

СУХІ ЗАКОН І ГАРЭЛАЧНЫЯ ТАЛОНЫ: АНТРАПАЛОГІЯ АДАПТЫЎНЫХ ЭКАНАМІЧНЫХ ПРАКТЫК

ІРЫНА МАХОЎСКАЯ

Анотацыя: Артыкул прысвечаны некаторым аспектам вуснагістарычнага даследавання,¹ мэтай якога было вывучэнне памяці аб чаканнях, успрыяцці і рэальным вопыце радыкальных рэформ другой паловы 1980-х – пачатку 1990-х гадоў, вядомых пад агульнай назвай “перабудова”, а менавіта – штодзённым адаптыўным эканамічным практыкам ва ўмовах “сухога закону”.

Ключавыя словы: перабудова, сухі закон, вусная гісторыя, памяць, эканамічны крызіс, штодзённыя адаптыўныя практыкі, постсавецкая гісторыя Беларусі.

PROHIBITION OF ALCOHOL AND VODKA TICKETS: ANTHROPOLOGY OF ADAPTIVE ECONOMIC PRACTICES

Abstract: The article presents several aspects of the oral history research focused on the study of memory about Belarusian countryside residents' expectations, perceptions and actual experience of the drastic reforms in the period of the late 1980s – early 1990s, known as perestroika, and particularly, everyday adoptive economic practices during the time of alcohol prohibition.

Keywords: Perestroika, Prohibition of Alcohol, Oral History, Memory, Economic Crisis, Everyday Adaptive Practices, Post-Soviet History of Belarus.

¹ Артыкул напісаны ў рамках вуснагістарычнага міжнароднага праекта “Трансфармацыя штодзённых адаптыўных практык: савецкі/постсавецкі перыяд (Украіна, Беларусь)” выконваўся пры падтрымцы CASE (2008–2010 гады) у сааўтарстве з Ірынай Раманавай. Інтэрв’юраванне праводзілася ў маі–кастрычніку 2009 года ў 6 абласцях Беларусі ў населеных пунктах не большых за раённы цэнтр, было апытана 80 чалавек (25 мужчын і 55 жанчын; 30 чалавек маюць вышэйшую адукацыю, 40 чалавек – сярэдняю і сярэдне спецыяльную, 10 чалавек не маюць сярэдняй адукацыі). Усе матэрыялы захоўваюцца ў асабістых архівах аўтараў.

Падрабязней аб праекце: http://palityka.org/pdf/Congress-2011/05_section.pdf

Эканамічныя паводзіны заўсёды скіраваныя на дасягненне выгады, якая з'яўляецца фактарам суб'ектыўнай ацэнкі, але яна – абавязковы элемент рацыянальнасці эканамічных паводзін. Ступень рацыянальнасці эканамічных тактык ва ўмовах крызісу – складанае пытанне, любое дзеянне ёсць вынікам сінтэзу некалькіх фактараў: традыцыі, каштоўнасных арыентацый, наяўнасці неабходных сродкаў і пастаўленых мэтаў. Сёння самі інфарманты схільныя лічыць некаторыя эканамічныя дзеянні часоў “перабудовы” нерацыянальнымі. Але ў дэпрывацыйным стане афектыўныя дзеянні маюць сваю рацыянальнасць і мэтазгоднасць, яны, напрыклад, выконваюць функцыю ахоўную, псіхатэрапеўтычную.

Патрэбна кароткая характарыстыка вуснагістарычнага даследавання: час, месца, колькасць апытаных, параметры выбаркі.

Асобнае месца памяці аб крызісе другой паловы 1980-х і пачатку 1990-х – гарбачоўская антыалкагольная кампанія. 16 мая 1985 года выйшаў Загад Прэзідыума Вярхоўнага Савета СССР “Аб узмацненні барацьбы з п'янствам”. Быў распрацаваны шырокі комплекс адміністрацыйных і прапагандысцкіх мер, рэзка скарацілася колькасць магазінаў, якія гандлявалі спіртнымі напоямі, абмежаваны быў час продажу. Алкагольныя напоі пачынаюць адпускаць толькі па спецыяльных даведках на “сур'ёзныя мерапрыемствы”: памінкі, юбілеі. *“Складаліся спісы, дзе ўказвалася колькасць паўналетніх усямі. ... Толькі ў выпадку пахавання людзі маглі набыць дзве скрыні гарэлкі, і то з дакументальным пацверджаннем”,* – кажа Сяргей Б. Намеснік старшыні калгасу Анатолій Л.: *“Нават калі прыезджалі госці вырашаць пытанні калгасныя. Прыязжаю ў сельскі савет, няма нідзе ж, толькі па спісах. То я разы чатыры, мабыць, цешчу сваю ўжо пакойную хаваў. Прыязджаю: так і так, цешча памерла. Ну, дае 15 пляшак гарэлкі. Бяру, а што – частаваў тады, бо прыязджаюць з Мінска нейкія пытанні вырашаць”.*

На пачатку 1990-х на спіртныя напоі, як і на іншыя тавары, былі ўведзены талоны: 1 пляшка гарэлкі і 2 пляшкі віна ў месяц.

Сітуацыя з наяўнасцю спіртнога справакавала трансфармацыю практык набыцця, спажывання і, нярэдка, вытворчасці гарэлкі. Але эканамічныя паводзіны адносна спіртнога нельга разглядаць у тым жа сэнсавым поле, што і сітуацыю недахопу іншых рэчаў. Тут трэба мець на ўвазе асобы семіятычны статус спіртных напояў. Спажывецкія тактыкі тут неабходна разглядаць у ракурсе каштоўнасна-рацыянальнай эканамічнай дзейнасці, механізмы якой вызначаўся перш за ўсё традыцыяй. Традыцыя прадугледжвала наяўнасць спіртных напояў падчас практычна любой больш ці менш значнай падзеі, якая суправаджалася застоллем. *“Тая, што нараджае, яна ж і пахавае”,* казалі пра гарэлку.

Было сорамна не прапанаваць спіртныя напоі гасцям, і проста немагчымай была іх адсутнасць ці недахоп у такіх мерапрыемствах, як вяселле ці памінкі.

Другі аспект – гарэлка ці самогон з’яўляліся фактычна эквівалентам грошай: любую паслугу, аказаную па-за службовымі абавязкамі (а часам таксама і ў рамках іх), было прынята аплочваць спіртным. Аляксандр М. адзначае: *“... ты паказваеш пляшку і табе ў 5 секунд ускапалі агарод, да прыкладу, для бабулі. Ці нешта зрабілі за пляшку. Гэта так і называлася – вадкі долар. Раней грошы ніхто не прызнаваў у твая часы. Пляшку давай – зробім. А не, на фіг грошы, што ты за іх купіш?”*

Як і ў выпадку з іншымі таварамі, немагчымасць рэалізаваць спажывецкія патрэбы выклікала некалькі сцэнараў адаптыўнага рэагавання. Па-першае, ажыятажны попыт на гарэлку і назапашванне ў перавышаючых патрэбы колькасцях. *“Скрынямі ў людзей дома стаяла і віно, і гарэлка, хваталі толькі так”* (Тамара Ш.); *“Была тая гарэлка, на гарышчы 8 скрыняў. Купляла, на пляшчы насіла, мы не пілі дома, на пляшчы назапашвала. Сыну на вяселле сабрала яшчэ з 1980-х гадоў”* (Валянціна М.); *“Ну, я купляла, ставіла на ФАПе за канану – купоны ж прападаюць! Яна мне трэба была тая гарэлка?! На чорта яна мне была! Але ж трэба было забраць: як жа ж, купон прападзе!”* (Валянціна Л.).

Інфарманты ўпэўненыя, што такі ажыятаж выклікаў не толькі рост набыцця гарэлкі, але і спажывання. Узгадвае Мікалай Ж.: *“А на самой справе, гэта было чарговае знішчэнне народу. Раней чалавек ідзе з працы, зойдзе ў магазін, 150 выпіў, закусіў і пайшоў дадому. Не п’яны і не цвярозы. А калі яны зрабілі “сухі закон”, наш народ пачаў напівацца да ўпаду. Гэта значыць трэба сёння напіцца, а раптам заўтра не будзе [...] Напрыклад, патэлефанавалі ў Глуск, у Глуску гандлююць віном. Вось за 50 км садзяцца на машыну і пруюць, у Глуск. Напрыклад, 5 чалавек, кожны бярэ па скрыні. І гэтыя 5 скрыняў амаль выпіваюць. Якая гэта цвярозасць?! Барацьба!”*

Другая тактыка адаптыўнага рэагавання выразілася ў пашыраным наладжванні хатняй вытворчасці спіртных напояў. У беларускай правінцыі практычна ў кожнай сям’і ў 1990-я выраблялі (гналі) самогон для ўнутраных патрэбаў.

Ва ўмовах дэфіцыту неабходных інгрэдыентаў былі вынайздзены новыя рэцэпты, зыходзячы з таго, што заставалася ў крамах, – гналі з карамелі, таматнай пасты і нават пральнага парашку. *“Умудраліся з чаго хочаш гнаць: з варэння, з мёда, з чаго хочаш”*, – успамінае Марына Д. *“Нават з пральнага парашку гналі, але потым, праўда, па два-тры дні ад яго адхадзілі. А правяралі так: на руку яго, пацёр, калі бурбалкі пайшлі, значыць, пральны парашок”*, – расказаў Эдуард М.

Традыцыйна падвяргаліся і падвяргаюцца сёння асуджэнню вытворцы самагону на продаж, як тыя, хто дзейнічае “з мэтай нажывы” і “спойвае людзей дзеля грошай”. Аднак для крызіснага стану была зроблена істотная скідка. Ва ўспамінах практычна не падымалася тэма незаконнасці дадзенай вытворчасці. Сумленне і сумленнасць разглядаліся ў межах апазіцыі якасны/няякасны самагон, а не гнаць/не гнаць. Уладзімір Т. падкрэсліў: *“Вы што, калі б, не дай Божа, ведалі, што прадаў такую гарэлку [няякасную], гэта б на ўсю вёску ганьба! Усе б ведалі! Вы што?!”*

Складвалася асаблівая культура вытворчасці самагону са сваім “кодэсам якасці”, дзякуючы якому самагон атрымліваўся *“значыцельна палезней для арганізма, чым куплёная водка.”* *“Добрая якасць, – кажа Уладзімір Ш., – не тое, што бывае гарэлка, асабліва гэтая клімавіцкая, вогуле страшная”;* *“У Баянічах, ведаю... Талковая якасць гэтага самагонаварэння. Дасць фору любой дзяржаўная, акрамя брэскай і “Крышталь”. Градусаў 60, нават паху няма, галава на наступны дзень не баліць. Спецыялісты!”* (Анатолій Л.)

Паказальна ў гэтым рэчышчы ўжыванне характарыстыкі “культурны” адносна самагону і яго вытворцаў: *“Тата мой гнаў. Тата мой быў чалавек культурны: з зерня [гнаў]”* (Аліна К.); *“Я ў сябра бачыў самагонны апарат. Так зроблены, што глядзіш на яго – і хочацца на выстаўку паставіць. Такі культурны, што калі хто зойдзе, то і не кажа, што гэта самагонны апарат”* (Уладзімір Л.).

Дзейнічалі даволі буйныя падпольныя вытворчасці, якія з цягам часу набылі вядомасць і пэўную рэпутацыю. *“Калінкаўская была моцная. Па 75 градусаў. Яны і зараз ёсць гэтыя заводы ... З чаго яны рабілі, не ведаю. Але лічылася, што калінкаўская гэта вельмі добрая. Якасная”* (Уладзімір Т.). *“Боркаўская самагонка знакамітая”* (Ігар М.). Намеснік старшыні калгаса: *“У Баянічах, я ведаю, завод такі ёсць. Мне прыходзілася два разы бачыць. То я знішчыў завод такі. Другі выпадак, то не знішчыў, бо сам дачыненне меў: для вырашэння вытворчых пытанняў... Талковая якасць у іх была”* (Анатолій Л.).

Дадзеная сітуацыя паказальная для ілюстрацыі залежнасці дэпрывацыйнага стану і маральных установак. Дэпрывацыйны стан легалізуе мадэлі паводзін, для звычайнага жыцця непажаданыя ці наогул недапушчальныя. Быццам і ёсць адчуванне незаконнасці гэтай дзейнасці, але адказнасць інфарманты перакладаюць на абставіны і дзяржаву, якая не пакінула ім выбару: *“Дзяржава навучыла самагоначку гнаць... Гарбачоў навучыў”* (Генадзій С.).

Інфарманты схільныя лічыць, што і сённяшні вельмі высокі ўзровень алкагалізацыі насельніцтва – гэта таксама вынік непрадуманай

гарбачоўскай антыалкагольнай кампаніі. Рэзюміруе Іван Л.: *“Вось тады людзі сталі піць яшчэ горш. І я лічу, што антыалкагольнае заканадаўства было ў карані няправільнае. Калі б пра яго не гаварылі нічога, не ўводзілі яго, то на сённяшні дзень, сёння, людзі таксама так не пілі б. Проста само сабой ішло. А так імкнуўся кожны...”*