

СОЦІАЛЬНІ СИМВОЛИ ЧАСУ В ГЛЮТОНІЧНОМУ ФРЕЙМІ

Глютоніми – символи часу – соціально конотовані мовні знаки периферійної зони глютонічного фрейму (корпусу мовних знаків, пов'язаних зі сферою харчування), що відповідають мисленнєвому аналогу естетично канонізованої для певного часового відрізка культурно значимої концептуальної структури іншої, ніж первинний зміст реалії чи знака, поняттєвої сфери; важкозрозумілий без контексту та фонових знань. Важливими соціально конотованими мовно-концептуальними знаками периферійної зони глютонічного фрейму є такі соціальні символи часу, як *черга*, *пайок*, *дефіцит*. Лексема *дефіцит* у контексті пізнього радянського часу (1980-ті роки), безсумнівно, є відзначеним «місцем» у топографії колективної пам'яті тих, хто цей час пережив. «Початок 1980-х років це *жахливий дефіцит*». Якщо черга є «фокальною точкою» радянської культури, то увесь досвід розподілу продуктів харчування при їхній постійній нестачі можна, за виразом Мелвіла Херсковіца, назвати «феноменом, який надає культурі особливого акценту, дає можливість сторонньому відчуті її особливий аромат і охарактеризувати кількома словами її сутнісну орієнтацію». Інший тип мовного переносу вживання слова *дефіцит* у значенні *дефіцитний продукт*, наприклад, *узав набір з дефіцитом*, *стояв у черзі за дефіцитом* або знаменита райкінська фраза: «*Дефіцит! Смак специфічний!*». Опозиційною по відношенню до лексеми *дефіцит* є номінація *пайок* – слово, що супроводжувало повсякденне життя протягом майже всієї історії радянського суспільства. Влада комуністів почалася при картковій (пайковий) системі й закінчилася при нормованому (талонному) розподілі. Пайки періоду розвиненого соціалізму мали відмітні риси й номінувалися словосполученням *продуктове замовлення*. Дату його появи навряд чи можна зазначити точно, але напевне це кінець 1960-х початок 1970-х років, коли підприємства зобов'язали перейти на госпрозрахунок, і їхні керівники «з метою залучення робочої сили, фахівців або створення клієнтури... стали часто ставити на карту умови постачання». Уміст словосполучення *продуктове замовлення* вербалізував стали «матеріальні» референти, що й досі є символічним ресурсом «пам'яті про дефіцит»: *ковбаса*, *майонез*, *горошок*, *шпроти*, *шампанське* плюс «навантаження»: певні непопулярні, «неходові» харчові товари. Отже, сама назва *замовлення* була досить умовною, оскільки той, хто його одержував, звичайно не мав можливості вибору продуктів. Отримання

продуктового замовлення можна розглядати як певний «ритуал долучення», супроводжуваного почуттям «одержання в дарунок» (хоча зрозуміло, що замовлення оплачували, іноді навіть із деякою націнкою). Добре відомі неозначено-особові дієслова типу *викинули, підкинули, видали, дали* тощо, які звичайно вживалися для опису отримання продуктів харчування (і, зокрема, продовольчих замовлень на роботі). У цьому контексті надзвичайно актуальною вбачається соціальна конотація дієслова *діставати* (на відміну від *купити*), семантика якого реалізовувалася в одному з двох соціолінгвальних полів: 1) лексеми *спритний, успішний, везучий, метикуватий, доступ, спекулянт, фарцовщик, привілей, чорний ринок, по благу, з-під поли, з-під прилавка, ковбасна електричка, крутиться*, які характеризували отримання благ з ресурсу «тільки для обраних»; 2) *пощастило, витривалість, вистояти чергу, стояти в черзі до останнього (до запарочення, до посиніння), жива черга, отримати за талонами, картками; добути; черга за записом*, що окреслювали випадкову або сплановану можливість самостійної купівлі продуктів у багаточасовій черзі.

Соціальні емоції, що виникали з приводу практик організації й розподілу продуктових замовлень були переважно реакціями позитивного характеру, лише невеликий суспільний прошарок сприймав їх з почуттям приниження, як подачку, «кинуту кістку». Здебільшого емоції передавалися словами *хвилювання, азарт, радість і насолода*, оскільки часто замовлення «розігрували», якщо їх не вистачало на всіх. Нагороджені за високі емоційні витрати учасники святкували свою «маленьку перемогу», відчуваючи особливу «гордість добувача», або «годувальника». «...Ці набори були не тільки тілесною їжею, вони на 90% були просто духовним хлібом. Люди цим жили, це був азарт, вони з такою насолодою несли ці набори додому як «добувальники». «Добування» (дефіцитних) продуктів асоціювалося з повсякденними «доблестю й героїзмом», а ставлення родичів і знайомих до «добутого» нерідко бувало близьким до пієтету.

Ретроспективний погляд на радянський пайковий досвід характеризується здебільшого «створенням іронічної дистанції». Конструювання образу щасливого «добувальника» і «годувальника родини», із властивими мотивами доблесті й героїства; розповіді про незвичайне везіння при розіграванні продовольчих замовлень і про іноді воістину трикстерські способи «діставання» задає одну з важливих емоційних доміант наративізації радянського минулого, яку можна назвати «анекдотичною».