

## SOVIETINIS VARTOTOJIŠKUMAS

Tačiau pati sovietinė „nepriteklių ekonomika“ stūmė visuomenę į gana aukštą aktyvumą, tik jis buvo nepolitinis. Retai kada sovietinėje visuomenėje galima būtų įžvelgti visuomeninio aktyvumo atvejus, tačiau iki šiol visuomeninis sovietinių piliečių aktyvumas nėra pakankamai tyrinėtas, tad kiekybiškai įvertinti jo mastus yra kol kas sunku. Visgi sovietinių piliečių aktyvumas buvo pirmiausia ir beveik išimtinai vartotojiškas.

Apsirūpinimas kasdieniam gyvenimui būtinomis prekėmis reikalavo iš sovietinio piliečio nemažai energijos ir sumanumo, plačių socialinių tinklų kūrimo ir jų nuolatinio puoselėjimo ([...]). Tuo pačiu metu dėl intensyvios urbanizacijos, didėjančio visuomenės išsimokslinimo ir Sovietų Sąjungon patenkančios informacijos apie Vakarų ekonominį klestėjimą, augo ir kokybiniai reikalavimai plataus vartojimo prekėms, keitėsi pačios kultūrinės ir socialinės vertybės. Sovietinių piliečių aktyvumas, formavęsis siekiant vartotojiškų tikslų, kuris, reikia pažymėti, nebuvo vienodai išplitęs po visą SSRS teritoriją, turėjo įtakos ir masiniam socialiniam judėjimui, nes tai nebūtų įvykę ir per tokį trumpą laiką visomis prasmėmis pasyvioje ir abejingoje visuomenėje. [...]

Kad ir koks ekonominis pakilimas būtų vykęs Brežnevo valdymo metu, eiliniam sovietiniam piliečiui, beveik nepatiriančiam apčiuopiamo kasdienio gyvenimo pagerėjimo, o tik blogėjimą, jis teliko paprasta propaganda, metodiškai nuo septintojo dešimtmečio transliuojama kiekvieną vakarą per centrinės televizijos naujienų programą „Laikas“ (*Vremia*) ([...]), ir stiprino iš politinės apatijos, cinizmo ir egoizmo susiformavusias individualias nuostatas ([...]). Tai suteikė Vakarams pranašumų ideologinėje kovoje su komunistiniu bloku - ekonominių nepriteklių ir nuolatinio įvairių produktų trūkumo sąlygomis gyvenantys žmonės ([...]) buvo neatsparūs ideologinei vartotojiškos visuomenės propagandai. Įvairios radijo stočių transliacijos ir apskritai bet kokie vakarietiški kultūriniai ir materialiniai produktai, pasiekdavę Sovietų Sąjungą įvairiais keliais, tarp jų ir užsienyje pagamintos plataus vartojimo prekės, patenkančios į vidaus rinką, demonstravo SSRS žmonėms vakarietiškos kultūros ir demokratinės santvarkos pranašumus ir silpnino sovietinio režimo legitimumą. Dažniausiai eilinio sovietinio piliečio susidūrimas su Vakarų pasauliu bylojo SSRS nenaudai. Įspūdį darė bet kuris į rankas pakliuvęs blizgantis prekybos centro katalogas ar net tuščia prekės pakuotė, kino filmai ir pan. Dėl šių priešsčių vakarietiškos radijo stotys, transliavusios į Sovietų Sąjungą, ypač į Pabaltijo respublikas, buvo itin efektyvios ideologinėje kovoje ([...]). Politinė kova su priešiška ideologija viską pavertė sėkmingu ginklu – ir politinių įvykių analizę, ir tiesmuką politinę indoktrinaciją, ir roko muziką ar teniso marškinėlius, ar lūžtančių nuo produktų gausos vakarietškų „supermarketų“ vaizdus ([...]).

Bulota R. „SSRS reformų išvakarėse: nomenklatūra ir inteligentija Lietuvoje“, in: *Darbai ir dienos*, nr. 49, 2008, p. 71–72.