза и алкоголь, приводит к разрушению ценностей, границ праздничности и повседневности

и искаженному восприятию мира. Нейтрально-мнемный характер праздника проявляется часто в досуговой деятельности, которая для современников заменяет праздники. В праздниках такого рода используются различные формы искусственного конструирования эмоции, но при этом событие не ориентировано на процесс вербализации сакральных ценностей культуры. Скорее в этом празднике доминирует стихийность человека, его дионисийское начало, стремление к разрушению, выход за рамки культурных норм, что, в свою очередь, активно используется современными политтехнологами [15] и маркетологами. Поэтому наиболее популярно в этой модели праздников использование различного рода транквилизаторов. После данного праздника повседневность воспринимается как жесткая система ограничений, лишаящих человека индивидуальной свободы. При этом такого рода праздник предполагает не свободу выбора ценностей, а свободу выхода эмоций и проявления спонтанных чувств. «Нейтрально-мнемный» праздник предполагает разрушение ценностных ориентиров, провозглашает доминанту чувственности и телесности над рациональностью и духовностью. В структуре нейтрально-мнемного праздника основным подарком становится элемент трапезы или транквилизатор, т.е. подарок актуален только на момент праздника, и после завершения события он перестает выполнять какие-либо памятные функции или вообще перестает существовать как таковой.

Напомним, что подарок в структуре праздника выполняет функцию «эмерджента» социального взаимодействия, или является носителем рожденного в со-бытии смысла, и транслирует этот смысл в знаках и формах своей «вещности», обеспечивая его включение в практику повседневности. В этом случае подарок становится культурным артефактом, репрезентирующим модель праздничной коммуникации и культурных ценностей. Анализируя вещь, приносимую в качестве дара, мы раскрываем особенности конструирования синергичного пространства в праздничной коммуникации. Тот характер искомой энергии, сил, впечатлений, к которым стремятся собеседники в праздничной коммуникации, впечатан в символически-функциональном значении подарка, а поэтому подарок может косвенно указывать на приоритетную модель праздника, для которого он был создан или выбран.

Так, современный исследователь В. Ильин в статье «Подарок как социальный феномен» выделяет свойства вещи, которая становится

подарком: вещь должна быть памятной, с дарственной надписью, выбирается со знанием предпочтений получателя, подарок — это знак того, как даритель определяет получателя [см.: 2]. В то же время А.Е. Сериков указывает на «магические свойства подарка» [8, с. 92], подразумевая наличие метакоммуникации. В нашей интерпретации «метакоммуникация» может раскрываться посредством анализа практик или технологий конструирования социальной синергии, или символического указания на соборное единство, определенный коллектив или группу, объединенную общими ценностями и целями.

Отметим важное замечание В. Ильина, который полагает, что дистанцирование в отношениях отражается в дистанцировании при выборе подарка, на который уже оказывает влияние элементарный расчет, актуализируется утилитарность подарка. Здесь надо отметить, что момент дистанцирования свидетельствует об отсутствии праздничной соборности, а значит, можно говорить о доминанте «лаговой» модели праздника. Надо сказать, что в каждой модели праздничной коммуникации доминирует свой тип коммуникативной дистанции между собеседниками. Так, в модели «взрыва» и «динамической» дистанция максимально сокращается в момент синергичного переживания общей идеи, в то время как в «лаговой» и «нейтрально-мнемной» моделях, наоборот, дистанция увеличивается, а участники праздничной коммуникации становятся все более автономными. В то же время «нейтрально-мнемная» модель стремится преодолеть это размежевание участников события, используя действие транквилизаторов, но такое мнимое сближение сохраняется только в праздничном хронотопе, не выходя за рамки самого события.

Отметим еще одно существенное наблюдение В. Ильина, что маркером близких отношений дарителя и одариваемого является акцент на эмоциональной составляющей подарка, формальные отношения более индифферентны к эмоциям одариваемого и скорее фиксируют принадлежность к той или иной социальной группе. Таким образом, на наш взгляд, важность эмоциональной составляющей при передаче подарка свидетельствует о том, что даритель ориентирован на конструирование «динамической» модели праздника, целью которой является формирование общих ценностей и целей дарителя и одариваемого, признание одариваемого членом единой социальной общности. Также В. Ильин утверждает, что подарок становится своео-

бразной «инвестицией» в социальную сеть, он тем самым маркирует социальный обмен или установление устойчивых коммуникативных связей между всеми членами определенной социальной группы. То есть с помощью подарка можно изменить типологическую модель праздника от дистанцированного «лагового» к более близкому коммуникативному опыту «динамического» праздника.

Праздничное событие, благодаря своей эмоциональной насыщенности, позволяет создать наиболее комфортное пространство для такого рода обмена подарками и конструирования устойчивых социальных коммуникаций. Не случайно в каждой культуре существует свой календарный ритм традиционных праздников, сопровождающихся ритуалом дарения подарков. При этом чаще всего эти подарки регламентированы и ориентированы на создание социальных связей, укрепления целостности культуры.

Резюмируя рассуждения о типологии праздников и месте подарка в структуре праздников, отметим, что, во-первых, типологическая модель праздника описывает логику взаимоотношения внутри праздничного коммуникативного пространства, при этом любой праздник может развиваться как в рамках одной модели, так и динамично меняться, включая попеременно разные модели коммуникации в зависимости от использования практик, обеспечивающих соборное единство, коллективное переживание общих целей или практик, активизирующих изоляцию всех участников события. Во-вторых, подарок в структуре праздника можно рассматривать как субъективный феномен, способный трансформировать модель праздничной коммуникации, усиливая знаково-символическую составляющую события.

Так, если «динамический» праздник призван укреплять социальные связи, сокращать дистанцию между собеседниками, включая их в близкий круг общения, то появление подарка с негативной коннотацией может привести к конфликту и деконструкции «динамической» модели праздника. В то же время в «лаговой» модели праздника появление уникального, многозначного подарка-текста, раскрывающего подлинные смыслы праздничной традиции, позволит трансформировать «лаговую» модель в «динамическую» и т.д.

Рассматривая сущностные аспекты подарка как самостоятельного феномена в ритуале праздничной коммуникации, важно

обратиться к архаическим истокам возникновения традиции одаривания. Так, одним из ярких примеров языческой традиции является утилитарный принцип «ты мне — я тебе», проявляющийся в организации праздничной церемонии, на которой богам приносили жертвы-подарки, а взамен просили покровительства и жизненные блага. При этом чем дороже или ценнее жертва (наиболее ценной жертвой, конечно, являлась человеческая жизнь), тем большей помощи просили от богов. Такой рациональный функционализм подарка, безусловно, свидетельствует о его важном значении в структуре культуры, как коммуникативном, религиозном, так и социальном. Подарок как феномен культуры способен репрезентировать целую эпоху. В этом смысле можно классифицировать подарки по степени их масштабности в плане охвата исторически знаковых событий, персон. В то же время интересный подход связан и с предполагаемым ответным шагом одариваемого, который, несомненно, планируется дарителем в момент стратегического продумывания семиотического и материально воплощенного смысла подарка, поскольку в этом случае подарок выступает как участник коммуникации и на него возлагаются надежды, связанные с укреплением социальных связей, перспектив дальнейших стратегий. Не случайно в архаических приношениях основной целью было сохранение коммуникативной связи с богами, через которую осуществлялась гармонизация «космоса» социокультурной жизни человека, с обязательно обозначенной иерархической системой социальных отношений.

Если продолжить разговор о типологии праздников, то именно «динамический» праздник придает максимальное значение подарку. В этой модели праздника подарок, особенно преподносимый иерархически значимым персонам, должен быть дорогим (в денежном эквиваленте), это будет свидетельствовать о статусе одариваемого человека — с одной стороны, и с другой стороны — о некоторой «жертве» дарителя (а значит, своеобразном «эмердженте» как снятом качестве в диалоге двух субъектов коммуникативного процесса). Несомненно, в семиотике подарка в этом случае заключается текст, передающий историческую значимость праздничного события, что непосредственно важно для обозначения места и роли одариваемого в тех событиях, которые легли в основание праздничной церемонии. При этом, если

подарок имеет еще и прикладное значение, то, на наш взгляд, это только усиливает его ценность, поскольку этот предмет становится сакральным текстом, который постоянно напоминает о себе в процессе практического использования, а человек возвращается к памятным событиям, возобновляя воспоминания о своих заслугах, мотивируя себя на новые свершения.

### Наградной портсигар как подарок

В качестве примера такого концептуального подарка можно привести золотой наградной портсигар с первым вариантом герба РСФСР и дарственной надписью от 1920 года.

Тогда, 100 лет назад, велись ожесточенные бои за Киев. Западная интервенция пыталась реализовать свои интересы в отношении украинской территории и ресурсов. Событие освобождения Киева было одним из переломных в Гражданской войне на пути к созданию новой государственности. Реввоенсовет 12-й армии принял решение наградить начальника экспедиционного отряда Семена Беккера памятным знаком-подарком, поддерживая таким образом боевой дух командиров.

Надо сказать, что к выбору подарка и организации самого вручения подошли очень внимательно. Знак должен был говорить о владельце, его статусе и заслугах перед молодым государством. Выбор пал на золотой портсигар, выполненный на манер золотого слитка. Такой дорогой подарок свидетельствовал о принадлежности его обладателя к кругу пассионариев, способных кардинально изменить историю России.

На портсигар поместили первый герб молодого государства (единственный на сегодняшний момент сохранившийся экземпляр по заключению эксперта по культурным ценностям, уполномоченного Министерством культуры, члена Геральдического совета при Президенте РФ С.С. Левина) и дарственную надпись «„Начупроформу XII Тов. Беккеру За умелое формирование и пополнение частей армии в самые серьезные моменты переживания фронта от Реввоенсовета XII“ — Реввоенсовет XII Аралов/Н. Лисовский 21 ноября 1920/г. Киев».

Подарок вручали на заседании Реввоенсовета, что несомненно обеспечило эмоциональный подъем для всех участников события.



**Ил. 1.** Портсигар в виде золотого самородка. 1908–1917. Вес — 203 г. Золото 56 пробы, напыление; сапфиры, бриллианты, аметист, изумруд, рубин, накладной герб РСФСР образца 1918–1920 годов. Автор С.В. Чехонин. Накладная монограмма «СБ» (подарок Семену Беккеру). Коллекция «Янгиль-Арт», Москва



**Ил. 2.** Обратная сторона портсигара. Коллекция «Янгиль-Арт», Москва





**Ил. 3.** Портсигар с гербом РСФСР образца 1918–1920 годов. Вручен за особые заслуги в период Киевской операции РККА 1918–1920 годов от Реввоенсовета XII армии в г. Киев 21 ноября 1920 г. Коллекция «Янгиль-Арт», Москва

В дарственной надписи на портсигаре указаны такие известные люди, как:

— Семен Иванович Аралов — участник 20 сражений Первой мировой войны, орденосец, полковник Советской Армии, первый руководитель советской военной разведки как спецслужбы, первый руководитель регистрационного штаба Реввоенсовета.

— Лисовский Николай Васильевич — офицер, награжденный несколькими орденами еще в период службы в царской армии до революционных событий, в 1920 году командующий 12-й армией.

— Семен Беккер, начавший свой путь с должности командира разведчиков, после взятия Киева становится комендантом освобожденного города. В дальнейшей биографии Семена Беккера будет период, когда он будет занимать разные должности при руководстве Реввоенсовета СССР. О военачальниках С.И. Аралове и Н.В. Лисовском подробные материалы были представлены журналистом-историком Н. Сидоровым [см.: 9; 10].

События наших дней свидетельствуют о новом историческом переломе развития государства. Портсигар как исторический артефакт,

хранящий имена влиятельных военачальников-стратегов Советской Армии, становится метасимволом победы над деструктивными силами, разрушающими единство России, и может выступать в качестве подарка, способного изменить типологическую модель праздника, выводя его на уровень «динамического» или «взрывного».

Так золотой портсигар, получая статус подарка, становится сакральным символом военных побед, исторических событий, знаком повторения истории, а также вписывает в летопись ярких личностей, создающих историю. И так такого рода вещь, включенная в праздничную коммуникацию, способна стать основой для организации праздника.

### Заключение

Резюмируя вышесказанное, отметим наиболее важные сущностные характеристики подарка как феномена культуры в структуре типологической модели праздников.

Во-первых, подарок выступает как культурный код, фиксирующий значимое событие в символах и знаках предмета.

Во-вторых, часто подарок выполняет функцию трансляции ценностей, лежащих в фундаменте культуры и определяющих обыденную практику. Семантика подарка служит постоянным напоминанием о данных ценностях.

В-третьих, подарок обладает потенциалом, способным трансформировать модель праздника, усиливая или ослабляя коммуникативные связи между людьми.

В-четвертых, подарок непосредственно связан с воспоминанием об эмоциональном состоянии или «откровении», которое сопутствовало моменту получения подарка.

В-пятых, подарок символически закрепляет социальный статус одариваемого и его место в иерархической системе социальной группы.

Таким образом, задача подарка — включить человека в социальное коммуникативное пространство, основанное на признании общей системы ценностей, которые детерминируют структуру повседневных практик. Если подарок эти функции не выполняет, то он непосредственно является знаком «лаговой» или «нейтрально-мнемной» модели праздника, деконструирующей существующую культуру.

## Список литературы:

- 1 Жуковский В.И., Пивоваров Д.В. Интеллектуальная визуализация сущности. Красноярск: Крас. госуниверситет, 1999. 223 с.
- 2 Ильин В.И. Подарок как социальный феномен // Рубеж: альманах социальных исследований. Вып. 16/17. URL: <http://www.consumers.narod.ru/book/gift.html> (дата обращения 10.10.2022).
- 3 Курбатов В.П., Верещагина И.М. Значение праздничной символики // Концепт. 2015. № 5 (май). С. 91–95. URL: <http://e-kon-sept.ru/2015/15147.htm> (дата обращения 10.10.2022).
- 4 Мосс М. Очерк о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах // Мосс М. Общества. Обмен. Личность. М.: «Восточная литература» РАН, 1996. URL: [http://anthro-economicus.narod.ru/files/Moss\\_Present.pdf](http://anthro-economicus.narod.ru/files/Moss_Present.pdf) (дата обращения 15.08.2022).
- 5 Мостицкая Н.Д. Праздничность и повседневность в проекции константности и динамичности бытия культуры // Философская мысль. 2016. № 4. С. 129–143. <https://doi.org/10.7256/2409-8728.2016.4.18338>. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=18338](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=18338) (дата обращения 28.08.2022).
- 6 Мостицкая Н.Д. Концепция «лаг» и «взрыв» в типологизации праздников // Культура и искусство. 2018. № 9. С. 43–49. <https://doi.org/10.7256/2454-0625.2018.9.27419>. URL: [https://e-notabene.ru/pki/article\\_27419.html](https://e-notabene.ru/pki/article_27419.html) (дата обращения 10.05.2022).
- 7 Привалова В.М. Ритуалы культуры как процесс знаково-символической инициации сознания // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2017. Т. 19. № 4. С. 104–112.
- 8 Сериков А.Е. Подарок как вещь. Опыт цинического исследования // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». 2008. № 1. С. 90–99. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podarok-kak-vesch-opyt-tsinicheskogo-issledovaniya/viewer> (дата обращения 12.10.2022).
- 9 Сидоров Н. Об основателе ГРУ, портсигаре и гербе РСФСР // Слово. 14.06.2021. № 11. URL: [https://www.gazeta-slovo.ru/publikatsii/publikatsii\\_5747.html](https://www.gazeta-slovo.ru/publikatsii/publikatsii_5747.html) (дата обращения 12.10.2022).
- 10 Сидоров Н. Комкор Николай Лисовский // Слово. 01.07.2021. № 13. URL: [https://www.gazeta-slovo.ru/publikatsii/publikatsii\\_6127.html](https://www.gazeta-slovo.ru/publikatsii/publikatsii_6127.html) (дата обращения 12.10.2022).
- 11 Хренов Н.А. Визуальная коммуникация: культурологическое исследование. М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2019. 480 с.
- 12 Хренов Н.А. Праздничный ритуал как архетип переходной ситуации в истории // Хренов Н.А. Социальная психология зрелищного общения: теория и история. 2-е изд. М.: Юрайт, 2019. С. 215–219.
- 13 Fortney M. Evans on Intellectual Attention and Memory Demonstratives // Analytic Philosophy. 2021. Vol. 63. Issue 2. P. 118–130. URL: <https://doi.org/10.1111/phib.12222> (дата обращения 30.08.2022).
- 14 Kertzer D.I. Introduction // Gennep A., van. The Rites of Passage. Chicago: University of Chicago Press, 1961. URL: [https://press.uchicago.edu/dam/ucsp/books/pdf/course\\_intro/978-0-226-62949-0\\_course\\_intro.pdf](https://press.uchicago.edu/dam/ucsp/books/pdf/course_intro/978-0-226-62949-0_course_intro.pdf) (дата обращения 28.08.2022).
- 15 Mann S.R. The Reaction to Chaos // Complexity, Global Politics, and National Security / Ed. by D.S. Alberts, T.J. Czerwinski. Washington: National Defense University, 1997. P. 62–68.
- 16 Miller K., Norton J. If Time Can Pass, Time Can Pass at Different Rates // Analytic Philosophy. 2021. Vol. 62. Issue 1. P. 21–32.
- 17 Turner V.W. Dramas, Fields, and Metaphors: Symbolic Action in Human Society. Cornell University Press, 1974. 309 p.
- 18 Zhukovsky V.I., Pivovarov D.V. Concept of Sacral and System of Sacralization // Journal of SFU. Humanities & Social Sciences. 2014. № 7. P. 1216–1221.

## References:

- 1 Zhukovskii V.I., Pivovarov D.V. *Intellektual'naya vizualizatsiya sushchnosti* [Intelligent Visualization of the Entity]. Krasnoyarsk, Kras. gosuniversitet Publ., 1999. 223 p. (In Russian)
- 2 Il'in V. Podarok kak sotsial'nyi fenomen [Gift as a Social Phenomenon]. *Rubezh: al'manakh sotsial'nykh issledovaniy*, issue 16/17. Available at: <http://www.consumers.narod.ru/book/gift.html> (accessed 10.10.2022). (In Russian)
- 3 Kurbatov V.P., Vereshchagina I.M. Znachenie prazdnichnoi simvoliki [The Meaning of Festive Symbols]. *Kontsept*, 2015, no. 5 (May), pp. 91–95. Available at: <http://e-kon-sept.ru/2015/15147.htm> (accessed 10.10.2022). (In Russian)
- 4 Moss M. Ocherk o dare. Forma i osnovanie obmena v arkhaischeskikh obshchestvakh [An Essay about the Gift. The Form and Basis of Exchange in Archaic Societies]. Moss M. *Obshchestva. Obmen. Lichnost'* [Societies. Exchange. Personality]. Moscow, Vostochnaya literatura RAN Publ., 1996. Available at: [http://anthro-economicus.narod.ru/files/Moss\\_Present.pdf](http://anthro-economicus.narod.ru/files/Moss_Present.pdf) (accessed 15.08.2022). (In Russian)
- 5 Mostitskaya N.D. Prazdnichnost' i povsednevnost' v proektsii konstantnosti i dinamichnosti bytiya kul'tury [Festiveness and Everyday Life in the Projection of the Constancy and Dynamism of the Existence of Culture]. *Filosofskaya mysl'*, 2016, no. 4, pp. 129–143. <https://doi.org/10.7256/2409-8728.2016.4.18338>. Available at: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=18338](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=18338) (accessed 28.08.2022). (In Russian)
- 6 Mostitskaya N.D. Kontseptsiya "lag" i "vzryv" v tipologizatsii prazdnikov [The Concept of "Lag" and "Explosion" in the Typologization of Holidays]. *Kul'tura i iskusstvo*, 2018, no. 9, pp. 43–49. <https://doi.org/10.7256/2454-0625.2018.9.27419>. Available at: [https://e-notabene.ru/pki/article\\_27419.html](https://e-notabene.ru/pki/article_27419.html) (accessed 10.05.2022). (In Russian)
- 7 Privalova V.M. Ritualy kul'tury kak protsess znakovo-simvolicheskoi initsiatsii soznaniya [Rituals of Culture as a Process of Symbolic Initiation of Consciousness]. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk. Sotsial'nye, gumanitarnye, mediko-biologicheskie nauki*, 2017, vol. 19, no. 4, pp. 104–112. (In Russian)
- 8 Serikov A.E. Podarok kak veshch'. Opyt tsinicheskogo issledovaniya [A Gift as a Thing. The Experience of Cynical Research]. *Vestnik Samarskoi gumanitarnoi akademii. Seriya "Filosofiya"*, 2008, no. 1, pp. 90–99. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/podarok-kak-vesch-opyt-tsinicheskogo-issledovaniya/viewer> (accessed 12.10.2022). (In Russian)
- 9 Sidorov N. Ob osnovatele GRU, portsigare i gerbe RSFSR [About the Founder of the GRU, Cigarette Case and Coat of Arms of the RSFSR]. *Slovo*, 14.06.2021, no. 11. Available at: [https://www.gazeta-slovo.ru/publikatsii/publikatsii\\_5747.html](https://www.gazeta-slovo.ru/publikatsii/publikatsii_5747.html) (accessed 12.10.2022). (In Russian)
- 10 Sidorov N. Komkor Nikolai Lisovskii [Komkor Nikolay Lisovsky]. *Slovo*, 01.07.2021, no. 13. Available at: [https://www.gazeta-slovo.ru/publikatsii/publikatsii\\_6127.html](https://www.gazeta-slovo.ru/publikatsii/publikatsii_6127.html) (accessed 12.10.2022). (In Russian)
- 11 Khrenov N.A. *Vizual'naya kommunikatsiya: kul'turologicheskoe issledovanie* [Visual Communication: Cultural Research]. Moscow, St. Petersburg, Tsentr gumanitarnykh initsiativ Publ., 2019. 480 p. (In Russian)
- 12 Khrenov N.A. Prazdnichnyi ritual kak arkhetyip perekhodnoi situatsii v istorii [Festive Ritual as an Archetype of a Transitional Situation in History]. Khrenov N.A. *Sotsial'naya psihologiya zrelischnogo obshcheniya: teoriya i istoriya* [Social Psychology of Entertainment Communication: Theory and History]. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow, Yurayt Publ., 2019, pp. 215–219. (In Russian)
- 13 Fortney M. Evans on Intellectual Attention and Memory Demonstratives. *Analytic Philosophy*, 2021, vol. 63, issue 2, pp. 118–130. Available at: <https://doi.org/10.1111/phib.12222> (accessed 30.08.2022).

- 14 Kertzer D.I. Introduction. Gennep A., van. *The Rites of Passage*. Chicago, University of Chicago Press, 1961. Available at: [https://press.uchicago.edu/dam/ucp/books/pdf/course\\_intro/978-0-226-62949-0\\_course\\_intro.pdf](https://press.uchicago.edu/dam/ucp/books/pdf/course_intro/978-0-226-62949-0_course_intro.pdf) (accessed 28.08.2022).
- 15 Mann S.R. The Reaction to Chaos. *Complexity, Global Politics, and National Security*, eds. D.S. Alberts, T.J. Czerwinski. Washington, National Defense University, 1997, pp. 62–68.
- 16 Miller K., Norton J. If Time Can Pass, Time Can Pass at Different Rates. *Analytic Philosophy*, 2021, vol. 62, issue 1, pp. 21–32.
- 17 Turner V.W. *Dramas, Fields, and Metaphors: Symbolic Action in Human Society*. Cornell University Press, 1974. 309 p.
- 18 Zhukovsky V.I., Pivovarov D.V. Concept of Sacral and System of Sacralization. *Journal of SFU. Humanities & Social Sciences*, 2014, no. 7, pp. 1216–1221.