

Aelita Ambrulevičiūtė

Vartotojų visuomenės užuomazgos Lietuvoje (XIX a. antra pusė–XX a. pradžia)

Santrauka. Šio straipsnio tikslas – nustatyti, kaip skirtingi Vilniaus, Kauno ir Gardino gubernijų visuomenės sluoksniai įsitraukė į masinį vartojimą XIX a. antroje pusėje–XX a. pradžioje. Šiame straipsnyje vadovaujamosi T. Vebleno parodomąjo vartojimo samprata, pagal kurią prekėms suteikiama ne tik ekonominė, bet ir sociokultūrinė vertė. Straipsnyje analizuojami pasiturinčių (paprastai aukštesnių) visuomenės sluoksnių vartojimo ypatybės, kaip keitėsi žemesnių (paprastai mažiau pasiturinčių) visuomenės sluoksnių požiūris į vartojimą, kai atsirado fabrikinės gamybos, pirktinio daikto poreikis. Kreipiamas dėmesys į įsigyto daikto savininkui suteikiamą kultūrinę reikšmę, ar kokybiškai nauji daiktai leido keisti vartojimo ypatybes ir pakilti į kokybiškai kitą vartojimo lygį.

Pagrindiniai žodžiai: masinė gamyba, vartojimas, parodomasis vartojimas, vartotojiškoji visuomenė.

Key words: mass-production, consumption, conspicuous consumption, consumption society.

Įvadas

Vakarų istorijos mokslas nagrinėja įvairius vartojimo proceso aspektus: plataus vartojimo prekių sklaidą, masinės gamybos atsiradimo veiksnius, atskirų visuomenės sluoksnių ir grupių (miestiečių, valstiečių, darbininkų, vidurinėsios klasės, moterų ir pan.) ekonominį aktyvumą, jų įsitraukimą į masinį vartojimą (de Vries 2008; Fairchild 1993; Hilton 2002; Levine 1991; Miller 1995; Reed 2007). Ypač daug rašoma apie vakarietiškos visuomenės materialinės kultūros raišką: vartojimą, plataus vartojimo prekių, reklamos istoriją ir kita (Benningham and Brewer 1997; Brewer and Porter 1993; Lears 1994).

Sociologai ir antropologai analizuoja vartojimo objektus kaip kultūrinės ir socialinės reikšmės ženklus. Jie rašo apie simbolių įtaką vartotojų pasirinkimams konkrečioje socialinėje kasdienio gyvenimo aplinkoje (miestas, kaimas, socialinis sluoksnis ar grupė), skonių ir poreikių įtaką vienos ar kitos gyventojų grupės pasirinkimams. Vakarų ekonomistus, tiriančius vartotojų visuomenę, domina vartojimui palankūs veiksniai: vartotojų turimos ir numatomos pajamos, išlaidos, ekonominiai lūkesčiai, atsargumas ir nuosaikesnio vartojimo motyvacijos. Svarbiu veiksnium laikomas gyventojų biudžetas, sąlygojantis vartotojų pasirinkimus. (pvz., žr.: Fisher 1957; Keynes 1936; Lancaster 1966; Lowerson 2003; McCants 1995; Parker and

Preston 2005; Ramsey 1928; *The Politics of Consumption* 2001).

Lietuvos istoriografijoje šie Vakarų istoriografijos plačiai tyrinėjami socioekonominės istorijos aspektai beveik netyrinėti. Sovietmečiu Lietuvos istorikai socialinės ekonominės istorijos problemas nagrinėjo remdamiesi marksistine (*produkcioništinė*) paradigma, pagrindinį dėmesį skirdami žemės ūkio ir pramonės raidai, gamybos santykių formavimuisi, baudžiavos panaikinimo klausimams. Mečislovo Jučo (1972), Juozo Jurginio (1978), Vytauto Merkio (1961), Kazimiero Meškauskos (1992; Meškauskas ir kiti 1976), Leono Mulevičiaus (1968; 2003), Antano Tylos (1962) ir kitų istorikų tyrinėjimai sudaro svarbų pamatą tyrinėjant modernėjančios visuomenės vartojimo aspektus. Tačiau šie autoriai nekėlė klausimo, ar XIX a. formavosi vartotojiška visuomenė, netyrė socialinių grupių vartojimo galimybių, jų požiūrio į daiktus ar vartotojišką elgseną. Istorikai ir etnologai visuomenės materialinę kultūrą tyrinėjo per drabužių madą, baldų ir namų apyvokos, namų interjero stilių kaitą, kulinarinį paveldą, kai kuriuos valstiečių ir darbininkų kasdienio gyvenimo aspektus (būstas, baldai) (pvz., žr.: Daniliauskas 1969; Dundulienė 1991; Kudirka 1958, 1969; Kudirka ir kiti 1983; Kulikauskienė 1975; Matušakaitė 2003; Morkūnienė 1997). Pastaraisiais dešimtmečiais buvo paskelbti tik keli šios srities straipsniai netiesiogiai susiję su vartotojiškos visuomenės formavimosi problema (Bairišauskaitė 2013; Medišauskienė 2000; Pugačiauskas, 2007, 2008), nagrinėti XIX a. socioekonominiai aspektai (Bairišauskaitė ir kiti 2011; Vėbra 1990) Tačiau nė vienas autorius specialiai netyrinėjo vartotojų visuomenės

formavimosi, masinės gamybos prekių įtakos gyventojų vartojimo pokyčiams, vartojimo pobūdžio. Siekiant užpildyti šią istoriografijos spragą, būtina pradėti naujus socioekonominės istorijos tyrimus XIX a. Lietuvoje.

Šiuo metu aktuali problema yra vartotojiškos visuomenės užuomazgų paieška XIX a. antrojoje pusėje–XX a. pradžioje modernėjančioje Lietuvos visuomenėje. Ji itin susisieja su sociologų tyrimais, kurie dabartinės Lietuvos, globalėjančio Vakarų ir Rytų pasaulio sąlygomis, vartojimui skiria ypatingą dėmesį, laikydami *vartotojiškumą* būdingiausiu dabartinės visuomenės *bruožu* (Černevičiūtė 2003; 39). Be to, vartotojiškos visuomenės tyrimai, reikšinių leidžia tirti ne tik per ekonominę prizmę, bet ir nagrinėti sociokultūrinius aspektus.

Vartotojų visuomenės susidarymą, jos dinamiką ir vartojimo įpročius tyrinėjo JAV ekonomistas ir sociologas Thorsteinas Veblenas, sukūręs *parodomąjo vartojimo* teoriją, kuri tebėra aktuali ir neprarado mokslinės vertės. Jis pasiūlė vadovautis *mėgdžiojimo* samprata, kuri rodo žemesnių visuomenės sluoksnių siekį „mėgdžioti“ aukštesnes socialines grupes. Šiuo atveju, įsigyjamos prekės ir daiktai yra tam tikros socialinės padėties ženklas. T. Vebleno teorijoje viena pagrindinių vartojimo paskatų yra individų konkurencija dėl padėties visuomenėje, socialinio statuso, siekis gyvenimo stiliumi (jei ne kokybe) prilygti aukštesniems visuomenės sluoksniams (Веблен 1984 [1899]).

Kito teoretiko, JAV ekonomisto Jamešo Duesenberry, *demonstravimo efekto* koncepcija teigia, kad žmonės nesiekia demonstruoti aukštesnės padėties, tačiau, vartodami aukštos kokybės gaminius, jie bando įsitvirtinti toje

socialinėje grupėje, su kuria tapatinasi, prilygti kitoms savo sluoksniu ar padėties grupėms (žr.: McCormik 1993; 491–495). Šias koncepcijas vienija idėja apie *į kitus orientuotą vartojimą*, kitaip tariant, *imitavimą, mimikriją ar mėgdžiojimą* (T. Vebleno teorijoje šių veiksmų kryptis yra *vertikali*, J. Duesenberry – *horizontali*). Imitavimo, mėgdžiojimo poreikis aiškinamas pasitelkus ne tiek ekonominius, kiek kultūrinius kriterijus. Turima galvoje socialinės aplinkos įtaka, aplinkinių žmonių poveikis skonio formavimuisi, vartotojiškos elgsenos pokyčiai, išaugusios finansinės galimybės ir pan. Teoretikų manymu, visa tai turi skatinti vartojimą.

Europos ekonomikos istorijos tyrinėtojas Janas de Vriesas išskyrė dar kelis vartojimo skatinimo aspektus. Anot jo, kai masinė gamyba pasiūlė daugiau prekių, ėmė išsiskirti vartojimo būdai ir skonis, būdingi skirtingoms socialinėms ir kultūrinėms grupėms (de Vries 2008; 149). Tai, savo ruožtu sujaukė monotonišką, ekonominiu racionalumu pagrįstą tvarką, kai žmonių materialinė gerovė priklausė nuo socialinio statuso, disponuojamo turto ir pajamų, o kiekviena grupė vartojo tik jai būdingas prekių grupes. Besikeičiant visuomenės socialinei struktūrai keitėsi ir vartojimo struktūra, skatinama ir materialinių poreikių ir skirianti

socialinius sluoksnius vieną nuo kito. Atsiradus galimybei leisti pinigais daiktams, įprasminantiems socialinius troškimus, vartojimas daugiau nebeprisiklausė nuo socialinės kilmės. Janas de Vriesas akcentuoja, kad dėl visuomenės poreikių vartojimas pradėjo atlikti komunikavimo ir demonstravimo funkcijas, skatino vartotojus įsitraukti į žaidimą, kuriame daiktas virto ženklų, konstruojančiu socialines reikšmes (de Vries 2008; 5).

H. Leibensteinas į *parodomąjį vartojimą* supratimą įvedė furgono (*bandwagon*) ir snobo efektų sąvokas. Jis teigė, kad daiktams priskiriamos reikšmės skatina pirkti tai, kas leidžia susikurti ar išlaikyti socialinį įvaizdį. Tuomet auga žmonių poreikis įsigyti prekes, žyminčias aukštesnę už jų pačių socialinį statusą, tuo tarpu daiktų, paplitusių tarp žemesnių socialinių sluoksnių, poreikis mažėja (Leibenstein 1997).

Tačiau *mėgdžiojimo* teorija susilaukė nemažai kritikos dėl to, kad ji socialinę motyvaciją aiškina tik *noru prilygti aukštesniems*, kuris laikomas kone vienintele vartojimo paskata, ir dėl jai būdingo teiginio, kad vartojimo stiliais visada lygiuojamasi į aukštesnės socialinės padėties grupių elgseną¹. Ši kritika atrodo pagrįsta, kai *mėgdžiojimo* konceptas taikomas moderniai (industrinei, neluominei) visuomenei, gal išskyrus

¹ Pasak Jūratės Černevičiūtės, su tokiu veblenišku mados aiškinimu sutinka ne visi sociologai, teigiantys, kad moderniose Vakarų visuomenėse ne visada mados naujovės įveda socialinis elitas (kaip kad atsitiko su hip-hopu Niujorko skurdžiam Bronkso kvartale). Mados kaitą gali sukelti ne tik pamėgdžiojimas, bet ir naujovių siekis. Šiuolaikiniuose aukštuosiuose sluoksniuose galima matyti netgi priešingą parodomajam vartojimui Vebleno apibrėžta prasme reiškinį. Šiuo atveju aukšto statuso turėtojas vartoja jo socialinės-ekonominės padėties neatitinkančius daiktus – tokius kaip nutrinti džinsai, pigus alus miesto alinėje ar padėvėtas automobilis (Černevičiūtė 2003; 49). XIX a. Lietuvos visuomenėje šios tendencijos galiojo tautinio atgimimo veikėjų tradicijoje, demonstratyviai dėvint liaudiškus (žemesnių visuomenės sluoksnių) drabužius. Taip buvo pabrėžiamas įsipareigojimas tautiniams reikalams.

atvejį, kai kalbama apie mados fenomeną, kurį sociologai ir istorikai aiškina poreikiu mėgdžioti aukštesnius visuomenės sluoksnius, kai madin-gais, prabangiais drabužiais siekiama išsiskirti pabrėžiant aukštą socialinį statusą², atsiriboti nuo žemesnių visuomenės sluoksnių (Sim-mel 2000; 186–207; Bystron 1976; 441–445).

Vis dėlto ši koncepcija turi privalumų. Vartojimo visuomenės radimąsi ji aiškina ne tik ekonominiais veiksniais (gyventojų pajamos, ekonominė padėtis), bet ir leidžia ją vertinti kaip sociokultūrinį reiškinį. Ši koncepcija leido atkreipti dėmesį į tai, kad didelė dalis prekių įsigyjama ne tiek asmeniniam naudojimui, kiek kaip socialinę reikšmę turintys simboliai ar ženklai. Šiuo atveju vartojimo fenomenas gali būti suprantamas ne kaip ekonominė, bet kaip socialiai reikšminga veikla. Tai leidžia vartotojų visuomenės formavimąsi, gyventojų pasirinkimo motyvus aiškinti ne vien tik ekonominiais ter-minais (nauda, kaina, fizinė charakteristika), bet ir socialinėmis kategorijomis (socialinis įvaizdis, prestižas ir pan.). Daroma prielaida, kad tradic-i-nėje (ikiindustrinėje) XIX a. visuomenėje ieškant vartotojiškos visuomenės užuomazgų nepakanka atsivėlgti tik į ekonominius veiksnius.

Šio straipsnio tikslas – nustatyti, kaip skir-tingi Vilniaus, Kauno ir Gardino gubernijų visuomenės sluoksniai įsitraukė į masinę varto-jimą XIX a. antrojoje pusėje–XX a. pradžioje. Siekiant šio tikslo, iškeliami uždaviniai: pirma, aptarti įvairių socialinių sluoksnių vartojimo

įpročius, (ne)vartotojišką elgseną; antra, tirti, kaip plintant masinės gamybos prekėms, di-dėjant pramoninių prekių pasiūlai kito įvairių gyventojų grupių vartojimo įgūdžiai ir elgsena.

Šio straipsnio geografinės erdvės pasirinkimą lėmė XIX a. septintajame dešimtmetyje–XX a. pradžioje galiojęs administracinis padalijimas. Tai būtų trys – Vilniaus, Kauno ir Gardino gubernijos, kurios sudarė vientisą administracinį vienetą, pavaldų Vilniaus generalgubernatoriui. Nagrinėjama problema apima 1861–1914 m. laikotarpį. Po 1861 m. Rusijos imperijos refor-mų, kurių svarbiausia galima laikyti baudžios panaikinimą, Lietuvoje vyko svarbūs socioe-konominiai pokyčiai. Reformos turėjo įtakos ekonomikos vystymuisi, visuomenės struktūros pasikeitimui, kapitalistinių gamybos santykių plitimui, prekynei ūkio sistemai, fabrikinės ga-mybos vystymuisi, gamybos apimčių augimui. Visa tai keitė visuomenės požiūrį į vartojimą. Tačiau 1914 m. prasidėjus Pirmajam pasauli-niam karui, ekonominis gyvenimas sustingo, sumažėjo gyventojų vartojimo galimybės.

Pagrindiniai panaudoti šaltiniai yra saugomi Lietuvos valstybės istorijos archyve Vilniaus gubernijos išdo rūmų fonde (515), Vilniaus gubernijos mokesčių komisijos fonde (517), Vilniaus ir Kauno žemdirbystės ir valstybės turtų valdybos fonde (525), Vilniaus univer-siteto bibliotekos Rankraščių skyriuje saugomi valstiečių buities aprašymai, kuriuos sudarė liau-dies mokyklų mokytojai 1872–1874 m. pagal

² Šis fenomenas pastebėtas dar XIX a. Lietuvos ideologų. Reikia paminėti ir tokį pastebėjimą: *Ma-žesnysis nori pasiekti arba susilyginti su didesniuoju arba su turtingesniu, o tas vėl nori lygus tapti už save vėl didesniui ir turtingesniui* (Dėdė Atanasas 1910), – kuris atskleidžia tuometinėje Lietuvos visuomenėje vykstančius vartojimo poslinkius, sietinus su naujų socialinių (socialinių sluoksnių reikšmės mažėjimu) ir ekonominių (masinės gamybos prekių plitimu) sąlygų formavimusi.

Duomenų apie žemės ūkio ir pramonės padėties rinkimo programą (Программа для собирания сведений о состоянии сельского хозяйства и промышленности), parengtą Rusijos geografijos draugijos Šiaurės Vakarų skyriuje (f. 34, b. GD-1–528), Baltarusijos nacionaliniame istorijos archyve Gardine (Национальный исторический архив Беларуси в Гродно) Gardino gubernatoriaus kanceliarijos fonde (1), Apskričių mokesčių inspekcijos fonde (1009), Rusijos valstybiniame istorijos archyve Sankt Peterburge (Российский государственный исторический архив в Санкт-Петербурге) Prekybos ir pramonės ministerijos fonde (23), Vilniaus, Kauno, Gardino gubernijų gubernatorių ataskaitos (f. 1284). Šių šaltinių duomenis papildė XIX a. periodinė spauda ir XIX a. etnografiniai tyrinėjimai, saugomi Vilniaus universiteto bibliotekoje, Lietuvos Mokslų akademijos Vrublevskių bibliotekoje, Rusijos Mokslų akademijos bibliotekoje Sankt Peterburge, Nacionalinėje bibliotekoje Sankt Peterburge.

1. Vartojimo ypatumai iki masinės gamybos prekių išplitimo

Nagrinėjant XIX a. antrosios pusės–XX a. pradžios Lietuvos vartotojiškos visuomenės apraiškas, tenka pažymėti, kad iki XIX–XX a. sandūros vis dar buvo stipri socialinių sluoksnių atskirtis ir individų skoniai bei poreikiai formavosi socialinių sluoksnių / grupių viduje. Aukštesnėms visuomenės sluoksniams buvo privalu vartoti statusą atitinkančias prekes, o puošnumas ir prabanga jiems buvo svarbus socialinio statuso ženklas.

Aukštuomenės kasdienio vartojimo daiktų žemesni visuomenės sluoksniai paprastai nenau-

dojo. Iki masinės gamybos prekių plitimo jie daugiausia vartojo savo pačių pagamintą produkciją. Tad iki to laiko, kol paplito masinės pramoninės gamybos prekės, žymus atotrūkis tarp prekių, vartojamų aukštuomenės, ir prekių, kurias pirkė žemesnių visuomenės sluoksnių atstovai buvo ir visuomenės socialinio išsisklaidymo požymis.

Be to, iki masinės gamybos prekių paplitimo, brangios, skurstantiems ir žemesniems visuomenės sluoksniams neprieinamos prekės, taip pat ir prabangos daiktai, žymintys aukštesnį socialinį statusą, iš esmės buvo gaminami daugiausia iš brangių medžiagų ir jų kainą lėmė fizinės savybės (pvz., žr.: de Vries 2008; 129–146; *The Politics of Consumption*; 36; Woodruff, 277). Šie gaminiai buvo aukštos kainos, pigesnių analogų jiems paprastai nebuvo.

Štai kaip teisininkas, karininkas, istorikas, etnografas, Rusijos geografijos draugijos narys Pavelas Bobrovskis, apibūdino prabangos prekių vartotojus XIX a. pirmojoje pusėje: [Zelvos ir Svisločiaus mugėse] *buvo prekiaujama gaminiiais, skirtais labiau išprususiems ir pasiturintiems sluoksniams, žinantiems kas yra patogumai ir gyvenimo prabanga (Материалы для географии... 1863; 396)*. Matyt, iki masinės gamybos pramoninių prekių plitimo brangūs gaminiai pirmiausia tenkino pasiturinčių gyventojų poreikius. Galimybę naudotis prabanga ir pirkti brangias prekes turėjo turtingoji ir, kaip matyti, ir iš Bobrovskio teksto, tam tikrus kultūrinius įgūdžius puoselėjanti, ar jų įgyjanti visuomenės dalis: dvarininkai, bajorai, aukštesnių valdininkų sluoksnis, pirkliai. Žemesnei ekonominei pakopai priklausantiems žemdirbiams ir samdomiems darbininkams, tarnautojams tie daiktai buvo neprieinami.

Ekonomiškai ir kultūriškai įgalios aukštuomenės ir žemesnių visuomenės sluoksnių atotrūkį atspindi drabužių, namų apyvokos ir kitų buities reikmenų kategorijos ir kiekiai. Tačiau kalbant apie vartojimo skirtumus XIX a. antrojoje pusėje, luominės sanklodos erozijos laikotarpiu, reikia atkreipti dėmesį, kad dalies bajorijos gyvenimo lygis buvo smukęs ir miestų verslo atstovai, pirkliai dažnai buvo mokesni už nusigyvenusius bajorus, dvarininkus (Aleksandravičius ir Kulakauskas 1996; 203–208]. Naujieji miesto kapitalo sluoksniai siekė prilygti kilmės bajorijai išgydami materialius aukštą socialinį statusą žyminčius pirkinius. Tad jų buitis, kasdienio vartojimo daiktai neretai buvo aukštesnės kokybės ir brangesni, nei nusigyvenusiu bajorų.

Tačiau pastarieji siekė vartoti bajoriškam statusui atitinkančias prekes, drabužiais palaikyti bajorui tinkamą išvaizdą: *Pažiūrėk į tą smulkų, nupiepusį, išblyškusį sutvėrimėlį, vedantį už parankės savo pačią. Turbūt sakysi: čia koks nors turtingas dvarininkas, matyt iš prabangiai galionuotų tarnų livrėjų. O! Turtingas dvarininkas, turi pusę milijono sidabro rublių – skolos* (Jucevičius 1959 [1842]; 375).

Prakutę miestiečiai taip pat siekė išgyti aukštesnį statusą atitinkančių daiktų. Jų vartojimo įpročiai labai skyrėsi nuo valstiečių, pvz., XIX a. septintajame dešimtmetyje miestiečiams buvo įprasta naudoti daiktus, kurių nerasime ir pasiturinčių valstiečių ūkiuose,

pvz., kunigo kilnojamojo turto aprašytame sąrašė nurodyti fajanso arbatinukas, dvi stiklines, keturi stikliukai, trys kavos puodeliai, sieninis laikrodis, sidabrinis kišeninius laikrodis. Kunigas gėrė kavą ir arbatą su cukrumi, turėjo tris poras batų (Акцизный лист; 1863). Apie vilniečių poreikius XIX a. aštuntojo dešimtmečio pradžioje galima spręsti iš Vilniuje veikusiu parduotuvių³. Populiariausios buvo galanterijos ir moterų galvos apdangalų parduotuvės. Tokios prekės neturėjo praktinės naudos, jų paklausą greičiausiai lėmė simbolinė vertė. Galanterijos dirbiniai, aprangos detalės ir aksesuarai žymėjo turtu disponuojančių miestiečių statusą, įvaldytas mada ir stilius. Pvz., moteriškos skrybėlaitės buvo ne tik miestietes nuo valstiečių skiriantis požymis, bet rodė jų savininkų socialinę padėtį ir kultūrinius įgūdžius miesto terpėje, leido įsitvirtinti ir varžytis dėl miesto stilių ir skoniu, tam tikro kultūrinio kapitalo rinkoje.

1872 m. Vilniuje naujai įsteigtoje galanterijos parduotuvėje buvo prekiaujama kaklaraiščiais, Hamburgo batais, prancūziškomis pirštinėmis, Liono aksomu, anglišku velvetu, olandiška drobe, olandiškomis nosinėmis, šluostėmis, servetėlėmis ir kita (Виленские губернские ведомости, 6 декабря 1872). Pirklio Mrongovijaus Kauno galanterijos parduotuvės klientai – veikiausiai Kauno „buržua“, pasiturintys miestiečiai – buvo kviečiami užsukti į parduotuvę išgyti įvairių sidabro dirbinių,

³ 1872 m. buvo 37 mėsos eilės, 13 knygynų, aštuonios vaistinės, 11 gelumbės, 327 smulkmenų, 26 moterų galvos apdangalų, 19 odos, 18 galanterijos, 16 duonos parduotuvių, 14 miltų, 11 „daržovių“, 9 bakalėjos, aštuonios kailių, šešios metalo gaminių, keturios porceliano, fajanso ir stiklo, keturios tabako ir keturios konditerijos prekių parduotuvės. Iš viso 535 parduotuvės tenkino 81 790 miesto gyventojų poreikius (Извлечение из статистического... 1872).

bižuterijos, prancūziškos ar rusiškos kosmetikos. Jiems buvo siūlomi angliški lietsargiai, lazdos, piniginės, šautuvai, vaikų žaislai, skrybėlės, lagaminai, rašalinės, žvakidės, šachmatai, armonikos. Būstų interjerui puošti buvo siūlomi kilimai (aksominiai ir vilnoniai), siuvinėtos pagalvės, užuolaidos, žibalinės lempos, dekoru elementai (iš bronzos, plieno, porceliano), krištolo gaminiai, termometrai ir barometrai, rėmeliai nuotraukoms, mašinėlės kavai ir kiaušiniams virti, fortepijonai ir kita. 1870 m. buvo galima iš Varšuvos, pagal parduotuvėje esamus pavyzdžius, užsisakyti tapetus (ritinio kaina – 0,2–1,8 rb⁴), nuo 1872 m. prekiauta klijuotėmis stalams ir baldams dengti, 1878 m. – siūlomos dėžutės degtukams, 1902 m. – prekiauta *naujausio stiliaus ir skonio prabangos prekėmis* (bronzinės lempos, kelionės reikmenys, galanterija), buities reikmenimis (nikeliuoti ir dengti nikeliu, stiklo, porceliano, fajanso indai) (Ковенские губернские ведомости, 6 мая 1870; 18 апреля 1872; 25 октября 1878; Ковенский справочный листок, 26 апреля 1902 г.). Tai, kad parduotuvės asortimentas 1870–1902 m. nesikeitė ir dar plėtėsi, liudija apie šių mažmožių populiarumą tarp pasiturinčių miesto gyventojų.

Parduotuvės asortimentas leidžia rekonstruoti XIX a. aštuntojo dešimtmečio pasiturinčio kauniečio vartojimo prioritetus, būsto interjerą: aksominiai kilimai, užuolaidos (turbūt su tuo metu populiariu pozumentu), ant komodos kelėta žvakidžių, bronzinių arba porcelianinių statulėlių (kokios buvo dažnos aukštesniųjų

visuomenės sluoksnių namuose tarp šeimos relikvijų), tikriausiai XVIII a. kopijos, virš komodos – veidrodis, kuriame atsispindi klijuote dengtas stalas apšviestas žibaline lempa, ant sofos išdėliotos siuvinėtos pagalvės, kambario kampe – Ernesto Imlerio fabriko (pirmo Europos fabriko įsteigto Leipcige) fortepijonas.

Vilniaus depo viršininko parduodamų baldų sąrašas (triumo, rašomasis stalas, du minkšti foteliai, sofa, du staliukai ir valgomasis stalas, šešios minkštos kėdės (Виленские губернские ведомости, 9 октября 1868)) leidžia susikurti vidutinių pajamų valdininko būsto vaizdinį: tarp dviejų kambario langų (paprastai tuo metu didesniame kambaryje būdavo po du langus), kuriuos dengė užuolaidos su klostėmis, stovėjo triumo, gretimame kampe puikavosi rašomasis stalas, šalia minkštos sofos – staliukas. Kitas staliukas turbūt stovėjo tarp dviejų minkštų fotelių kitame kambaryje, o valgomasis stalas – kambario viduryje, apsuptas šešių minkštų kėdžių. Sienas greičiausiai puošė nuotraukos (2,5 rb už 12 vienetų (Виленские губернские ведомости, 10 января 1867)). Neabejotina, kad mažiau pajamų turinčių miestų ir miestelių gyventojų būstuose nerasime ir pusės šių daiktų.

Jų būstų sienos paprastai buvo išklijuojamos popieriumi ir balinamos, bet galėjo būti tapetuotos (nors ir nebrangiais po 0,2 rb už ritinį tapetais), nebrangus kilimas (galbūt demblio) dengė dažytas grindis, ant sienų – viena kita šeimos nuotrauka, daryta miesto fotoateljė, ir būtinas akcentas – fajanso statulėlė, šventėms skirti indai (kasdien paprastai nenaudojami).

⁴ 1894 m. tapetai buvo vežami iš Peterburgo, Varšuvos, Rygos ir kitur. Ritinis (apie 8,5 x 0,4 m) kainavo 0,12–1,5 rublio. Brangesni tapetai užsakomi iš Peterburgo, taip pat iš JAV (Дорофеевский 1894; *Северо-Западное слово*, 16 сентября 1899).

Išilgai sienų stovėjo suolai, aplink stalą, padengtą namų darbo staltiesė, paprastos kėdės, kelios lovos su pagalvėmis, spinta ir galbūt nedidelis bufetas indams sudėti – štai pagrindiniai daiktai skyrę miestelio gyventojų būstą nuo valstiečio. Paprastai, miestelio gyventojų gyvenimo būdas, užsiėmimai ir tradicijos nesiskyrė nuo greta jų gyvenusių valstiečių (Копия отчета... 1881;), todėl jiems buvo pabrėžtinai svarbu dekoruoti būstą atsižvelgiant į „miesto“ kultūros stilių, pabrėžti „miestiečio“ aukštesnį nei valstiečio statusą.

Valstiečių, net turtingesnių, būstuose buvo dar mažiau interjero daiktų. Jų vartojimo įpročius galima rekonstruoti remiantis 1876 m. baltarusių trobų aprašymu, kuris iš esmės atitinka bendrą 1872–1874 m. Geografijos draugijos parengtoje programoje aprašytą Vakarų gubernijų valstiečių buitį⁵: *trobos vidus visur vienodas: dešinėje nuo įėjimo – krosnis be dūmtraukio, po kairę – 1,5 aršino (apie metrą – A. A.) netašytų lentų dėžė, priešingame krosnies kampe stalas sukaltas iš 2–3 lentų. Virš stalo abrazeliai. Šeiminkai puošia šį kampą. Nuo kampo į kairę ir į dešinę stovi du suolai. Tarp krosnies ir sienos apie*

du aršinus aukščio daroma lentinė pakyla, kuri iki apačios apkalama plonomis lentomis, kad išeitų dėžė. Čia miega šeimyna, o apačioje slepiamos daržovės, taip pat (žiema) smulkūs gyvuliai. Nuo krosnies iki sienos dedama stora medinė skersinė sija, drabužiams džiovinti ir kita pakyla, vadinama gultu (Очерки Белоруссии... 1876).

Valstiečių vartojimo įpročius, jų pirmenybes atskleidžia ir Geografijos draugijos sudarytoje programoje pateikti atsakymai apie jų vartojamus maisto produktus, naudojamus daiktus, daiktų įsigijimo būdas (gaminami ūkyje ar perkami). Nors surinkti atsakymai ne visada išsamūs⁶, tačiau ir iš jų galima spręsti, kad XIX a. aštuntojo dešimtmečio pradžioje valstiečių ir miestiečių vartojimo įpročiai daug kuo skyrėsi.

Neretai valstiečių šeimos, netgi pasiturinčios, teturėjo vieną gultą, atstojusį lovą visai šeimai, o vietoj spintos ar komodos viralinėje buvo statomi kubilai drabužiams sudėti. Neretai keli šeimos nariai naudojo vieną medinį šaukštą, valgė iš vieno bendro puodo (Кудринский; 132), o šakutes, valstiečiams žinomos jau XIX a. šeštajame dešimtmetyje⁷, dar ir XX a. pradžioje

⁵ Aprašymus 1872–1874 m. sudarė liaudies mokyklų mokytojai pagal *Duomenų apie žemės ūkio ir pramonės padėties rinkimo programą*, parengtą Rusijos geografijos draugijos Šiaurės vakarų skyriuje (ŠVS) (Сведения о..., b. GD-1–528). Buvo sudaryti 528 Vakarų gubernijų valsčių trijų kategorijų (pasiturinčio, vidutinių pajamų ir nepasiturinčio) ūkių aprašymai. Programa sudaryta iš 100 klausimų, išskirstytų į tris grupes: 1) bendri šeimos ir ūkio padėties duomenys (šeimos sudėtis, ūkio pajėgumas samdiniai, agrotechnikos naudojimas, pastatų būklė ir paskirtis, gyvulių skaičius, darbo įrankių ir padargų kokybė, žemės plotas ir paskirtis, pasėlių derlingumas, ūkininkavimo formos ir būdai, sodininkystės ir daržininkystės išvystymas); 2) pajamos (natūrinės ir piniginės); 3) išlaidos (natūralios, piniginės, šeimos poreikiams, mokesčiams, prievolėms).

⁶ Anketoje pagrindinis dėmesys buvo sutelktas į kelias prekių kategorijas: pirmą – prekės, skirtos gamybai (žemės dirbimo technika, įrankiai, transporto priemonės, pašarai, trąšos ir kt.), antra – statybos medžiagos ir malkos; trečia – maisto produktai, ketvirta – apranga ir avalynė. Atsakymai apie buities reikmenis (indus, stalo įrankius, baldus, interjero elementus, išlaidas namo įrengimui, remontui ir statybai, apšvietimui ir pan.) anketoje atskirai išskirti nebuvo. Tik kelių ūkių aprašymuose buvo pateikta kiek išsamesnė informacija apie valstiečių buitį.

⁷ *Stalo indai – mediniai, moliniai ir alaviniai dubenys, peiliai ir šakutės kaulinėms ar medinėms*

naudojo tik pasiturintys valstiečiai. Pasak literato ir etnografo Fedoto Kudrinskio, *bet ir jie laiko tuos daiktus išskilmėms – sutikti dvasininkui ar valsčiaus raštininkui* (Кудринский; 129). Pirktnines (prestižines, miesto kultūros) prekes valstiečiai greičiausiai laikė „prabanga“. Tokie daiktai, jeigu ir buvo perkami kaip pažangesnės (miestietiškos) kultūros žymenys, tai naudojami tik ypatingomis progomis. XIX a. aštuntajame dešimtmetyje tai buvo pirktiniai drabužiai ir aprangos reikmenys, avalynė, cukrus ir arbata.

1872–1873 m. Geografijos draugijos surinkti valstiečių ūkių padėties duomenys nėra išsamūs ir nevisai tinka atlikti statistinius skaičiavimus (nėra suvienodinti ir neretai trūksta dalies duomenų, pvz., aprašomas tik pasiturinčiojo valstiečio ūkis, arba pateikiama tik bendra perkamų maisto produktų suma, arba rašoma „įvairūs“ maisto produktai). Tačiau apdorojus visų kategorijų į apklausą įtrauktų valstiečių ūkių apie kuriuos buvo pateikti arbatos vartojimą atspindintys duomenys⁸, galima pateikti tokius skaičius: Vilniaus gubernijoje tokių ūkių buvo apie 24% (47% pasiturinčių ūkininkų šeimos, 15% vidutinių pajamų, nepasiturinčių – 11%), Kauno gubernijoje – apie 48% (atitinkamai – 75%, 34%, 20%), Gardino gubernijoje – apie 12% (atitinkamai – 26% ir 10%). Pasiturinčių valstiečių šeimose arbata

paprastai buvo vartojama ypatingomis progomis (*arbatą ir cukrų perka krykštinių ir vestuvių proga* (Сведения о..., b. GD-481); *tik svarbiems svečiams – seniūnui, raštininkui, kunigui ir pan.* (Сведения о..., b. GD-387), *arbata paprastai nevartojama, galbūt pasiturintys valstietis nusi-perka tris–keturis svarus* (apie 365 gr) *švenčių progą kunigui vaišinti* (Сведения о..., b. GD-109)), greičiausiai, kaip „miestietiškos kultūros“ atributas – garbės svečiams: kunigui, raštininkui, seniūnui, iš miesto grįžusiam sūnui, vaišinti (*svečiuojantis sūnui kareiviui nupirka 0,25 svarų arbatos už 0,35 rb ir 2 svarai cukraus už 0,40 rb* (Сведения о..., b. GD-482); *arbata ir cukrus perkami garbės svečiams (kunigui, raštininkui) vaišinti*, (Сведения о..., b. GD-471).

Kaimo gyventojų akimis šie žmonės priklausė pranašesnei miesto kultūrai, kurių socialinėms kompetencijoms, papročiams ar manieroms stengėsi prilgti labiau prasigyvenę ūkininkai, jais sekė ir mažiau pasiturintys kaimynai. Vis dėlto vaišिनimosi pirktine arbata ir panašūs papročiai paprastai nebuvo kaimo gyventojų kasdienybė, bet pritaikomi bendrauti su kaimo „elitu“ ar sulaukus iš miesto grįžusiu vaikų.

Kiek ir kokių rūšių drabužių pirko valstiečiai, tiksliai nustatyti dėl nesuvienodintų duomenų taip pat nėra galimybių⁹. Todėl, siekiant parodyti bendresnes tendencijas, korektiškiau

rankenomis. Bet šakutes naudoja tik pasiturintys gyventojai, kai aplanko svečias. Kūšeniniai peiliai naudojami kelionėje, darbams lauke ir miške (Быт поселян Ковенской... 1861).

⁸ Vilniaus gubernijoje – iš viso į apklausą buvo įtraukti 163 valsčiai, kuriuose turėjo būti aprašyti trys ūkiai (pasiturinčio valstiečio, vidutinių pajamų ir nepasiturinčio, tačiau neretai neturtingojo valstiečio ūkis nebuvo aprašomas). Apie arbatos vartojimą buvo pateikti 71 valsčiaus 201 ūkių duomenys, atitinkamai Kauno gubernijoje – iš 88 valsčių – 36 valsčių 85 ūkiai, Gardino gubernijoje – iš 97 valsčių – 51 valsčių 148 ūkiai.

⁹ Kartais „drabužiais“ buvo įvardijami apskritai bet, kokie pirkti aprangos elementai (kepurė, skara, kelnės, sėrmėgą ir pan.), kartais – viršutiniai rūbai (sėrmėga, kailiniai ir pan.), kartais drabužių kategorijos buvo aprašytos labai detalai.

nurodyti kiek nurodyta valstiečių ūkių, kaip apskritai nepirkusių jokių aprangos elementų; Vilniaus gubernijoje tokių ūkių būtų apie 40% (pasiturintys – apie 38%, vidutinių pajamų – apie 42%, nepasiturintys – apie 43%), Kauno gubernijoje – apie 25% (atitinkamai – 16%, 23%, 44%), Gardino gubernijoje – apie 30% (atitinkamai – 26%, 29%, 35%) (Сведения о..., b. GD-481). Iš pateiktų duomenų galima manyt, kad dauguma valstiečių naudojo pirkinis drabužius, tačiau daugiausiai tai buvo smulkūs aprangos elementai. Kartu pažymėtina, kad pastebima tokia tendencija: XIX a. aštuntajame dešimtmetyje iš esmės visi valstiečiai drabužius siūdinosi patys iš ūkyje gaunamų žaliavų. Apie tai liudija Geografijos draugijos surinkti anketavimo duomenys, prie kiekvieno ūkio nurodant, kad beveik *visus drabužius valstiečiai siūdinosi namuose*. Pailiustruoti patektas toks pavyzdys: *Dauguma drabužių siuvami namuose. Linai buvo siejami savo poreikiams. Kiekvienas ūkis turėjo audimo staklės drobės gamybai, labai reikalingas kaimo buityje. Iš gelumbės buvo siuvas sėmėgos ir šiltos kelnės, o iš drobės – marškiniai, kelnės, sijonai ir kita* (Сведения о..., b. 414). Kartais samdė siuvėjas, jų paslaugoms išleisdami 2–10 rb per metus (Сведения о..., b. GD-2; b. GD-5; b. GD-21). Daugiausia valstiečiai pirko odinę avalynę¹⁰, moterims – skaras, vyrams – žieminės kepurės ir *kartuzus*; rečiau – liemenes, kartūno suknius. Tačiau šios prekės, kaip *daiktai skirti šventinėms dienoms, buvo perkami nedažnai* (Сведения о...,

b. GD-414); *ne kiekvienais metais* (Сведения о..., b. GD-433); *jeigu [valstietis] pasisiuva vieną porą batų, kuriai išleidžia 4–5rb, tai jis juos ir avės 4–5 metus* (Сведения о..., b. GD-34); *perka tik kepurės ir batus, jiems išleidžia mažai ir tai keleriems metams* (Сведения о..., b. GD-56).

Matyt, kaime dar laikytasi įpročio tenkinti poreikius vartojant ūkyje gaminamus reikmenis: *drabužių neperka, o tik kepurės ir batus, kepurę kartą per penkis metus, batus – kas dešimt metų* (Сведения о..., b. GD-52), – lėmė ne vien finansinės galimybės, bet ir žemesniems ir mažiau pasiturintiems visuomenės sluoksniams būdinga tradicinė (utilitarinė) (ne-) vartojimo kultūra.

Pirmais poreforminiais dešimtmečiais žemės ūkis dar nebuvo komercializavęsis, gyventojų perkamoji galia buvo silpna ir valstiečių ūkiuose, minimizuojant išlaidas, stengtasi maksimaliai patenkinti poreikius gaminant produktus ir namudinius gaminius vietoje (<...> *viską gamina namuose iš savo žaliavų, perka tik batus, jiems išleidžia ne daugiau kaip 3 rb visai šeimai per metus, nes vasarą vaikšto basi, o žiemą – avi vyžas; batus avi retai ir tai nebent į bažnyčių ir per dideles šventes* (Сведения о..., b. GD-6), arba: <...> *kadangi valstiečiai retai naudoja šventinius drabužius, todėl vienas ir tas pats [drabužis] gali tarnauti kelis metus* (Сведения о..., b. GD-74), *šventiniai drabužiai retai naudojami, todėl gali tarnauti trys–šešis metus* (Сведения о..., b. GD-76)).

Utilitarinis požiūris mažino netgi sen daikčių supirkėjų pajamas: *Kaune <...> senus*

¹⁰ Vilniaus gubernijoje avalynę pirko apie 82% ūkių apie kuriuos buvo pateikti duomenys (pasiturintys – apie 86%, vidutinių pajamų – apie 83%, nepasiturintys – apie 76%), Kauno gubernijoje – apie 73% (atitinkamai – 88%, 69% ir 56%), Gardino – 87% (atitinkamai – 93%, 92% ir 77%).

daiktus retai parduoda ir keičia. Turbūt dėl žinomo visuomenės sluoksnio skurdo jie visiškai sunaudojami, o į šiukšles patenka tik visiškai sugadinti daiktai (Ковенские губернские ведомости, 23 февраля 1890). Dar XX a. pradžioje net miestuose buvo įprasta laikyti gyvulius, prižiūrėti šalia namų užveistą daržą (Ambrulevičiūtė; 67–68), o gerai šeimininkei derėjo mokėti siūti drabužius šeimai. Tikėtina, kad įprotis tenkinti poreikius, vartojant savo pačių gaminamus reikmenis ir produktus, formavo ūki(ninki)šką požiūrį į pirktinius daiktus – perka išlaidautojai, arba nepajėgūs deramai tvarkyti ūkio¹¹, o pirkti tai, ką galima pasigaminti ūkyje, arba ne pirmo būtinumo daiktus, galėjo atrodyti neracionalu¹².

Vis dėlto buvo perkami daiktai, turintys socialinio statuso ženklą. Valstiečiams XIX a. aštuntajame dešimtmetyje tai buvo avalynė ir kepurės (skaros), cukrus ir arbata, bajorams ir dvarininkams – prabangos prekės, pagamintos iš brangių medžiagų, įvairūs atvežtiniai maisto produktai, prieskoniai, miestiečiams – įvairūs interjero papuošimo reikmenys, drabužių aksesuarai.

XIX a. aštuntajame dešimtmetyje žemesnieji visuomenės sluoksniai dar neįtęsė poreikio keisti drabužių, baldų ir kitų buities reikmenų, atsižvelgiant į mados tendencijas. Valstiečiai naudojo daiktus iki visiško jų susidėvėjimo. Pvz., skaras ir žieminės kepurės dėvėdavo bene

visą gyvenimą; *prieš vestuves nupirkta kepurė arba skara tarnauja iki garbingo amžiaus* (Сведения о..., b. GD-11). Avalynė taupymo sumetimais buvo avima retai: *Tie kas turi batus, avi juos tik per didžiules šventes, o viena pora batų gali būti naudojama dešimt ir daugiau metų. Buvo atvejai, kai moterys pasakojo, kad iki santuokos jaunikių joms nupirkti batai, buvo atiduodami dukroms vestuvių proga* (Сведения о..., b. GD-36). Keisti daiktus pagal „madą“, taip pat demonstruoti galimybę išlaidauti prabangos prekėms buvo būdinga elito kultūrai. Šiai visuomenės grupei puošnumas ir prabanga buvo svarbus socialinio statuso ženklas, privalomas socialinis atributas.

Tačiau naujų gamybos technologijų taikymas leido iki tol aukštuomenei skirtus daiktus gaminti iš pigesnių žaliavų (pavyzdys galėtų būti visoje Europoje išpopuliarėję pigesni fajanso gaminiai, iš esmės pakeitę brangių fajansą). Tai sumažino gaminių kainą, jie tapo prieinami platesniam vartotojų ratui. Tačiau tai buvo nevienin telė priežastis lėmusi vartojimo poreikių pokyčius. Tad kitame skyriuje bus analizuojama, kaip plintant masinės gamybos prekėms, didėjant pramoninių prekių pasiūlai kito įvairių gyventojų grupių vartojimo įgūdžiai ir elgsena.

2. Masinės gamybos prekės, vartojimo įgūdžiai ir socialinio statuso ženklai

Besiformuojančioje kapitalistinėje visuomenėje ypatingą reikšmę įgijo ne luominė kilmė,

¹¹ 1872–1873 m. aptiktos kelios vargingiausios ūkininkų šeimos, kurios nelaide avių ir neturėjo žemės linams sėti, todėl buvo priversti pirkti drabužius, pvz., Pokrovsko valsčiaus nepasiturinti valstiečių šeima (Сведения о..., b. GD-432).

¹² Šį aiškinimą iš dalies patvirtina nuo XIX a. pabaigos lietuviškoje periodinėje spaudoje publikuoti straipsniai, kuriuose apgailestaujama, kad valstiečiai vis dažniau atsisako dėvėti namie pasiūtus drabužius, kad kaimo merginos mėgdžioja miestietes, nenori austi, gėdijasi dėvėti savo pasiūtus suknius (Pvz., žr.: V. Stagaras 1893; Žvygas 1910; A. A. 1911; J. T. 1908).

bet vis dažniau materialinė individo padėtis žymėjo asmens statusą visuomenėje: „užtikrinant padėtį visuomenėje, turto reikšmė prilygo (ar net ėmė lenkti) kilmės reikšmę“ (Medišauskienė 2000; 8). Naujos ekonominės sąlygos, naujų pasiturinčių sluoksnių iškilimas, nykstantys luomų skirtumai iškelė kitus prioritetus.

Kartu, modernėjant gamybai valstiečio ūkis darėsi kiek mažiau priklausomas nuo klimato sąlygų; ne tik pagerėjo jo produkcijos kokybė, bet išaugo ir pastarosios kiekybė. Naujam pasiturinčių ūkininkų sluoksniui kilo ir nauji poreikiai, skatinami didėjančios fabrikuose pagamintų plataus vartojimo prekių pasiūlos. Be to, žemesnių visuomenės sluoksnių vartotojų poreikius keitė didėjanti migracija į miestus, į Rusijos imperijos pramoninius centrus (Rygą, Sankt Peterburgą), emigracija į užsienį (į Prūsiją, JAV, Pietų Ameriką) (Truska 1961) ir reemigracija (nors grįžtančių iš užsienio emigrantų buvo palyginti mažai). Žmogus, susidurdamas su „aukštesne“ kultūra, keitėsi pats ir „importuodavo“ ją namo, kur jam rūpėdavo pademonstruoti savo pasiekimus ir socialinį pranašumą kitokia apranga ir vartojimo reikmenimis (Ambrulevičiūtė; 79).

Tarp nepasiturinčių, žemesnių visuomenės sluoksnių augo poreikis naudoti fabrikinės gamybos, pirktinius daiktus. Štai, 1893 m. Vilniaus mokesčių inspekcijos ataskaitoje audinių prekybos įmonių apyvartos augimas siejamas su didėjančiais valstiečių fabrikinės gamybos poreikiais (Журнал гильдейских... 1893; 101v), o XIX a. pabaigos–XX a. pradžios kintanti valstiečių vartojimą puikiai apibūdina toliau pateiktas XX a. pradžios amžininko pastebėjimas: *Kaimuose žmonės gyvena kaip gyvena*

jų bočiai prieš 300–500 metų. Nebent balanas pakeitė žibalinės lempos, vietoje namie austų drobinių, dėvi suknius ir marškinius iš kartūno, o sienas puošia paveikslėliai, kurių jų bočiai negalėjo turėti (Коропчевский 1911; 6). Šis pastebėjimas liudija, kad valstiečiai, dar įpratę gyventi „posenovei“, visgi pamažu į buitį „įsileido“ pramonines (miestietiškas) prekes, kurios pamažu keitė jų buitį (iš vienos pusės troba be dūmtraukio ir žiemą į trobą įleidžiami smulkūs gyvuliai, iš kitos – miestietiško fasono drabužiai, žibalinės lempos ir paveikslų reprodukcijos ant sienų), rodo, kad XIX a. pabaigoje–XX a. pradžioje tarp žemesnių visuomenės sluoksnių didėjo fabrikinės gamybos prekių paklausa, formavosi poreikis vartoti pirtines („prabangias“) prekes. Kartu keitėsi gyventojų skonis ir poreikiai.

Pvz., XIX a. pabaigoje atsirado nauja šilko audinių atmaina „*gegun*“. Šio audinio paklausa, kaip rašyta to meto spaudoje, augo dėl žemos kainos, o vienas Lodzės fabrikas pradėjęs jį gaminti iš kaukazietiško šilko kokonų, prekiaavo juo 0,08 rub. už aršinę pigiau (apie 70 cm), nei kainavo atvežamas kiniškas šilkas (Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 17 июня 1899). XIX a. pabaigoje pasidarė sunkiau realizuoti ir linų pluoštą. Nors linų reputacijai tarptautinėje rinkoje labai pakenkė pablogėjęs jų apdirbimas bei supirkėjų sukčiavimai (*Памятная книжка Ковенской губернии на 1895 год*), pagrindinė priežastis, lėmusi linų kainos kritimą, buvo didėjanti medvilnės ir džiuto pasiūla (Meškauskas ir kiti, 97). Matyt, tą patį būtų galima pasakyti apie molinių ir stiklo, varinių ir emaliuotų indų, kojinių ir autų, degtukų ir skiltuvų, žvakčių ir žibalinės lempų, žibalinės ir elektros apšvietimo prietaisų vartojimo santykio pokyčius. Šios,

iš pirmo žvilgsnio nereikšmingos kasdienio gyvenimo permainos iš tikrųjų turėjo didelę reikšmę ir, kai kurių istorikų manymu, visiškai pakeisdamos gyvenimo sąlygas, tarnavo civilizacijų progresui (Włodarczyk, 215).

Dėl augančios fabrikuose pagamintų plataus vartojimo prekių pasiūlos, žymiai keitėsi valstiečių vartojimo įpročiai. Tuo pat metu, tebevykstant žemės ūkio komercializacijos procesui, prasigyvenę ūkininkai siekė pademonstruoti savo pasiekimus ir pranašumą perkant gaminius, kurių negalėjo įpirkti labiau suvargę kaimynai. Valstiečių buityje pamažu ėmė rasti pramoninių („miestietišku“) prekių, o XX a. pradžioje kaimo gyventojai jau ir drabužiais tapo panašūs į miestiečius: *Gardino gubernijos Gožių valsčiuje, dėl gubernijos miesto įtakos, tautinio drabužio nebesurasi. Dabar pagrindinis ir visiems priimtinas vyriškas rūbas – švarkai [...]. Žiemą, siekiant pasipuikuoti, vietoj švarkų dėvimos trumpos skrandos <...>. Tą patį galima pasakyti ir apie moterų drabužius – jie yra siūti pagal miesto madą ir iš fabrikinų audinių* (Материалы по этнографии... 1911).

Nuo XX a. pradžios kasdienėje valstiečių buityje medinius šaukštus imta keisti šaukštais, pagamintais iš aliuminio, pradėta naudoti šakutes, pirkinius stalo peilius (Daniliauskas 1969; 109; Lietuvių etnografijos... 1964; 245, 248, 414), stiklo ir fajanso indus, o tradicinius liaudies baldus keitė miesto stiliaus baldai. Plintant pseudobarokinio stiliaus komodomis, XX a. pradžioje kaimuose imta pagal jų pavyzdį puošti kraičio skrynias. Savo ruožtu, skrynias iš valstiečių buities pradėjo stumti spintos ir komodos, paplito vietos stalių darbo medinės įvairių formų kanapos su kieta

lentine ar pakulų prikimšta ir audiniu aptraukta pastote (Daniliauskas 1969; 110). Kito ne tik butis ir valstiečių apranga. Svarbu, kad ir kultūrine savimone imta lygiuotis į miestą: *Nė vienas neis į bažnyčių vyžomis apsiavęs, sako: taip eiti gėda <...> jau vilki paltus <...> apskritai Jatvesko valstiečiai stengėsi mėgdžioti Svisločiaus miestelėnus* (Крестьяне... 1891).

Kintančius gyventojų poreikius iliustruoja nuo XIX a. paskutiniojo dešimtmečio išplitusios prekybos įmonės gana skirtingų pajamų klientų poreikiams tenkinti. Pirkliai atgabendavo madingų vakarietišku prekių, naujų, vietos rinkoje nežinomų gaminių. Jų siūlomos prestižinės prekės, formavo tam tikras mados tendencijas ir gyventojų skonį. Plito prekybos įmonės, kurių vienos prekiaavo prastesnės kokybės plataus vartojimo prekėmis (*простонародный товар*), kitos – brangesnėmis, skirtomis turtingesniems klientams (*продажа ценной обуви* (Книга торгово-промышленных 1912)). Tai dažniausiai buvo drabužių ir avalynės, laikrodžių ir papuošalų, namų apyvokos ir dekorų, galanterijos parduotuvės.

Žinoma, kad Vilniuje XIX a. pabaigoje buvo apie 40 dviejų tipų gatavų drabužių parduotuvių, kurių vienos orientavosi į prastuomenę, o kitos – į pasiturinčius klientus. Pastariesiems aptarnauti buvo steigiamos specialios prabangių prekių, kurios nebūtinai buvo aukštos kokybės, parduotuvės. Jų buvo nedaug, bet pelnas – didesnis (Журнал гильдейских... 1893; 165v). XX a. pradžioje gatavų drabužių krautuvių jau buvo 72, iš jų penkios specializavosi vien moteriškų drabužių ir viena vyriškų drabužių prekyboje, viena prekiaavo drabužiais moksleiviams, 44 – prastesnės kokybės dra-

bužiais ir 21 – brangesniais (Журналы проверки... 1893). Prekyba diferencijavosi pagal skirtingų pajamų grupių pirkėjus: pvz., indų, manufaktūros ir galanterijos parduotuvės galėjo pasiūlyti tos pačios funkcinės paskirties prekių visoms socialinėms grupėms pagal poreikius ir prieinama kaina.

Kita vertus, toks masiškumas mažino prabangesnių gaminių socialinę vertę. Todėl aukštesniuose pasiturinčiuose sluoksniuose dar labiau ryškėjo *demonstravimo efekto* tendencija, pagilindama ir iki tol egzistavusią prekės diferenciaciją¹³. Pvz., kai laikrodis nustojo būti išskirtiniu pasiturinčių gyventojų atributu ir tapo plačiau vartojama preke (laikrodžių kainos svyravo nuo pusantro iki kelių šimtų rublių¹⁴), pasiturintys gyventojai siekė įsigyti brangius auksinius ar sidabrinus laikrodžius. Pvz., iš vieno kriminalinio pranešimo galima sužinoti, kad inžinierius ir pramoninkas Petras Vileišis segėjo brangų auksinį laikrodį¹⁵. Jis nepirko *aukščiausios rūšies, elegantiško vyriško, juodinto angliško*

*plieno laikrodžio (Наша копейка, 3 марта 1910); nesusigundė ir firmos „DOUBLE`OR“ laikrodžiu iš tikrojo naujo niekuomet netamsėjančio aukso, niekuo nesiskiriančio nuo auksinių laikrodžių 56 prabos*¹⁶, *tik nuo 12 iki 15 rublių (Северо-Западное слово, 4 марта 1899)*. Veikiausiai P. Vileišis pirko laikrodį M. Podzilverio, arba L. Perkovskio parduotuvėse, kurios prekiaavo brangiais šveicariškais laikrodžiais (pvz., „Omega“), deimantų, aukso ir sidabro gaminiais (*Северо-Западное слово, 15 апреля 1899; 29 марта 1908; 7 декабря 1908*). Masinės gamybos, nebrangios, platesniems visuomenės sluoksniams įperkamos prekės netiko pasiturinčiam ir aukštesnės socialinės padėties žmogui. Tokie ir panašūs daiktai buvo socialinio sluoksnio ir statuso, net žmogaus amžiaus atributai. Jie atskleidavo savininko prioritetus, socialinius saitus, akiratį. Kartais ir mažesnių finansinių galimybių, žemesnės socialinės padėties atstovai įsigydavo tokių prekių kaip prestižo, ekonominės sėkmės ar ambicijų ženklą.

¹³ Anot T. Vebleno, diferencialus vartojimas egzistavo ir iki piniginės sistemos atsiradimo, kai anksčiau visuomenės raidos pakopose diferencialus vartojimas žymėjo vieno asmens iškilimą virš kitų (Веблен 1984 [1899]; 108).

¹⁴ Reklaminiai skelbimai: *Negali būti pigiau: vietoje 22 – tik 2,25 rb; vietoj auksinio, kainuojančio 200 rb, siūlomas naujo aukso – 5,25 rb; platus puikių laikrodžių pasirinkimas; paskutinė naujiena iš Paryžiaus; viena garsi firma, siekdama padaryti laikrodžius prieinamais visiems (seniau 8 paroms prisukamo laikrodžio kaina siekė 13 rub. ir buvo prieinamas nekiekvienam), dabar jo kaina tik 3 rublių; laikrodis už dyką – tik už 6 rb; kainos nuo 1,5 rb ir pan. (Dziennik Wileński, nr. 4, 1907; Kurjer Krajowy, 29 grudnia 1912 r. (11 stycznia 1913); Kurjer Liteuski, 5 (18) lutego 1908; Nasza Niva, nr. 13–14, 1909; Наша копейка, 29 июня 1910; Северо-Западное слово, 1 марта 1901).*

¹⁵ Iš inžinieriaus ir pramonininko Petro Vileišio, gyvenančio Jurgio viešbutyje Vilniuje buvo pavogtas auksinis laikrodis su grandinėle, kurio kaina siekė 250 rublių (Žr.: Происшествие. Виленская жизнь, Северо-Западное слово, 17 июля 1902). Tai buvo dideli pinigai, nes pvz., 1902 m. Vilniaus miesto valdyba nustatytomis svarbiausių maisto produktų kainomis: aukščiausios rūšies jautienos svaras (apie 365 gr) kainavo 0,18 rb, trečios rūšies – 0,07 rb, veršienos svaras – 0,1 rb, kiaulienos – 0,12–0,13 rb, druskos pūdas (virš 16 kg) – 0,55 rb, svaras grikių – 0,0475 rb, avių – 0,04 rb, miežių – 0,045 rublio (Žr.: Виленская жизнь, Северо-Западное слово, 10 января 1902).

¹⁶ Pagal dabartinius standartus atitinka 585 prabą.

Ši tendencija, siekis demonstruoti ekonominę sėkmę aksesuarais ir daiktais išsiskiriant iš mažiau sėkmingos darbo rinkoje masės, *misera plebs*, skatino gamintojus įtvirtinti išskirtinių gaminių vertę kuriant specialius ženklus – emblemas, dabartine terminija – *brandus*. Plintančio pigių masinės gamybos prekių srauto išgaudinta aukštuomenė, baimindamasi netekti pranašumo, sutiko mokėti brangiau už aukštesnį statusą įtvirtinančius ženklus, kurie jiems tapo itin svarbiu išskirtinumo požymiu ir, kurie nurodė neprieinamą mažiau pasiturintiems, žemesnių sluoksnių atstovams prekės kainą.

Savo ruožtu, ir žemesni visuomenės sluoksniai noriai įsigydavo prekes, kurios nuslėptų jų „žemesnį“ statusą, net neturėdami pakankamai lėšų. Šis troškimas atrodyti priklausančiu aukštesniam socialiniam sluoksniui sąlygoja tai, ką amerikiečių ekonomistas ir sociologas T. Veblenas vadina *parodomuoju vartojimu*. Toks fenomenas buvo būdingas ir silpnai industrializuotoms Vakarų gubernijoms, kurių šlėkta mėgdžiojo bajorus¹⁷, o bajorai demonstruodavo aukštą statusą ir finansinę galią, laikydami tai prestižo reikalu: *Tuo tarpu bajorai [smulkūs ir*

vidutiniai] turi silpnąbę gyventi ne pagal galimybes. Leisdami visas lėšas, kad gyventi kaip turtingi bajorai, daugelis iš jų užstato dvarus kelionėms į Varšuvą ir į užsienį. Dėl to, didžioji dvarų dalis skursta arba yra pasiekusi visišką nuosmukį (Материалы для географии... 1863; 728)].

Prakutę miestiečiai sekė aukštesnius socialinius sluoksnius apranga, imituodavo jų gyvenimo būdą. Pavyzdžiui, etnologų tyrinėjimai rodo, kad pasiturintys miestiečiai ir kvalifikuoti darbininkai stengėsi įsigyti tuo metu Centrinėje ir Rytų Europoje plačiai paplitusio pseudobarokinio stiliaus baldus (drabužines, spintas, komodas, lovas) (Daniliauskas; 109). Paplito namų dekoru ir drabužių pseudoprapanga, kai buvo vartojami pigesni iš nebrangių medžiagų masinės gamybos daiktai: būstus apšviestas nebrangūs šviestuvai su itin madingais žalios spalvos gaubtais (*Ковенские губернские ведомости*, 4 сентября 1882), vietoj brangių audinių, skirtų sienų apmušalams, buvo naudojami tapetai¹⁸, vietoj medžio raižytų brangių rėmų – gipso rėmuostės, dailininkų tapytus paveikslus keitė reprodukcijos¹⁹, bronzinius interjero elementus – gaminiai

¹⁷ Pvz., *Šventine, arba turgaus diena miesteliuose galima sutikti asmenis gremėzdiškomis pigiomis vengerkomis iš namuose austos pilkos gelumbės, batais iki kelio. Iš pirmo žvilgsnio jų neatskirsi nuo meistrų arba pasiturinčių valstiečių. <...> Šlėkta paveldėjo iš protėvių kai kuriuos poreikius ir įpročius visiškai nežinomus valstiečiams. Tokio „pono“ namuose turi stovėti sofa, apvalus stalas, langus dengti plono muslino užuolaidos. Jo žmona, dukros visą savaitę apsirengusios baisiai netvarkingai, neretai netgi žiemą vaikščiodamos basos, šventinėmis dienomis, eidamos į bažnyčią, į svečius būtinai išsipuoš madingai pasiūta suknia, korsetu, apsiaus batus su sagutėmis, užsimes skrybėlaitę, pirštines. Jų sūnūs, išskyrus pačius neturtingiausius, vengdami dėvėti vengerkas iš namų gelumbės, sekmedieniais pasipuošia švarkais, atlaso kaklaraiščiais. Visos šios skrybėlaitės, skėčiai, kaklaraiščiai smulkiajai šlėkta yra labiau reikalingi nei nesuplyšę marškiniai, neretai vos ne vieninteliai, jiems negailima didelių išlaidų (Зеланд-Дубельт 1907; 26–29).*

¹⁸ Pvz., Gardine firma „Gobelenas“ prekiavo tapetais su gobeleno, odos, frizų, bordiūrų, rozečių imitacijos raštais (*Наше утро*, 10 июня (23 июня) 1914).

¹⁹ Antai, 1886 m. Kaune buvo reklamuojami „geriausių peizažų“ oleografiniai paveiksliai 15 x 24 cm

iš pigesnių metalų liejinių, sidabrinis stalo įrankius – įrankiai gaminti iš aliuminio, porcelianinius namų puošybos daiktus – pigesnis fajansas ir pan.

Tačiau ne visuomet pavykdavo įsigyti norimą prestižinį daiktą už prieinamą kainą. Atsižvelgdami ir į tokių klientų norus, vietiniai meistrai, gaminantys ne itin brangią ir ne itin prestižinę produkciją, klastojo prekybinius ženklus. Sakykim, prestižine buvo laikoma Varšuvos avalynės fabrikų produkcija. Jų gaminiai buvo brangūs, skirti pasiturintiems klientams. Mažiau pasiturintys, bet norintys kiek pasipūkuoti pirkėjai galėjo nebrangiai įsigyti vietinių meistrų avalynę, paženklintą suklastotais Varšuvos fabrikų ženklais (Журнал гильдейских... 1893; 165). Tokių vartotojų poreikiams patenkinti pradėta gaminti ne tik avalynė, bet ir

pigūs drabužiai, laikrodžiai, indai ir kiti masinės gamybos buities reikmenys.

Ypač dažnai buvo klastojami populiarūs didelę paklausą turintys maisto produktai. Tarkim, tokia naujovė kaip margarinas, leido padidinti gamybos apimtis ir aprūpinti mažiau pajamų turinčius gyventojus pigesniu, panašiu į brangų, ne visada įperkama, sviestą, maisto produktu. Netrukus, pritaikę panašią pakuotę, nesąžiningi verslininkai pradėjo prekiauti margarinu sviesto kaina²⁰. XIX a. pabaigos spaudoje skaitytojai dažnai buvo įspėjami dėl populiarėjusių vaisvandenių ir limonado, „falsifikavimo“. Augant šių gėrimų paklausai, nesąžiningi verslininkai gamybai panaudodavo pigius ingredientus: vietoj brangaus cukraus – sachariną, vietoje natūralių sulčių – vandenį, paspalvintą dažais ir pagardintą taninu ir įvairiomis rūgštimis: *Paprasta liaudis*

po 0,75 rb vienetas (Žr.: *Ковенские губернские ведомости*, 19 марта 1886), o 1894 m. – į Valakavyską atvežti oleografiniai paveikslai italų ir rusų meistrų kopijos (kainos pagal dydžius nuo 0,5–5rb) (Žr.: *Объявление о выставке распродаже...*; 323).

²⁰ Šeštajame dešimtmetyje Prancūzijoje ir Vokietijoje atsirado produktas vadinamas dirbtiniu arba margarino sviestu. Pigus, pagamintas iš lašinių arba riebalų produktas greitai išplito kaip sviesto surogatas. Šio produkto prekyba nebuvo ribojama, kol užrašas „margarinas“ nebuvo sąmoningai slepiamas. Ilgainiui margarino prekyba imta piktnaudžiauti: oleomargariną pradėta pardavinėti kaip sviestą (Журналы медицинского совета... 1887). Sviesto pakaitalu „Palminu“ medicinos taryba leido prekiauti specialiame įpakavime su įrašu „Palmin – augalinis sviestas“, draudžiant „Palminą“ maišyti su sviestu ir tokius mišinius leisti į prekybą, taip pat margariną buvo draudžiama laikyti sviesto gamybos ir prekybos įmonėse (Žr.: *Виленская жизнь, Северо-Западное слово*, 14 января 1903). XX a. pradžioje Rusijos biržos komitetas ne kartą svarstė, kaip užkirsti kelią sviesto klastojimui, pvz., 1907 m. buvo aiškintasi dėl prekybos margarinu suregulavimo ir siūloma įvesti pakeitimus, kurie gamintojams uždraustų pakuoti margariną į sviesto pakuotes panašią tarą, nes, pasak biržos komiteto komisijos, - *ši iš pirmo žvilgsnio nežymi gudrybė, nesąžiningiems verslininkams leido realizuoti margariną nepatyrusiems miestelėnams vietoj sviesto* (Докладная записка Мясной... 1907). Tačiau dar ir 1914 m. valstybės taryboje buvo svarstomas sviesto falsifikavimo klausimas. Įstatymo projekte sviestas (*prodažnoje maslo*) turėjo būti – 82% riebumo, lydytas sviestas (*toplenoje maslo*) – 98% riebumo, vandens norma neturėjo viršyti 16%, druskos – 3%. Kartu buvo leista prekiauti gyvulinės kilmės riebalais su būtinu pavadinimu „oleomargarinas“. Išvalytas nuo stearino, produktas turėjo būti nemažiau 10% riebumo, o kad užkirsti kelią prekiauti margarinu vietoj sviesto, projekto autorių nuomone, taros labiausiai matomoje vietoje turėjo būti uždėtas nenuplaunamas užrašas su produkto pavadinimu (Žr.: *Виленская жизнь, Северо-Западное слово*, 4 (17) июля 1914).

turguose ir mugėse, apgauta spalvos ir siūlomų gėrimų saldumu, taip pat – maža kaina, noriai vartotojų gėrimus ir kartais – dideliais kiekiais. Kokią žalą daro organizmui šie vaisvandenis ir gijos, pagamintos iš aukščiausių paminėtų medžiagų, spręsti nesudėtinga. Geriausiu atveju viskas baigsis pykinimu, blogiausiu – vartotojas įsigys pavojingą skrandžio ir žarnyno lygą (Žr.: Виленская жизнь, Северо-Западное слово, 1 сентября 1899). Neretai buvo naudojami dažai, skirti muilui, lūpdžiams (Отношение в управлении... 1905). Jais taip pat buvo dažomi konditerijos gaminiai, vynas, netgi kviečiai, kad įgytų „prekinę išvaizdą“ (Виленская жизнь, Северо-Западное слово, 15 февраля 1899; 12 сентября 1899; 10 октября; Рапорт Департамента ... 1899). 1913 m. Gardine buvo prekiauta didelę paklausą turinčia falsifikuota olandiška kakava „Wan Houten“²¹, o Vilniuje Laskovo spaustuvėje buvo aptiktos suklastotos daktaro Gommelio „Gematogeno“ etiketės (По краю... 1908).

Dažnai buvo klastojami populiarių arbatos firmų (pvz., Maskvos bendrovių brolių Поповų bei „Visockis ir Ko“²²) prekiniai ženklai. Visų visuomenės sluoksnių pamėgtas gėrimas nebuvo pigus, skyrėsi ir skirtingų rūšių arbatų kainos: pvz., XIX a. septintajame dešimtmetyje juodos

arbatos kaina siekė 1,2–4 rb už svarą, o geltonos ir žalios aukščiausių rūšių arbatos svoro kaina siekė net 5–8 rublių (Виленские губернские ведомости, 15 июля 1867; 18 июля 1867). Mažiau pasiturintiems gyventojams tokia arbata buvo sunkiau įperkama²³. Tad atsirado didelė „pigios“ arbatos pasiūla. Antai F. Kudrinskis, aprašydamas valstiečių buitį, minėjo, kad *Arbata paprastai vartojama ne tikra, o vietinės gamybos. Ją Škidlove (Шкидове) fabrikuoja žydai maišydami siauralapį gaurometį su jau panaudotomis ir išdžiovintomis arbatžolėmis* (Кудринский 1906; 132). Paprastai panaudotos arbatžolės buvo superkamos iš arbatinių arba karčemų aptarnaujančio personalo (Фруктовый чай... 1888).

Pirkdami netikrą arbatą, valstiečiai ir mažiau pasiturintys gyventojai būdavo ir apgaunami išsiūlant nekokybiškus produktus, kaip „tikrus“. Visgi tikėtina, kad neturtingi sluoksniai, negalėję įpirkti „tikros“ arbatos, sąmoningai pirko jos pigius atitikmenis susitaikydami su prastesne kokybe. Tad galima sakyti, kad jiems buvo svarbios ne tik (ar ne tiek) ypatingos gėrimo savybės, kiek socialinė reikšmė: tam tikriems sluoksniams būdinga rutina, įprotis kaip jų sociokultūrinis atributas.

²¹ Policijos suimtas pardavėjas prisipažino pirkęs produktą iš Pinsko gyventojų Baniuco, kuris buvo suimtas už produkto ir etikečių klastojimą (Žr.: Поддельное какао...1913).

²² Brolių Поповų prekybos namai Kaune visus 1895 m. spausdino perspėjimą, kad jų produktas yra klastojamas (reklaminius skelbimas: Ковенские губернские ведомости, Прибавление, 9 декабря 1895). Vilniuje prieš savo ženklą klastojimą kovojo kita bendrovė „Visockis ir Ko“. Ji visus 1899 m. pirmajame laikraščio puslapyje spausdino tikrojo prekybos ženklą pavyzdį su perspėjimu, kad *tik toks yra vienintelis originalus ir tik su tokiu ženklu produkcija esą yra kokybiška* (reklaminius skelbimas: Виленская жизнь, Северо-Западное слово, 5 июля 1899).

²³ Pvz., 1867 m. liepą Vilniaus gubernijoje valstietis, dirbantis su arkliu, užsidirbdavo 1,9 rb per dieną, be arklio – 0,4 rb per dieną (Цены ... 1867). Gardino gubernijoje čerpes gaminantiems darbininkams buvo mokama 1,5–2,0 rub. per savaitę (Ставравич 1869).

Dėl panašių priežasčių augo ir „pigios“ kavos paklausa mažiau pasiturinčių gyventojų tarpe. Labai tikėtina, kad dalis šių žmonių gana brangią kavą²⁴ vertino kaip produktą, vartojama aukštesniuose sluoksniuose. Vėlgi, gyventojų poreikis vartoti aukšto socialinio ženklo produktą, rinkoje galėjo sukurti „pigios“ kavos paklausą, pvz., „kava“ iš cikorijos, pupų, gilių, miežių, ryžių, iš kurių *tam tikru būdu* paruoštas gėrimas turi daug bendro su kava ir skoniu, ir kvapu (Общепользные сведения... 1883). Tokiai „kavai“ pasigaminti tiko ir blankiai rožinės spalvos burokai. Supjausčius plonais griežinėliais, išdžiovinus ir sumalus į miltelius, paruošus kaip kavą, buvo gaunamas, beje, *skanus, sveikas ir, aišku pigesnis gėrimas, kurio beveik nereikėdavo gardinti taip pat brangių cukrumi* (tokios „kavos“ svaras kainavo tik 0,15 rublių) (Ten pat). Pigioji kava tapo gana paklausī. Net medicinos tarnyba leido reklamuoti kavos „surogatus“, bet su privalomu įrašu „miežinė kava“, „salyklo kava“ (Виленская жизнь, Северо-Западное слово, 15 июня 1899). Šiuos kavos pakaitalus taip pat turbūt masiškai pirkė tie, kam brangi kava buvo sunkiau įperkama, bet gyvenimo būdu norėta prilygti aukštesniesiems sluoksniams. Nuo XIX a. pabaigos su masinės gamybos prekių plitimu, augant gyventojų perkamajai galiai ir nykstant luomų skirtumams, tarp žemesnių visuomenės sluoksnių augo poreikis įsigyti prekes ne tiek dėl tam tikrų jų išskirtinių bruožų (ypatingo skonio, estetinių savybių, funkcinės naudos), bet ir dėl perkančiojo prestižo.

Žemesniems visuomenės sluoksniams buvo siūlomi į brangias prekes panašūs daiktai. Masinių gaminių rinka sukūrė galimybę kurti panašumo į aukštesnius visuomenės sluoksnius iliuziją (pvz., aliuminio įrankiai atsirado kaip pigus brangių stalo įrankių iš sidabro analogas). Mažesnių pajamų vartotojai taip pat ėmė skirti lėšų socialinę padėtį reprezentuojantiems gaminiams, nurodantiems socialinę padėtį ir gyvenimo kokybę. Galimybė įsigyti daugiau buitinių daiktų teikė ir didesnę komfortą, o kitos kokybės nauji daiktai leido keisti vartojimo įpročius ir pasiekti aukštesnio gerovės lygio.

Disponuojantys didesniu turtu aukštesni visuomenės sluoksniai išlaikydami aukštą vartotojo statusą, rinkosi prabangias, nedaugeliui įperkamas prekes. Jų poreikiai, didesnės galimybės, mažiau suvaržytas biudžetas, socialiniam įsitvirtinimui svarbi viešai parodoma prabanga kūrė tokį vartojimo klimatą, kai aukštesnių sluoksnių išlaidos prestižo ir reprezentacijos tikslams tapo neišvengiama būtinybė. Aukštesni visuomenės sluoksniai siekė savo statusą išlaikyti, žemesnieji – nors iš dalies jiems prilygti, savo socialinėje-kultūrinėje terpėje susikurdami priimtinas kasdienės rutinas ir buitį. Bendrakultūrinis šių žemesnių sociumo sluoksnių vartojimo papročius, imituojančius elitų gyvenimo būdą, nemaža dalimi lėmė tiek „horizontalus“ socialinėje skalėje, imitavimo ir *parodomąjo vartojimo*, fenomenas; tiek ir H. Leibensteino aprašyti horizontaliai plintančios ir įsitvirtinančios mados, konkrečioje aplinkoje

²⁴ 1899 m. aukščiausios rūšies įvairių pupelių namų gamybos skrudintos kavos kaina siekė 0,3 rb svaras, tuo tarpu importuotos kavos kaina siekė 0,65–1,2 rb svaras (pvz., žr.: *Северо-Западное слово*, 30 января, 2 февраля, 1899).

kurį laiką vertinama kaip gero skonio, „gero tono“ ir pannašūs ženklai.

Išvados

1. Dar XIX a. aštuntajame dešimtmetyje viešai demonstruoti galimybę leisti lėšas prabangos prekėms buvo dažnas reiškiny elito kultūroje. Žemesnieji, paprastai agrariniai sluoksniai, vartojo savo pačių ūkiuose pasigaminą produkciją, nors tam tikrų daiktų (pvz., drabužių) pirkimas ir vartojimas turėjo ir socialines reikšmes: vartojimo įpročiai žymėjo priklausomybę socialinei grupei, materialinę padėtį, galimybę naudotis komfortu, socialumo ir kultūrinius įgūdžius, asmeninį pranašumą ir pan. Valstiečiams XIX a. aštuntajame dešimtmetyje tai buvo avalynė ir kepurės, cukrus ir arbata, miestiečiams – įvairūs interjero papuošimo reikmenys, drabužių aksesuarai, bajorams ir dvarininkams – prabangos prekės, pagamintos iš brangių medžiagų, įvairūs atvežtiniai maisto produktai, prieskoniai.
2. Vartotojiškos elgsenos pokyčiai labiau matomi nuo XIX a. pabaigos, kai besikeičiant socialinei struktūrai, žemesni visuomenės sluoksniai tam tikrais daiktais (pvz., drabužiais, aprangos aksesuarais, namų apyvokos reikmenimis) siekė demonstruoti priklausomybę aukštesniems visuomenės sluoksniams, galimybę leisti lėšas prekėms, kurios žymėtų jų ekonominę sėkmę.
3. Pamažu keitėsi ir valstiečių požiūris į vartojimą, atsirado fabrikinės gamybos (pvz., aprangos elementų), pirktinio (negaminamo ūkyje) daikto poreikis. Jų įsigijimą ir

- vartojimą tarp valstiečių ir mažiau pasiturinčių gyventojų lėmė ne tik prekių funkcinė paskirtis ar fizinės charakteristikos, bet ir įsivaizduojama socialinė daiktų vartojimo reikšmė: toks gaminy (dažniausiai nepriklausomai nuo jo kokybės) kėlė asmens vertę visuomenėje, pabrėžė gyvenimo būdą, turtą. Dažnai prekės ypatingos savybės, jų suteikiami buitiniai malonumai ar patogumai buvo ne tokie svarbūs, nei įsigyto daikto savininkui perkeliama kultūrinė reikšmė.
4. Plintančios masinės gamybos prekės darė patrauklesnėmis įprastus kasdienio vartojimo daiktus, plėtė ir skatino jų vartojimą. Pigesnės platus vartojimo masinės gamybos prekės tapo prieinamos mažiau pasiturintiems gyventojams. Kartu jos žemino prekių (pvz., laikrodžių, galanterijos), skirtų išskirtinių klientų pasirinkimui, vertingumą. Kad išskirti iš mažiau pajamų turinčių gyventojų ir pabrėždami priklausymą aukštesniam visuomenės sluoksniui, kilmingieji ir stambų kapitalą sukaupe visuomenės sluoksniai demonstratyviai naudojo prabangias prekes, rinkosi aukštą socialinę padėtį pabrėžiančius prekinis ženklus (pvz., laikrodžiai „Omega“, Popovų prekybos namų arbata ir kita).
 5. Mažiau pajamų turintys gyventojai stebėjo aukštuomenės vartotojišką elgseną, lygiavosi į ją jei ne materialia padėtimi, socialiniu statusu, tai įvaizdžiais, kasdienėmis rutinomis, įpročiais. Atsiradus masinei gamybai ir rinką užpildžius tos pačios funkcinės paskirties, kaip ir vartojamos aukštesniuose sluoksniuose, bet žemesnių kainų (nebūtinai prastesnės kokybės) prekėms (pvz., baldai, fajanso lėkštės, drabužiai, šakutės), jie turėjo

galimybę perimti dalį iki tol daugiausia aukštuomeni būdingų buitinių papročių, jos skonius ir kasdienio gyvenimo stilius. Šie vartojimo pokyčiai tarp turinčių mažiau

pajamų gyventojų, žemesnių visuomenės sluoksnių Vakarų gubernijose pastebimi nuo XIX a. pabaigos, kai pasirodė daugiau masinės gamybos prekių.

LITERATŪRA IR ŠALTINIAI

A. A. Darbo dirva, *Vienybė*, 1911, nr. 42, p. 659–660.

Aleksandravičius, Egidijus; Kulakauskas, Antanas. 1996. *Carų valdžioje: Lietuva XIX amžiuje*. Vilnius.

Ambrulevičiūtė, Aelita. 2010. *Mažmeninė prekyba Vilniaus, Kauno ir Gardino gubernijose 1861–1914 metais (tinklas, plėtra, modernėjimas). Doktoro disertacija*. Klaipėda.

Bairašauskaitė, Tamara. 2013. Bajorų žemvaldžių sudėtis Kauno ir Vilniaus gubernijose XIX a. antroje pusėje, *Lituanistica* 1 (91): 9–23.

Bairašauskaitė, Tamara; Medišauskienė, Zita; Miknys, Rimantas. 2011. *Lietuvos istorija*, t. VIII, 1 dalis, Vilnius.

Benningham, Ann; Brewer, John. 1997. *The Consumption of Culture 1600–1800: Image, Object, Text*. London: Routledge.

Brewer, John; Porter, Roy. 1993. *Consumption in the World of Goods*. London: Routledge.

Bystron, Jan Stanisław. 1976. *Dzieje obyczajów w dawnej Polsce. Wiek XVI–XVIII*. Warszawa.

Černevičiūtė, Jūratė. 2003. „T. Vebleno paradomojo vartojimo teorija ir šiuolaikinės kultūros bei vartojimo tyrimų problemos“, *Problemos* 64: 38–51.

Daniliauskas, Antanas. 1969. „Kauno proletarų gyvenamosios patalpos XIX–XX amžiais (2. Interjero dekoras)“, *LTSR MAD, serija A* 3 (31): 107–124.

de VRIES, Jan. 2008. *The Industrial Revolution. Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present Day*. Cambridge University Press.

Dėdė Atanasas. Senovės gadyneje ir dabar, *Vienybė*, 1910, nr. 3, p. 37.

Dundulienė, Pranė. 1991. *Lietuvių etnologija*. Vilnius.

Dziennik Wileński, nr. 4, 1907 r., s. 4.

Jucevičius, Liudvikas Adomas. 1959 [1842]. „*Žemaičių žemės prisiminimai*“, *Raštai*. Vilnius.

Jučas, Mečislovas. 1972. *Baudžiavos irimas Lietuvoje*. Vilnius.

Jurginis, Juozas. 1978. *Lietuvos valstiečių istorija (Nuo seniausių laikų iki baudžiavos panaikinimo)*. Vilnius.

J. T. Šventadienis ir kasdienis apsvilkimas, *Šaltinis*, 1908, nr. 9, p. 131–132.

Fairchilds, Cissie. 1993. „Consumption in Early Modern Europe“, *Comparative Studies in Society and History* 35 (4): 850–858.

Fischer, Irving. 1930. *The Theory of Interest*. New York.

Friedman, Milton. 1957. *A Theory of the Consumption Function*, Princeton University Press.

Hilton, Matthew. 2002. „The Female Consumer and the Politics of Consumption in Twenty-Century Britain“, *The Historical Journal* 45 (1): 103–128.

Kudirka, Juozas. 1969. „Lietuvos puodžių dirbiniai XIX a. pabaigoje–XX amžiuje“, *LTSR MAD, serija A*: 3 (31): 75–89.

Kudirka, Juozas. 1958. „Prekyba puodžių dirbiniais Lietuvoje XIX a. pabaigoje–XX a. pradžioje“, *LTSR MAD, serija A* 2 (5): 157–164.

Kudirka, Juozas; Milius, Vacys; Vyšniauskaitė, Angelė. 1983. *Valstiečių verslai*. Vilnius.

Kulikauskienė, Vida. 1975. „XIX–XX a. Lietuvos vyrų drabužiai (1. Marškinių medžiaga ir sukirpimas)“, *LTSR MAD, serija A* 3 (52): 119–127.

Kurjer Krajowy, 29 grudnia 1912 r. (11 stycznia 1913 r.), s. 1.

Kurjer Litewski, 5 (18) lutego 1908 r., nr. 30, s. 4.

Lancaster, Kelvin. 1966. „A New Approach of

Consumer Theory“, *The Journal of Political Economy* 74 (2): 135–157.

Lears, Jackson. 1994. *Fables of Abundance: A Cultural History of Advertising in America*. New York: Basic Books.

Leibenstein, Harvey. 1997. „Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumer's Demand“, *Culture, Social Norms and Economics* 1: 350–374.

Levine, David. 1991. „Consumer Goods and Capitalist Modernization“, *The Journal of Interdisciplinary History* 22 (1): 67–77.

Lietuvių etnografijos bruožai. 1964. Vilnius.

Lowerson J. 2003. „Leisure, consumption and the Europe city“, *Urban History* 30 (1): 93–97.

Matuškaitė, Marija. 2003. *Apranga XVI–XVII a. Lietuvoje*. Vilnius.

Mccants, Anne. 1995. „Meeting Needs and Suppressing Desires: Consumer Choice Models and Historical Data“, *Journal of Interdisciplinary History* XXVI (2): 191–207.

Mccormik, Ken. 1993. „Deusenberry and Veblen: The Demonstration Effect Revisited“ in *Thorstein Veblen. Critical Assessments*: 491–495. Ed. by John Cuningham Wood, London.

Medišauskienė, Zita. 2000. „Konservatyvi visuomenės kritika XIX a. vidurio Lietuvoje“, *Istorija* XLVI: 3–11.

Меркис, Витаутас. 1961. *Развитие промышленности и формирование пролетариата Литвы в XIX веке*.

Meškauskas Kazimieras. 1992. *Lietuvos ūkis 1900–1940 metais*. Vilnius.

Meškauskas, Kazimieras; Puronas, Vytautas; Meškauskienė, Malvina; Jurginis, Juozas. 1976. *Lietuvos pramonė ikisocialistiniu laikotarpiu*, Vilnius.

Miller, D. 1995. „Consumption and Commodities“, *Annual Review of Anthropology* 24: 141–161.

Morkūnienė, Janina. 1997. „Kailių išdirbimas Lietuvoje XIX a. antroje pusėje–XX a. pirmoje pusėje“, *Lietuvos etnologija* 2: 111–187.

Mulevičius, Leonas. 2003. *Kaimas ir dvaras Lietuvoje XIX amžiuje*. Vilnius.

Мулявичюс Леонас; Ючас Мечисловас. 1968. *Некоторые вопросы генезиса капитализма в Литве*. Вильнюс.

Nasza Niva, 1909 h., nr. 13–14, s. 208.

Keynes, John Maynard. 1936. *The General Theory of Employment, Interest and Money*. New York.

Parker J.; Preston, B. 2005. „Precautionary Saving and Consumption Fluctuations“, *American Economic Review* 95 (4): 1119–1143.

Ramsay, Frank P. 1928. „A Mathematical Theory of Saving“, *The Economic Journal* 38, (152): 543–559.

Pugačiauskas, Virgilijus. 2008. „Vilniaus „krikščionių“ apdirbimo cechai XIX a. pirmoje pusėje: organizacinė struktūra, gamybos pobūdis, kolektyvinė biografija“, *Lituanistica* 3 (75): 12–26.

Pugačiauskas, Virgilijus. 2007. Vilniaus statybinių amatų cechai XIX a. pirmoje pusėje: organizacinė struktūra, gamybos pobūdis, kolektyvinė biografija, *Lituanistica* 50 (71): 29–43.

Reed, Eric. 2007. „The Tour de France in the Provinces: Mass Culture and Provincial Communities Relations with the Broader World“, *French Historical Studies* 50 (4): 651–685.

Simmel, Georg. 2000. „The Philosophy of Fashion“ in *Simmel on Culture*: 186–207. ed. D. Frisby, M. Featherstone. Sage Publications.

The Politics of Consumption. Material Culture and Citizenship in Europe and America. 2001. Ed. By P. Jackson, M. Lowe, D. Miller and F. Mort. Oxford, New-York.

Truska, Liudas. 1961. „Emigracija iš Lietuvos 1868–1914 metais“, *LTSR MAD, serija A* 1 (10): 71–83.

Tyla, Antanas. 1962. „Lietuvos žemės ūkio darbininkų padėtis XIX a. pabaigoje–XX a. pradžioje metu“, *LTSR MAD, serija A* 2 (13): 85–101.

V. Stagaras. Iš Lietuvos. Senapilė, *Vienybė lietuvininkų*, 1893, vasario 8 d., p. 67.

Vėbra, Rimantas. 1990. *Lietuvių visuomenė XIX a. antroje pusėje*. Vilnius.

Веблен, Тройстен. 1984 [1899]. *Теория праздного класса*. Москва.

Włodarczyk, Edward. 2005. „Uwarunkowana życia codziennego w pruskich miastach portowych w XIX wieku (do 1914 roku)“, *Nad Bałtykiem: w kręgu polityki, gospodarki problemów narodowościowych i społecznych w XIX i XX wieku: Nad Bał-*

tykiem: w kręgu polityki, gospodarki, problemów narodowościowych i społecznych w XIX i XX wieku: księga jubileuszowa poświęcona profesorowi Mieczysławowi Wojciechowskiemu: zbiór studiów. Toruń.

Woodruff, D. Smith. 1992. „Complication of the Commonplace: Tea, Sugar, and Imperialism“, *Journal of Interdisciplinary History* XXIII (2): 259–278.

Žvygas. Rupinkimės savaja pramonija, *Vienybė*, 1910, nr. 36, p. 555.

Акцизный лист для продажи секвесторного движимого имущества Янишского ксендза Лимонта, 8 августа 1863 г., *Lietuvos valstybės istorijos archyvas* (toliau – *LVIA*), f. 525, ap. 1, b. 934, l. 10–11.

Быт поселян Ковенской губернии. Сост. Чл. Корр. Имп. Общ. Сель. Хоз. Михневич, *Памятная книжка Ковенской губернии* на 1861 год, отд. II, с. 14.

Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 15 февраля 1899 г., с. 1.

Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 15 июня 1899 г., с. 2.

Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 17 июня 1899 г., с. 2.

Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 5 июля 1899 г., с. 1.

Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 1 сентября 1899 г., с. 3.

Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 12 сентября 1899 г., с. 3.

Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 10 октября 1899 г., с. 3.

Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 10 января 1902 г., с. 2.

Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 14 января 1903 г., с. 2.

Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 4 (17) июля 1914 г., с. 3.

Докладная записка Мясной и масляной биржи Санкт-Петербургского Биржевого комитета в Отделение торговли и промышленности, 17 августа 1907 г., *Rusijos valstybinis istorijos archyvas Sankt Peterburge* (toliau – *RVIA*), f. 23, ap. 9, b. 59, l. 1v.

Дорофеевский П. Обзор строительных материалов Ковенской губернии, *ПККГ* на 1894 г., прил. III, с. 180.

Извлечение из статистического отчета Виленского Городского Полицейского Управления 2 февраля 1872 г., *Виленские губернские ведомости*, 2 февраля 1872 г., с. 24.

Журналы медицинского совета, *Виленские губернские ведомости*, 23 мая 1887 г., с. 3.

Журнал гильдейских и не гильдейских торговых предприятий подлежащих раскладочному сбору за 1893 г., *LVIA*, f. 517, ap. 1, b. 49.

Журналы проверки торговых предприятий по городу Вильно за 1893 г., *LVIA*, f. 515, ap. 9, b. 1459, 1460, 1461, 1523.

Зеланд-Дубельт Е. *Литовские письма*. Вильно, 1907, с. 26–29.

Книга торгово-промышленных предприятий второго Гродненского податного участка, 1912 г., *Baltarusijos nacionalinis istorijos archyvas Gardine* (toliau – *BNLAG*), f. 1009, ap. 1, b. 4, l. 287, 627, 643, 734.

Ковенские губернские ведомости, Прибавление, 4 сентября 1882 г., с. 6.

Ковенские губернские ведомости, Прибавление, 9 декабря 1895 г., с. 1.

Ковенские губернские ведомости, Часть неофициальная, 23 февраля 1890 г., с. 4.

Копия отчета Гродненского губернатора за 1881 г., *RVIA*, f. 1284, ap. 70, b. 196, l. 17v.

Коропчевский Д. А. *Прежде и теперь. Очерки домашней жизни*. Санкт-Петербург, 1911.

Крестьяне. Описание села Ятвеска Гродненской губернии, Волковыского уезда, *Гродненские губернские ведомости*, 27 февраля, 1891 г., с. 2.

Кудринский Ф. *Литовцы. Общий очерк*. Вильна, 1906.

Материалы для географии и статистики России, собранные офицерами генерального штаба. Гродненская губерния. Составил П. Бобровский. Санкт-Петербург, 1863, ч. II.

Материалы по этнографии Гродненской губернии, 1911. Выпуск I, с. 24.

Общепользные сведения. Дешевый кофе, *Ковенские губернские ведомости*, 10 сентября 1883 г., с. 4.

Объявление о выставке распродаже репродукций, *BNIAG*, f. 1, ар. 9, б. 323, л. 323.

Отношение в управление Главного врачебно-го инспектора Министерства Финансов, 2 июля 1905 г., *RVIA*, f. 23, ар. 7, б. 432, л. 1.

Очерки Белоруссии. Историческое, прошлое Белоруссии, настоящий быт белорусов, нравы и обычаи белорусов. Санкт Петербург, 1876, с. 32.

Памятная книжка Ковенской губернии на 1895 год, с. 227.

Поддельное какао. Местная хроника, *Наше утро*, 8 (21) марта 1913 года, с. 2.

По краю, *Понедельник*, 28 апреля 1908 г., с. 3.

Программа для собирания сведений о состоянии сельского хозяйства и промышленности, *Известия Русского географического общества*, 1872, т. 8, с. 252–261.

Происшествие. Виленская жизнь, *Северо-Западное слово*, 17 июля 1902 г., с. 2.

Разные известия. Дешевый кофе, *Виленские губернские ведомости*, 5 марта 1886 г., с. 8 (persausdinta iš *Прогрессивное Сельское Хозяйство*).

Рапорт Департамента Медицины при Министерстве Внутренних Дел о фальсификации пшена путем окраски, 2 августа 1899 г., *RVIA*, f. 23, ар. 9, б. 83, л. 1v.

Виленские губернские ведомости (Рекламное объявление), 6 декабря 1872 г., с. 291.

Виленские губернские ведомости (Рекламное объявление), 9 октября 1868 г., с. 368.

Виленские губернские ведомости (Рекламное объявление), 10 января 1867 г., с. 12.

Виленские губернские ведомости (Рекламное объявление), 15 июля 1867 г., с. 198.

Виленские губернские ведомости (Рекламное объявление), 18 июля 1867 г., приложение.

Ковенские губернские ведомости (Рекламное объявление), 6 мая 1870 г., с. 82.

Ковенские губернские ведомости (Рекламное объявление), 18 апреля 1872 г., с. 4.

Ковенские губернские ведомости (Рекламное объявление), 19 марта 1886 г., с. 4.

Ковенские губернские ведомости (Рекламное объявление), 25 октября 1878 г., с. 6.

Ковенский справочный листок (Рекламное объявление), 26 апреля 1902 г., с. 2.

Наша копейка (Рекламное объявление), 3 марта 1910 г., с. 4.

Наша копейка (Рекламное объявление), 29 июня 1910 г., с. 4.

Наше утро (Рекламное объявление), 10 (23 июня) 1914 года, с. 4.

Северо-Западное слово (Рекламное объявление), 1 марта 1901 г., с. 4.

Северо-Западное слово (Рекламное объявление), 4 марта 1899 года, с. 4.

Северо-Западное слово (Рекламное объявление), 29 марта 1908 г., с. 4.

Северо-Западное слово (Рекламное объявление), 15 апреля 1899 г., с. 4.

Северо-Западное слово (Рекламное объявление), 16 сентября 1899 г., с. 4.

Северо-Западное слово (Рекламное объявление), 30 января, 1899 г., с. 4.

Северо-Западное слово (Рекламное объявление), 2 февраля, 1899 г., с. 4.

Северо-Западное слово (Рекламное объявление), 7 декабря 1908 г., с. 4.

Сведения о состоянии сельского хозяйства и промышленности по Виленской, Ковенской, Гродненской губерний (1872–1874 г. г.), *Vilniaus universiteto bibliotekos Rankraščių skyrius (toliau – VUB RS)*, f. 34, б. GD-1–528. Сведения о... GD-1–528

Сведения о... по Виленской губ., Вилейского у., в районе Будславского народного училища, *VUB RS*, f. 34, б. GD-482, л. 10v.

Сведения о... по Виленской губ., Диснейского у., Поставакской вол., *VUB RS*, f. 34, б. GD-414, л. 14v–15.

Сведения о... по Виленской губ., Лидского у., Радунской вол., *VUB RS*, f. 34, б. GD-433, л. 3.

Сведения о... по Виленской губ., Лидского у., Покровской вол., *VUB RS*, f. 34, б. GD-432, л. 8.

Сведения о... по Виленской губ., Ошмянского у., Сморгонской вол, 1872 г., *VUB RS*, f. 34, б. GD-387, л. 3v.

Сведения о... по Виленской губ., Трокского у., в районе Жижморского народного училища, *VUB RS*, f. 34, б. GD-481, л. 12v.

Сведения о... по Виленской губ., Трокского у., Езненской вол., *VUB RS*, f. 34, b. GD-471, l. 13.

Сведения о... по Гродненской губ., Брестского у., в районе Великолесского народного училища, *VUB RS*, f. 34, b. GD-36, l. 10.

Сведения о... по Гродненской губ., Брестского у., в районе Токарского народного училища, *VUB RS*, f. 34, GD-34, l. 18.

Сведения о... по Гродненской губ., Бельского у., в районе Шитовской народного училища, 1873 г., *VUB RS*, f. 34, b. GD-11, l. 12.

Сведения о... по Гродненской губ., Бельского у., Городской вол., 1873 г., *VUB RS*, f. 34, b. GD-2, l. 9.

Сведения о... по Гродненской губ., Бельского у., Гродского народного училища, 1873 г., *VUB RS*, f. 34, b. GD-5, l. 13.

Сведения о... по Гродненской губ., Брестского у., Ельянское сельское училище, 1872 г., b. GD-21, l. 8v.

Сведения о... по Гродненской губ., Брестского у., в районе Клещельского народного училища (Сост. Носкович), 1873 г., *VUB RS*, f. 34, b. GD-6, l. 13.

Сведения о... по Гродненской губ., Кобринского у., в районе Казмшского народного училища, *VUB RS*, f. 34, b. GD-52, l. 2v.

Сведения о... по Гродненской губ., Кобринского у., в районе Подольского народного училища (сост. Алексеев Р.), *VUB RS*, f. 34, b. GD-56, l. 3.

Сведения о... по Гродненской губ., Сокольского у., в районе Нововольского народного училища, *VUB RS*, f. 34, b. GD-76, l. 13.

Сведения о... по Гродненской губ., Сокольского у., в районе Трофимовского народного училища, *VUB RS*, f. 34, b. GD-74, l. 12.

Сведения о... по Ковенской губ., Поневежского у., в районе Чипянского народного училища, *VUB RS*, f. 34, b. GD-109, l. 9v.

Ставрович Ф. Черная весь, *Памятная книжка Гродненской губернии* на 1869 г., с. 43.

Фруктовый чай, *Ковенские губернские ведомости* (Перепечатано из *Пензенские губернские ведомости*), 1 июня 1888 г., с. 6.

Цены на фураж по Виленской губернии за 1867 год, *LVI A*, f. 515, ap. 17, b. 3788, l. 7v-8.

ABSTRACT

ORIGIN OF CONSUMPTION SOCIETY IN THE LITHUANIA (SECOND HALF OF THE 19TH CENTURY–EARLY 20TH CENTURY)

Prior to the spread of mass production goods, luxury products (which signified a high social status) were mostly made out of expensive materials and their costs were determined by the physical properties they had. Such goods were expensive in the truest sense of the word and they did not have any less expensive analogues, made out of cheaper materials. Everyday things of the upper class were usually out of reach for the lower social strata. That is why until the spread of goods of mass production, the difference between the goods used by the upper class and those used by the lower social strata emphasized various social group distinctions, and social status was recognized by socially corresponding products.

Moreover, before the spread of goods of mass production, the lower social strata did not have an opportunity to take fashion tendencies into account and change their clothes, furniture and other household goods. They would use the things until they were completely worn out. Changing things according to the “fashion” as well as demonstrating a possibility of spending funds on luxury products was a common practice amongst the cultural elites.

Slowly the attitude of the lower social strata towards consumption started to change, and a demand for manufactured, store-bought items began to rise. The purchasing and consumption habits of the less fortun-

nate in the society began to be influenced not only by the functions or physical properties of the products, but also by the supposed social importance of the usage of them. Such products (in most cases this did not depend on its quality) were increasing the social rank of an individual in the society as well as emphasizing their lifestyle and wealth. Quite often the unique characteristics of a product and conveniences it provided in housekeeping, were less important than the cultural importance it provided to the owner.

The ability to buy some housekeeping-related products provided greater comfort as well as new and good quality items, changed the consumption habits reaching a higher level. Expenditure on goods amongst the lower social strata acquired a representative social value and became means for demonstrating the financial standing and standard of living.

Pastaba: straipsnis parengtas vykdant Lietuvos mokslo tarybos pagal Europos Sąjungos struktūrinių fondų remiamą projektą „Podoktorantūros (pos doc) stažuotių įgyvendinimas „Lietuvoje“.

Humanitarinių mokslų daktarė
Vilniaus universitetas, Istorijos fakultetas
mokslininkė stažuotoja
Universiteto g. 7, LT-01513 Vilnius
El. paštas: aelita@fan.lt