

УДК 94(41/99)

Д. Э. Домме,

факультет истории, философии и права

Омский государственный педагогический университет, Омск

Научный руководитель: канд. ист. наук, доц. И. В. Цыганова

Особенности процесса институционализации американского среднего класса в эпоху «просперити» (1922–1929 гг.)

В статье предпринимается попытка выявить особенности процесса институционализации среднего класса США в эпоху «просперити» (1922–1929 гг.). Автор рассматривает процесс формирования основных институциональных ролей американского среднего класса, анализирует изменения в менталитете людей, делает вывод, о том, что на данном этапе идет расширение численного состава среднего класса за счет рабочих и офисных работников, происходит размывание границ среднего и нижнего класса.

Ключевые слова: формирование среднего класса, эпоха «просперити», институционализация, экономическая ситуация, американская семья, повседневная жизнь, массовая культура.

Эпоха «просперити» стала важнейшим этапом в институционализации американского среднего класса. В. В. Согрин отмечает, что вопрос о делении американского общества на нижний, средний и верхний классы в рассматриваемый период спорный. Большинство историков избегают понятия «средний класс» применительно к США в 1920-е гг. [9, с. 85] и деления общества на классы в зависимости от их имущественного положения. Эпоха «просперити» говорит нам о том, что средний класс не просто существовал, но активно развивался.

1922–1929 гг. получили название периода «просперити» (процветания) [9, с. 84]. Большая часть периода «просперити» приходится на президентство Калвина Кулиджа (1923–1929 гг.), популярность которого среди населения была достаточно высока. Благодаря близкому и открытому общению президента с электоратом, у общественности сохранялось хорошее отношение к Кулиджу.

В эпоху просперити существенно улучшается экономическая ситуация в Соединенных Штатах. Согласно данным статистики к концу 1920-х гг. «на долю США приходилось около одной трети мирового богатства и мирового дохода», а в «среднем на каждую семью этой страны приходилось около 15 тыс. долл. богатства и около 3 тыс. долл. годового дохода». Наступление периода «просперити» было связано с ростом массового производства [4, с. 175–176], а также последствиями Первой мировой войны. Уже в 1920 г. ВВП в Соединенных Штатах вернулся к довоенному уровню [11, с. 11].

В 1920-е годы материальное благополучие населения США росло неравномерно. Положительное влияние меньше всего было заметно на примере фермеров. В 1929 г. средний душевой доход фермеров был в 3 раза ниже, чем средний душевой доход по всем профессиям [9, с. 84]. В связи с этим, фермеры постепенно перестают входить в структуру американского среднего класса, хотя раньше были его основой. Зато улучшилось положение людей, занятых в промышленности, так как промышленность в эпоху «просперити» развивалась стремительно [9, с. 84].

Средний класс в эпоху «просперити» был ограничен и по своему этническому составу. Практически все коренное индейское население относилось к нижнему классу. Более того, доходы 55 % индейцев в год не превышали 200 долларов, что было в несколько раз меньше, чем прожиточный минимум [9, с. 86]. Коренное население Америки еще очень нескоро войдет в структуру американского среднего класса. Не входило в структуру американского среднего класса и афроамериканское население, которое еще будет бороться за свои права в дальнейшем и начнет входить в средний класс лишь после Второй мировой войны.

И. В. Варивончик отмечает, что средний класс в рассматриваемый период и вплоть до конца первой половины XX в. состоял преимущественно из «белых воротничков» или «нового среднего класса» [1, с. 20]. Под «белыми воротничками» понимаются наемные работники, занимающиеся умственным трудом, а именно менеджеры, чиновники,

администраторы и т. д. Изменения в структуре экономики постепенно приводили к исчезновению старого среднего класса.

Одним из символов эпохи «просперити» стал автомобиль, который в 1920-е гг. появился практически у каждой семьи. Институционализации среднего класса способствовало и формирование представлений о «средних американцах» в обществе. Модель жизни среднего класса популяризировалась при помощи многочисленной рекламы. «Джентельменским набором» каждой семьи в эпоху «просперити» стал собственный дом, холодильник и стиральная машина [8, с. 12].

Именно в эпоху просперити формируются основные институциональные роли американского среднего класса. Существенно растет число собственников в городах и пригородах. Ранее нами было отмечено, что частная собственность на недвижимость была одной из важных черт американского среднего класса. В период с 1921-го по 1928 г. на жилищное строительство было израсходовано от 17 до 30 миллиардов долларов (по разным подсчетам). Всего в эпоху «просперити» было построено около 3 миллионов домов. Имел свой дом далеко не каждый житель США. Т. Драйзер в своей работе так пишет о простых рабочих, которые не относились к среднему классу: «если мастер, после многих лет неустанного труда, и может обзавестись собственным домом (хотя бы таким скромным, как этот), то из долгов ему уже никак не удастся вылезть».

Повседневная жизнь представителя американского среднего класса в эпоху «просперити» изменилось кардинальным образом. Обязательным атрибутом каждой обеспеченной американской семьи стал не только автомобиль, но и радио, так, «к 1930 г. радиоприемниками обладали 40 % американских семей». Улучшения в экономическом состоянии рядовых граждан прежде всего касались каких-либо бытовых моментов — американские домохозяйки получили возможность пользоваться стиральными машинами, холодильниками, пылесосами [6, с. 86]. Все это также говорит нам о высокой покупательской способности представителей среднего класса.

Мы видим, что институционализации американского среднего класса способствуют изменения в менталитете людей — наступает эра потребления. «Потребительскими товарами» становятся не только продукты питания, автомобили, бытовая техника, но и услуги и развлечения [7, с. 15–16]. Массовая культура и общество потребления становятся неотъемлемыми частями американской цивилизации и ассоциируются, прежде всего, со

средним или верхним классом. Общество начинает воспринимать приобретение таких товаров как холодильники и автомобили, радио и пылесосы как «признак принадлежности к уважаемому слою общества».

Сфера потребления стала институциональной нормой американского среднего класса в интересующий нас период. Даже собственность на недвижимость начинает играть меньшую роль. Ч. Райт Миллс указывает, что даже старый средний класс начинает отвергать крупную собственность. Значительная часть среднего класса в этот период была занята в сфере продаж или в сфере услуг, чем также можно объяснить интерес к этим сферам.

В. В. Согрин также связывает американский средний класс в эпоху «просперити» с обществом потребления. Представителем среднего класса был человек, приобщившийся к обществу потребления. В. В. Согрин также указывает на спорность рассуждений об экономическом благополучии большинства жителей США. Историк подчеркивает: «даже солидные авторы приводят различающиеся цифры и оценки относительно экономического положения разных социальных слоев» [9, с. 85–86].

В 1920-е гг. также изменяется и типичная семья представителей среднего класса. В это время начинает формироваться новый образ женщины — «уверенной в себе, стремящейся к интересной, насыщенной событиями жизни». Некоторые женщины уже не соглашались на роль исключительно домохозяйки. При этом, работающая женщина в семье среднего класса по-прежнему являлась исключением [2, с. 7]. Определенные институциональные роли закрепляются не только за средним классом в целом, но и за определенными его членами. Так же в 1920-е гг. начинает меняться отношение к институту брака и семьи. Все чаще молодые люди склоняются к непродолжительным отношениям, браки начинают заключаться в более позднем возрасте. М. В. Золотухина отмечает: «Массовое распространение автомобилей сделало возможным приватное общение для молодых людей, которое не обязательно должно было приводить к заключению брака» [2, с. 7]. Указанные изменения, прежде всего, касались именно представителей верхнего и среднего класса. Среди нижнего класса продолжали преобладать старые представления о браке и семье.

Помимо этого, мы можем говорить о еще большей доступности образования для представителей среднего класса в указанный период. Расходы американского правительства на систему среднего образования постоянно росли и к 1930 г. достигли 2,3 миллиардов долларов в год, то есть 108 дол-

ларов в пересчете на одного учащегося [3, с. 90]. Доступность высшего образования также увеличивается, зачастую доступ к высшему образованию получали ученики, хорошо проявившие себя во время обучения в средней школе. Ф. С. Фицджеральд одного из героев своего романа «Ночь нежна» характеризует как «студента послевоенной формации» и в целом выделяет студенчество как отдельный слой общества [10, с. 33]. Обучение в университете также становится одной из важных особенностей представителей среднего класса. Учеба в университете также способна повысить социальный статус человека, она сразу же выделяет его из массы нижнего класса. Университетское образование по-прежнему не было доступно для всей массы населения.

Массовая культура становится обязательным атрибутом американского общества в 1920-х гг., что способствует дальнейшему формированию среднего класса. Е. М. Сидорук отмечает: «Фермер Штата Айова мог купить тот же самый образец автомобиля, что и работник автомобильной промышленности в Детройте или бизнесмен в Лос-Анджелесе» [7, с. 16]. В связи с этим мы можем говорить об изменениях в профессиональном составе представителей среднего класса. Теперь в американский средний класс входят не только высококвалифицированные рабочие, но и масса квалифицированных рабочих в целом.

Наконец, стоит сказать и о том культурном подъеме, который переживали Соединенные Штаты в 1920-е гг. 1920-е гг. вошли в историю под названием «века джаза», что было связано с распространением популярности джазовой музыки. Помимо этого, в 1920-е гг. активно развивалась реклама и журналистика — посещение церкви заменило чтение таблоидов и других желтых изданий [6, с. 78]. Здесь мы также встречаемся с формированием новой институциональной нормы — формируется досуг, характерный для среднего класса, к которому, к тому же, начинает активно приобщаться к кинематографу. В 1920-е гг. выходило огромное количество кинофильмов, посещение кинотеатра также стало частью повседневности: «каждую неделю сто миллионов американцев, практически все население, способное к восприятию кино, посещало 20 тысяч кинотеатров» [6, с. 78]. Однако, кино мы можем назвать досугом для всех американцев, а не только для среднего класса. Средний класс любил и более «изошренные» формы досуга — театр, концерты классической музыки, лекции.

Именно культура становится тем фактором, который начинает отделять представителей среднего класса от представителей низшего класса.

А. К. Малаховский отмечает стремительное развитие прессы в эпоху «просперити». В это время возникают не только издания, рассчитанные на массового потребителя, то есть на все классы, но и на более узкие круги населения. А. К. Малаховский отмечает «респектабельные издания», которые читали представители высшего и среднего класса. В них отличалась даже подача материала. Газеты «публиковали материалы в более сдержанном и рациональном духе, соответствующем более размеренному образу жизни классов имущих» [5, с. 43–44]. Мы видим, что в эпоху «просперити» границы между классами все же не были стерты окончательно. Средний класс сам отделял себя от беднейшей массы народа.

Улучшение собственного материального положения становится одной из целей самих представителей американского среднего класса. Все больше людей склоняются к верности следующего предположения: «Бог предназначил американскому среднему классу быть богатым» [12, с. 402]. Стремление к материальному обогащению становится еще одной институциональной нормой, которая раньше была характерна лишь для представителей верхнего класса. Материальное благополучие обретает все большее значение, а средний класс начинает вырабатывать собственные нравственные нормы.

В эпоху просперити понятие «среднего класса» все еще не используется широко. Например, в воспоминаниях американского президента Герберта Гувера о 1920-х — начале 1930-х гг. мы можем встретить такое понятие как «рабочие», «бизнесмены», «фермеры» и т. д. Понятие «средний класс» или даже «средний американец» в воспоминаниях Гувера отсутствует. В популярной в эпоху «просперити» «Энциклопедия этикета от Эмили Пост» мы видим лишь «гостя среднего ранга», но не представителя среднего класса. Такое понятие как «бизнесмен высокого класса» и «рабочий» в этом популярном издании присутствует.

Таким образом, эпоха «просперити» сыграла двоякую роль в процессе институционализации американского среднего класса. С одной стороны продолжали формироваться институциональные нормы, а с другой само понятие классов начало размываться, так как материальное положение улучшалось у всего населения. К факторам институционализации в период «просперити» мы можем отнести бурное экономическое развитие, дальнейшее формирование досуговой сферы, рост заработной платы, развитие университетского и среднего образования и возникновение общества потребления. Средний класс начинает осознавать себя как средний класс.

1. *Варивончик И. В.* От кризиса к обществу «всеобщего благоденствия»: формирование массового среднего класса в послевоенной Америке (40–60-е годы XX века) // *Веснік Віцебскага дзяржаўнага ўніверсітэта*. — 2005. — № 4 (38). — С. 16–22.
2. *Золотухина М. В.* Домашняя хозяйка или хозяйка своей судьбы? к вопросу об эволюции женского образа в среднем классе США // *Женщина в российском обществе*. — 2004. — № 1-2. — С. 2–30.
3. *Йованович Т. Г.* Исторические аспекты становления и развития среднего образования США в конце XIX — начале XX века // *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. — 2015. — № 8-2 (58). — С. 89–93.
4. *Лан В. И.* США от первой до второй мировой войны. — М. : Государственное издательство политической литературы, 1947. — 484 с.
5. *Малаховский А. К.* Американские таблоиды периода «Джазовой журналистики» 1920 гг.: предвестники эпохи таблоидизации СМИ // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. — 2016. — № 11-3 (65). — С. 42–45.
6. *Минеева Т. Г.* Влияние духовно-нравственной атмосферы в обществе на экономическую жизнь государства (на примере США 1920-х гг. XX века) // *Правовое поле современной экономики*. — 2016. — № 1. — С. 76–83.
7. *Сидорук Е. М.* Социокультурные аспекты развития американского общества в 1918–1929 гг. : автореф. дис. ... канд. ист. наук. — Тамбов, 2005. — 24 с.
8. *Согрин В. В.* Равенство возможностей как фактор американской цивилизации. История и современность // *США и Канада: экономика, политика, культура*. — 2012. — № 1 (505). — С. 3–18.
9. *Согрин В. В.* Экономическое неравенство в истории США // *Новая и новейшая история*. — 2009. — № 1. — С. 71–93.
10. *Фицджеральд Ф. С.* Ночь нежна. — URL: <https://e-libra.ru/read/168396-noch-nezhna.html>. (дата обращения: 25.10.2019).
11. *Шенин С. Ю.* Участие США в Первой мировой войне: экономический аспект // *Современные евразийские исследования*. — 2014. — № 3. — С. 8–13.
12. *McElvaine R. S.* *The Great Depression. America 1929–1941*. — New York : Times Books, 1984. — 402 p.