



ロシア：「対極」の世界から (2) ～ 混在するソ連と西欧、常識の違い～

ロシア連邦・サンクトペテルスブルグ国立大学留学中
服部 祐也

本稿では、先ず当地生活開始当初に非常に新鮮だったソ連時代の面影とロシアの「西欧」化について、その後、ロシアの寒さに覆された常識についてご紹介させていただきます。

1、はじめに

ロシア第二の都市であるサンクトペテルブルクでの留學生活を開始してから5カ月が経過しました。ロシアという国で起こる全ての事が新鮮だった時期を越え、生活に慣れてきたのも束の間、ロシアの代名詞ともいえる時期がやってきました。寒く、暗く、長い、冬の到来です。

2、未だ残るソ連時代の面影とロシアの「西欧」化

(1) 商品群＝店名 ～色濃く残るソ連の面影～

「処変われば人々の感覚も違う」。これは外国訪問時に多くの人が感じることはないでしょうか。この国もそれに違わず、「さすがロシア。」と思う事がたくさんあります。スーパーのレジや郵便局での長い列や、それにも拘らず全く仕事を急ごうとしない店員については、前回の投稿にて少々触れましたが、その他の興味深い例として、個人商店が挙げられます。

当地、特に中心街以外では、売っている商品群の名前そのものを看板として出している個人商店を多く見かけます。例えば、「цветы (花)」は花屋、「продукты (食料品)」は食料品店、「мебель (家具)」は家具屋、「рестран (レストラン)」はレストラン、「столовая (食堂)」は食堂屋といった具合です。



「продукты (食料品)」「цветы (花)」等
商品群がそのまま店の名前・看板になる

このような直接的なネーミングの理由は、ロシア語講師に拠れば、社会主義であったソ連時代の名残とのことです。どこでも同じものが同じ値段で売っており、利益を出す必要の無かった当時、他店との差別化をする必要がなかったし、そうするインセンティブは働かなかったものだと考えられます。ただ、ソ連崩壊・体制の変化から約20年経つ現在でもこういった状況が続いている事は、非常に興味深い事です。

(2) 外国資本の浸透 ～ロシアの「西欧」化～

一方で、目抜き通りであるネフスキー大通り及び高級住宅街周辺では、外国資本の店や商品を多く目にする事ができます。マクドナルドやケンタッキーフライドチキン、サブウェイでは常に列が絶えず、また、IKEA 等が入る郊外大型ショッピングモールには非常に多くの人が詰めかけています。市の問題となっている交通渋滞を構成する自動車は、世界各地のブランド車の数々です。価格帯とロシア人の平均所得から勘案すると、こうした「西欧」ブランドに手が届くのは中間所得層以上に限られますが、ロシア国内には確実に「西欧」から商品が入ってきています。

また、テレビで放映されている「西欧」の音楽やドラマの多さには驚かされます。

私は渡航前、ロシアという国を、東側諸国の中心としてのソ連とそっくり重ね合わせてみてしまっていた点は否めませんでした。その為、この様に「西欧」の商品が流通し、それらにロシア人が列を成している光景（特に「アメリカ文化に熱狂しているロシア人」という構図）を見ると、私は一種の違和感とも興奮感ともとれる感情を抱いたものです。西側諸国と対立していたソ連が崩壊して約20年が経ち、人々の感覚・意識も変わっている中、私が未だそう感じていたことは、時代錯誤だったのかもしれませんが。

私の渡航前のイメージとは異なり、この国、特に大都市部は、外国資本が浸透し、「西欧」化してきています。