

Яхно О.Н. (ИИиА УрО РАН)
**ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ РУБЕЖА XIX–XX вв.
И ИЗМЕНЕНИЯ В ОБРАЗЕ ЖИЗНИ ГОРОДСКОГО
НАСЕЛЕНИЯ УРАЛА**

Первый этап российской индустриализации пришелся на конец XIX–XX вв. В это время ускоренными темпами развивалась металлургия, а также машиностроение, химия, железнодорожный транспорт. Заметные изменения произошли и в уральской промышленности. Заводское производство по своей технической вооруженности переходило в стадию индустриального развития с соответствующими ему признаками: использованием новейших машин и технологий, стандартизацией, массовым выпуском продукции.

Складывающаяся ситуация в экономике вела к изменению социального состава городского населения, структуры его занятости. Увеличивается удельный вес интеллигенции, работников торговли, транспорта, связи, служащих частных предприятий.

Рост социальных групп, связанных с занятиями, требующими более высокого уровня подготовки, означал появление большого числа лиц активных, открытых к восприятию новых требований и веяний жизни, быстро реагирующих на изменения социально-психологического климата в городе. В этот период усиливается роль инженеров и мастеров, резко возрос их социальный статус. Особо следует отметить рост женского образования и увеличение доли женщин среди лиц, занятых на службе или частной практикой (врачебной, юридической, педагогической и т. д.).

Отмеченные выше сдвиги в хозяйственном укладе и социальной структуре городского населения сопровождались изменениями и в повседневной жизни. Массовость, стандартизация производства вели к упрощению городской одежды. Она становилась более удобной, практичной и функциональной. В начале XX в. стали издаваться и недорогие модные журналы, способные довести самые прогрессивные идеи до уровня обыденного сознания. Напечатанные иногда на серой бумаге, они всегда отличались хорошими выкройками и умеренными пожеланиями в адрес домохозяек и небогатых образованных женщин, желавших быть элегантными.

Требования санитарно-гигиенических норм на производстве также повлияли на быт горожан. Очень популярным был здоровый образ жизни и все, что этому способствовало. Актуальным стало

требование минимизации затрат средств, времени и сил на создание личного гардероба и собственного стиля. Этому активно помогали магазины готового платья, появлялись недорогие кафе с комплексными обедами, которые по необходимости можно были заказать домой или в контору. Более эффективным становилось употребление новейшей косметики, лекарств, средств личной гигиены и бытовой химии.

Таким образом, новые ценности, такие как расчетливость, трезвость, педантизм, бережливость, простота начали проникать и в широкие слои населения городов. В этой ситуации возникла проблема массового потребления и массовой культуры вообще. Немалую роль в ее возникновении сыграло сближение искусства и промышленности, которое обеспечивало производство художественных изделий в небывало широком масштабе, какого не знали предшествующие эпохи. Через дизайн промышленное проектирование воспринимает социокультурные импульсы, осуществляется связь господствующих ценностей и представлений общества и техники. Искусство же через дизайн оказывало влияние на техническое формообразование, на облик предметной Среды.

Первым всеобщим и универсальным направлением в украшении себя и окружающего пространства становится стиль модерн. В одежде, оформлении дома, паспарту фотографий, рекламы, предметах женских рукоделий и аксессуарах появилось большое количество плавных, текучих линий, в виньетки вплетались лилии и ирисы, использовалась узнаваемая цветовая гамма модерна. В нем массовое тяготело к уникальному, в результате чего индивидуальное сразу же становилось достоянием всеобщего.

Общедоступность красоты оказывается лозунгом времени. Возникает красота для бедных, несущая в себе многие признаки большой красоты стиля. Она воплощалась в упрощении силуэта, имитации сложного кроя, употреблении пластмасс и новых красителей. С этого времени начинают появляться массовая реклама и первые «имидж-мейкеры». Производители дешевых по технологии вещей быстро откликнулись на те коррективы, которые вносит массовый потребитель. Рынок стал заполняться вещами, отвечающими эстетическим, психологическим, материальным запросам массового покупателя.

Организация сети бытовых учреждений и предприятий вела к изменению структуры семейного и индивидуального быта. Она была рассчитана на массовое обслуживание и стандартизацию потребностей. Это же в свою очередь порождало сходный стиль жизни у членов определенных профессиональных и социальных групп.

В общем «новое» на рубеже XIX–XX вв. довольно активно проникает в повседневную жизнь горожан. Наиболее восприимчивым к требованиям времени оказались слои, относящихся к городской интеллигенции, служащим и частным предпринимателям. Конечно же в различных городах Урала процесс внедрения нового имел различную скорость, но все же главная тенденция была общей — изменения в повседневной жизни происходили повсюду и затрагивали различные слои городского сообщества.

Сафронов А.А. (УрГУ)

ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ГУБЕРНСКИХ ГОРОДОВ УРАЛА ПО МАТЕРИАЛАМ ПЕРВОЙ ВСЕОБЩЕЙ ПЕРЕПИСИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ 1897 г.

Современная историческая наука слабо представляет зависимость уровня грамотности населения Урала XIX в. от места жительства. Целью нашей работы является проведение сравнительного анализа грамотности населения четырех губернских центров края на основе материалов Первой всеобщей переписи 1897 г. Самым крупным городом Урала в конце XIX в. был Оренбург, где в 1897 г. проживало 72,4 тыс. чел., что в 1,6 раза больше, чем в Перми (45 тыс.), в 1,7 раза больше, чем в Уфе (42 тыс.) и почти в три раза больше, чем в Вятке (25 тыс. чел.). Среди четырех городов Урала наиболее высокий уровень грамотности населения был в Вятке — 59,7%. По этому показателю она опережала не только другие губернские центры, но и выходила за общероссийский уровень грамотности городского населения — 45,3%. Следом за Вяткой шла Пермь — 54,1% грамотных, на третьем месте был Оренбург — 42,2%. Наименее грамотно население в Уфе — 39%. При довольно значительных колебаниях общего показателя грамотности населения, разница между показателями грамотности у мужчин и женщин была одинакова и составляла 18,4–18,8%, за исключением Вятки, где она составляла 15,2%.