

УДК 94

DOI: 10.25629/НС.2022.01.02

## НАЧАЛО ФЕМИНИЗАЦИИ РЯДА ОТРАСЛЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В США (РУБЕЖ XIX–XX ВВ.)

**Овчаренко А.О.**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

**Аннотация.** Рубеж XIX–XX вв. – время бурных перемен в общественной, экономической и социальной жизни американок. Послевоенная модернизация техники, экономики и общества позволили рядовым представительницам среднего класса заниматься не только обустройством домашнего уюта, но и искать свое предназначение в публичной сфере, исторически принадлежавшей мужчинам. Роль женщины как хранительницы домашнего очага претерпевала изменения, уступая место образу активной представительницы «слабого пола», находящей способности самореализации в профессиональной деятельности. На основе вклада российских и зарубежных исследователей в данную проблематику, автор рассматривает изменения роли американки среднего класса на рынке труда. После краткого обзора существующих «женских профессий», в статье уделяется особое внимание появлению новых, массовых видов деятельности представительниц «слабого пола», благодаря которым гораздо большее число женщин стало приобщаться к профессиональной культуре. В результате изучения и обобщения зарубежных источников и исследований, автор приходит к выводу, что к началу XX в. женщинам стал доступен ряд отраслей профессиональной деятельности Соединенных Штатов Америки, позволивший им выйти из исключительно частной сферы жизни общества в публичную.

**Ключевые слова:** трудоустройство, США, феминизм, женское движение, средний класс, профессии.

### **Введение**

Рубеж XIX–XX вв. для США – время бурных перемен в общественной, экономической и социальной жизни. Начавшаяся после гражданской войны 1861–1865 гг. послевоенная модернизация общества, вызвав появление новых машин и механизмов, экономивших ручной труд, строительство железных дорог, опоясывающих страну густой сетью, привели к изменению облика страны. Это было время не только масштабных изменений в сфере экономики, началась смена парадигмы во взаимоотношении полов. Традиционно считалось, что удел женщины – это дом, а главные ее обязанности – поддержание домашнего очага, воспитание детей и уход за супругом, но теперь, в результате изменения уклада жизни, американки стали претендовать на другую, более активную роль в обществе. Показательно, что одна из главных теоретиков «первой волны» женского движения Э. К. Стэнтон в знаменитой «Декларации чувств», написанной для первой конференции женщин, проходившей в июле 1848 г. в Сенека-Фоллз (штат Нью-Йорк), делала упор на «молчаливых страданиях женщин», обвинив мужчин в 18 смертных грехах, столько же раз, сколько в «Декларации независимости» подверглись критике злоупотребления королевской власти [1]. По ее мнению, женщина имеет право на самореализацию в плане материальной независимости (получения достойного образования и работы при равной оплате труда), вступления в брак по собственному желанию, сохранения экономических свобод и т.д. И, хотя мысли о независимости американок впервые прозвучали в середине XIX в., потребовалось не менее полувека на хотя бы частичную их реализацию.

К началу XX в. ценностные ориентации представительниц среднего класса, как хранительниц домашнего очага, потеряли свою актуальность, уступая место облику эмансипированной и образованной американки. Они не желали исключительно сидеть дома, им было необходимо

реализовать свои амбиции, которые не ограничивались, как ранее, частной сферой, а приносили пользу обществу. Девушки получали высшее или специальное образование, участвовали в различных клубах по интересам, боролись за предоставление избирательного права. Даже одежда американок претерпела изменения – вместо длинных и пышных платьев с корсетами появляются более узкие и короткие платья. Шоком для общественности стало появление так называемых «блумерсов» – широких брюк, поверх которых носилась короткая до колена юбка. Тем самым девушки стремились прежде всего к удобству в передвижении, считая, что одежда должна была соответствовать меняющемуся для них миру. Однако самым большим отличием от традиционного образа жизни стало не просто изменение роли женщин на рынке труда, а быстрая феминизация ряда профессий, многие из которых были созданы в ходе бурной индустриализации, начавшейся в США с конца XX в.

Цель настоящей работы – показать, как изменилась роль американки среднего класса на рынке труда, и как они были реализованы их профессиональные возможности на рубеже XIX – XX вв.

### **Краткий обзор российской историографии**

В российской историографии данная проблематика еще не стала объектом специального изучения, хотя в настоящее время существует ряд работ, косвенно затрагивающих эту тему [2, 3, 4, 5, 6]. В монографиях ставятся вопросы о соотношении домашней и публичной сфер деятельности американок, а также затрагиваются отдельные женские профессии, однако в работах отсутствует комплексный срез доступа женщин к профессиональной деятельности на рубеже XIX-XX вв. Следует отметить, что трудоустройство представительниц «слабого пола» относится к области междисциплинарных исследований и интересует не только историков, но и экономистов, социологов и философов [7, 8].

### **Формирование новых сфер профессиональной занятости женщин в США**

Традиционно большинство профессий было сгруппировано в нескольких отраслях, при этом они зачастую варьировались от уровня образованности и социального статуса вследствие неоднородности самого среднего класса, его деления на несколько страт (высшие, средние и нижние). Именно поэтому необходимо сначала определиться с понятием, поскольку в процессе формирования индустриального общества началось формирование современного среднего класса – так называемых «белых воротничков», представлявших образованных молодых людей, работавших менеджерами, на конторской службе, в сфере торговли и развлечений. Иными словами, теперь большинство среднего класса составляли не только лица умственного труда (врачи, адвокаты, писатели), но и квалифицированные работники больших предприятиях. Чаще всего, к этой категории относили конторских и офисных служащих.

Тогда же началось активное приобщение женщин к работе по найму на рынке труда. В середине XIX в. многие колледжи и университеты начали открывать свои двери для американок, готовя их преимущественно для преподавания в школах. Так, из 815 выпускников «Вассар», 805 работали в качестве учителей [9, с.47]. Количество американок в школах с годами не только не уменьшалось, но и возрастало. Так в 1876 г. женщины составляли 42 % всех работников данной сферы, к 1900 г. – 70 %, а к 1910 – 80% [10, с.75]. Работа учителем прекрасно вписывалась в теорию о предназначении «слабого пола», ведь девушки воспитывали учащихся в школе так же, как и в дальнейшем воспитывали своих детей. Не случайно, американки среднего класса часто становились гувернантками для детей богатых особ, например, как это описывается в англоязычном романе Ш. Бронте «Джейн Эйр». Кроме профессии педагога, некоторые американки, по сути единицы, могли получить профессию медика или журналиста. Однако здесь публичное пространство принадлежало мужчинам, а девушкам было трудно добиться успеха в данных направлениях трудовой деятельности. Одна из первых врачей Элизабет Блэкуэлл, вспоминала о реакции знакомых, когда они узнавали, что в созданной ею клинике ведут врачебную практику исключительно женщины: «Доверится женщине-доктору –

никогда!», – таков был их вердикт [11, с.210]. Чаще всего на этом поприще американки становились квалифицированными медсестрами и помогали в реализации медицинской практики своим отцам или мужьям.

Женщины со средне-профессиональным уровнем образования, ставшие основной категорией работников новых массовых профессий и составлявшие «средний средний класс», трудились в офисах и на конторской службе, а менее образованные («нижний средний класс» – в розничных магазинах. Если в 1870 г. число работниц торговли составляло 1,798 или менее 1,0 % среди занятых в несельскохозяйственном секторе, то к 1900 г. их число повысилось до 394,747 или 9,1 % от общего числа. Правда, независимо от того, какой профессии посвящала себя представительница «слабого пола», она оставались на низшей ступени карьерной лестницы: например, в школе она была рядовым учителем, а не директором, в офисе – машинисткой и стенографисткой, а не руководителем, в магазине она оставалась рядовым клерком или кассиром, а не менеджером. Иными словами, в то время как мужчина быстро рос по служебной лестнице, представительница «слабого пола» могла занимать одну и ту же должность на протяжении многих лет. Зачастую работа для женщины воспринималась как временная мера (девушка работала до замужества или появления детей) или как форма страховки, когда в семье возникала чрезвычайная материальная ситуация, например, из-за потери, кормильцем работы. Такая ситуация была не редкой в конце XIX в., поскольку во времена бурного индустриально-технологического развития число производственных травм резко возросло.

Одной из самых популярных профессий для женщин стала конторская служба, где работа не была тяжелой или вредной, а зарплата была частично сопоставима с мужской. Однако здесь возникает логический вопрос, почему эти оплачиваемые должности, которые, как правило, до 1860 г. выполнялись почти исключительно мужчины, а теперь стали женскими?

Начнем с того, что многие американцы не считали ряд доступных им профессий соответствующим их социальному статусу, а иммигранты, не имевшие должного уровня образования и необходимых языковых навыков, не могли на них претендовать. Более того, они не считали нужным повышать уровень своих знаний и ходить, например, на 6–9-месячные курсы стенографии из-за отсутствия возможности их оплачивать. Для руководства многих предприятий мужчины из среднего класса всё равно оставались более приоритетным выбором в гендерном отношении, ведь представительницы «слабого пола» могли оставить работу после замужества или рождения ребенка. Владелец фирмы предпочитал брать именно мужчину, рассчитывая на воспитание приемника в лице хорошего заместителя. В любом случае он руководствовался устоявшимися в обществе традициями о месте женщины, опасаясь возможных потерь в связи с их трудоустройством (зачем зря вкладывать деньги, силу и время).

В течение нескольких десятилетий после Гражданской войны 1861–1865 гг. тысячи девушек, лишившихся кормильцев в годы лихолетья, были вынуждены взять на себя роль наемных работников. В Америке было относительно мало мест, где зарплата, выплачиваемая представительницам «слабого пола», могла поддерживать их соответствующий образ жизни. Только с ростом правительственных структур появились вакансии секретарей, машинисток, делопроизводителей, куда устремились претендентки на эти должности. Если в 1870 г. представительницы «слабого пола» составляли 5% лиц, кто занимал должность стенографиста, то в 1900 г. их количество возросло до  $\frac{3}{4}$  рабочих мест [12, с.6]. Заметим, что для женщин среднего класса процесс трудоустройства был не всегда простым. Они становились служащими не только для того, чтобы обеспечивать свою семью, но и развивать себя. Зачастую подобный шаг объяснялся либо потерей кормильца, либо временными сложностями, либо стремлением дать достойное образование своим детям (часто, братьям и сестрам) [13, с.48-52]. Кроме того, исследование американских авторов показывают, что поиск работы женщинами был связан не только с ростом их самосознания, но и во многом с упрощением их домашнего быта из-за развития методов консервации продуктов, изобретения духовок и плит, распространения электричества, а также появления в продаже многих новых продуктов, таких как мука, различные фрукты и овощи.

Рабочие места XIX в. распределялись в основном среди одиноких женщин (незамужних или овдовевших). Между тем, из-за ограничений в господствующих представлениях о женской доле, ряд представительниц «слабого пола» предпочитал скрывать свое семейное положение, занимаясь собственным трудоустройством. Традиционные социальные нормы викторианства, ставящие под сомнение целесообразность занятости замужних женщин, как и ведомственные ограничения, побуждали многих американок подавать заявления о приеме на работу в качестве одиноких сотрудников. Например, в середине 1870-х гг. в патентном ведомстве ходили слухи о том, что многие из якобы незамужних работниц были женами клерков. Известно, например, что миссис Уиттлси, являвшаяся женой клерка Р. Х. Уиттлси, согласилась работать за 900 долл. в год под именем мисс Э. М. Фиск [13, с.51]. Анонимные письма, отправленные чиновникам казначейства в конце 1860-х и 1870-х годов, свидетельствовали о том, что практика найма родственников не ограничивалась патентным ведомством. И хотя невозможно точно определить, сколько женщин вводило в заблуждение своих работодателей, данные о семейном положении являются неточными: замужние женщины-клерки составляли как минимум от 4 до 18 % всех претендующих на канцелярскую работу. Некоторые семьи, принадлежавшие в той или иной степени к среднему классу, разрабатывали схемы пополнения семейного бюджета, которые опирались на возможности женщин в получении заработной платы. Правда, в случае обнаружения лжи, женщины подвергались особому осуждению, потому что, по мнению большинства американцев, они тем самым пытались избежать выполнения своих домашних рутинных обязанностей.

Временный характер работы ряда американок не создавал особых проблем для предприятия: если одна работница уходила после замужества в декрет, ей быстро находили замену. В частности, любая стенографистка или машинистка с таким же успехом могла выполнить тот или иной вид работы. Правда, для этого она должна была хорошо владеть английским языком и пройти специальные курсы подготовки. Таким образом, женский персонал представлял собой работников с большой текучестью кадров, но с которыми практически никогда не существовало проблем. Особый интерес представляет уровень заработной платы работающих женщин в офисе. Так, машинистка зарабатывала от 6 до 10 долл. в неделю, стенографистка от 12 до 16 долл. [9, с.50] Доход в 700 долл. в год для женщины считался неплохим: ведь неквалифицированные и полуквалифицированные рабочие, занятые тяжелым физическим трудом, получали в среднем от 300 до 500 долл.

Одним из новых видов занятости женщин стал профессия машинистки, которая стала доступной лишь после изобретения в 1868 г. американцем Кр. Л. Шоулзом первой коммерчески успешной печатной машинки. Название первой пишущей машинки «Ремингтон №1» стало настолько привычным, что даже машинисток нередко называли «ремингтонистками». Любопытно, но перевод офисной работы в женскую сферу влияния инициировал один из руководителей департамента Министерства финансов. Он считал, что «число работников первого и второго классов [зарабатывающих соответственно 1200 и 1400 долл. США в год] должно быть сокращено, а обычное копирование документов могли бы осуществлять лица, получающие ежегодный оклад в размере 900 долл. США – иными словами, в этот перечень входили женщины» [13, с.74]. Тем лицам, кто взялся за эту работу, дали новое название – «машинистки». Вскоре после того, как в различных учреждениях стали появляться женщины, в государственных списках появились две новые группы служащих: «клерки» и «машинистки», при этом независимо от характера обязанностей, всех служащих, работавших в довоенных конторах на старых предприятиях, стали называть «клерками». Использование этого термина для обозначения работниц предполагало наличие особого вида деятельности. И хотя руководители первоначально назначали женщин на рутинные копировальные работы, со временем объем их работ не только возрос, они становились все более масштабными по мере роста государственной бюрократии.

Еще одним новым видом офисной работы становилась профессия телефонистки. Она стала возможной благодаря созданию в 1876 г. А. Г. Беллом первого телефонного аппарата. Сам Белл

преподавал в школе для глухих, где изучал систему передачи человеческой речи [14, с.129], поэтому профессия сурдопедагога стала основным занятием его жизни. Благодаря его инициативе, была создана сложная сеть, построенная на ряде взаимосвязанных факторов: были сконструированы сам телефонный аппарат, линии связи, которые зависели от стратегий телефонных фирм, а также сами телефонные станции, которые являлись связующим звеном между абонентами. До широкого распространения автоматического оборудования женщины-операторы выполняли важнейшую задачу по подключению телефонных абонентов к общей сети. В простейшей форме их работа на коммутаторе заключалась в получении устных запросов на подключение одной линии к другой на коммутаторе. Иными словами, в истории телефонии наиболее важной считалась профессия оператора, ведь переключение между абонентами относилось к технически сложным операциям, осуществляемых преимущественно женщинами.

Напомним, что первая телефонная компания «Белл», состоящая из десятков региональных фирм, доминировала в Америке с 1888 по 1894 гг. [15, с.1082]. Главной задачей явилось развитие связи между городскими мегаполисами Новой Англии. Однако телефонные сети быстро достигли таких размеров, для обеспечения связи между которыми потребовался новый тип работников. Руководители местных отделений стремились избежать сбоев в коммутаторе, организовывая техно-трудовую систему, в которой использовали операторов, тщательно отобранных по классу, расе и полу. Особое предпочтение в отборе персонала отдавалось женщинам, которые являлись связующим звеном между человеком и машиной – помогали клиентам осуществлять звонки и передавать информацию. Напомним, что первоначально ручная технология требовала, чтобы операторы говорили любезно и вежливо с абонентами, поэтому руководство коммуникациями хотело, чтобы сотрудники проецировали благородный образ самой компании в глазах своих клиентов. Вот почему претенденты на эту работу должны были иметь, по крайней мере, среднее образование, при этом как на Севере, так и на Юге действовал принцип «только для белых». Иными словами, нанимая «добропорядочных» сотрудников, телефонные компании искали работников, которые могли бы иметь дело с клиентами «на равных», как выразился один из менеджеров [15, с.1084].

Начиная с 1880-х гг. компании нанимали почти исключительно представительниц «слабого пола» на эту должность, поэтому подобная феминизации профессии была заимствована в других странах [15, с.1084]. И хотя происхождение гендерного разделения труда до сих пор остается неясным, но выделяются две вещи. Женщины, как полагали руководители телефонных служб в лице мужчин, обладают качествами, наиболее подходящими для данного вида деятельности. Кроме того, незанятых представительниц «слабого пола» гораздо больше. Таким образом, строительство системы телефонии создало совершенно новый перечень запросов к квалификации операторов, поскольку телефонные компании подчеркивали качество своих услуг, позволявшее пользователям общаться друг с другом напрямую.

В этой связи инновационным считается изобретение в 1889 г. А. Б. Строуджером первой автоматической телефонной станции (АТС), для которой не требовались операторы. Считается, что он занялся проблемами телефонии, потому что в городе, в котором он жил, оператором станции работала жена его конкурента, которая использовала служебное положение для того, чтобы переадресовывать деловые запросы в компанию своего мужа. Чтобы избавиться от влияния недобросовестной работницы, он создал автоматический коммутационный узел, а в 1892 г. впервые система на 99 номеров была запущена в коммерческое использование в г. Ла-Порте (штат Индиана) [14, с.141]. Однако вытеснить РТС (ручные телефонные станции) они смогли лишь к 1920-м гг.

Многие американские историки высказывают предположения о связи между феминизацией таких профессий, как стенографистка или телефонистка со стремлением руководства сократить расходы на фонд заработной платы. Здесь мы должны проводить четкое различие между предпринимательскими стратегиями, направленными на выход на новые рынки, и задачами трудового коллектива, целью которого являлось увеличение численного количества. Характер работы оператора частично отражал предпринимательскую стратегию по дифферен-

циации служб коммуникации от конкурирующих форм связи, прежде всего, телеграфа, предпочитавшего нанимать операторов-мужчин, которые получали и передавали закодированную информацию, но не разговаривали с клиентами. Их работа требовала владения азбукой Морзе и умения обращаться с телеграфным ключом. Быстрая и точная работа сотрудников была жизненно важна для этого сложного метода связи, ведь переключение абонентов на коммутаторе требовало новых специализированных форм труда с использованием различных навыков.

Главной категорией пользователей, совершавших дорогостоящие и длительные междугородние звонки, были бизнесмены, ведь телефоны в начале XX в. оставались роскошью даже для лиц среднего класса [15, с.1084]. Напомним, что только за сами звонки в первых рекламных объявлениях предлагалось заплатить 20 долл. в год для частных абонентов и 40 долл. в год – для корпоративных [14, с.136]. Требования к отбору персонала быстро приобрели гендерный характер, поскольку менеджеры считали, что представительницы «слабого пола» обладают теми качествами, которые требовались для общения с потребителями. Респектабельное поведение, точность, внимание к деталям и клиенту, хороший слух и хорошая скорость обычно считались более женскими, чем мужскими, чертами. Такие качества были необходимы в таких профессиях, как преподавание, не говоря уже о предприятиях текстильной и бумажной промышленности. Именно эти профессии к концу XIX в. считались уже традиционно женскими. Эксплуатируя идею о заботе мужчин о «слабом поле», руководство компаний напоминало абонентам, что операторы «имеют право на такое же внимание и вежливость, которые распространяются на женщин в нашей повседневной деловой и социальной деятельности, требуют такого же отношения, как наши жены, сестры или дочери» [15, с.1084], что также влияло на отношения между клиентами и телефонными компаниями.

Конечно, многие телефонные операторы часто имели дело с капризными и раздражительными клиентами, поэтому работницы, как лица более терпеливые, подвластные материнским инстинктам, считались особенно ценным персоналом. Испытания с операторами-мужчинами не увенчались успехом, поскольку молодые люди не обладали ни особой дисциплиной, ни благородными манерами. Именно поэтому к 1900 г., более 80% операторов были одиночками, белыми коренными американками. Хотя женщины «наводнили» телефонные станции, для многих они являлись просто «дешевыми руками», а ведь их работа была далеко не простой: «Девочки часто падали в обморок в наиболее загруженные часы и возрождались в «привлекательных комнатах отдыха», которыми компании хвастались в своей рекламе. Действительно, видно, что наибольшее число звонков было совершено с 1900 по 1910 гг. и доходило до 120 тыс. на одного оператора за год [15, с.1092]. С такой высокой психологической нагрузкой девушкам было нелегко справляться, поэтому «комнаты отдыха» были им необходимы. Там они могли расслабиться после времени, проведенного с техникой и клиентами, почитать, поговорить со своими коллегами – провести время так, как они желают, чтобы потом вновь вернуться к энерго и эмоционально затратной работе [16, с.59]. Часто в таких местах отдыха стояло фортепиано, лежали различные журналы и т.д. Таким образом, работодатели стремились создать атмосферу расслабленности для своих работников. Экономя на заработной плате для сотрудниц, компании создавали глянцевою картинку, придавая профессии привлекательность. Кроме «комнат отдыха» в начале XX в. создавались также кафе для телефонных операторов.

Для того чтобы девушки могли не просто расслабиться, но и, к примеру, выпить чашечку бодрящего кофе, многие компании предоставляли утреннее и дневное время отдыха для девушек продолжительностью примерно десять-пятнадцать минут [16, с.49]. Кафетерии создавались специальные, для того чтобы работница могла перекусить по относительно невысокой цене, т.к. многие телефонные операторы проживали вдалеке от дома и не могли позволить себе ездить домой на обед [16, с.59]. Работодатели верили, что хорошая пища будет способствовать качественной работе, а комплекс условий, созданных для девушек, должен был концентрировать их внимание на преданности своему делу и не давать задуматься о сравнительно невысокой заработной плате. Количество рабочих часов для телефонистов достигало 48 часов в неделю, но сверхурочные были обычным делом. Пожилые работницы предпочитали работать в ночную смену, но большинство молодых операторов, начиная с 18 лет, могло поддерживать быстрый

темпа работы [10, с.87]. Идеальной кандидатурой считалась американка, недавно завершившая образование, от 18 до 25 лет. Чаще всего телефонные операторы сидели рядами в большом помещении, где стояли стулья и оборудование, при этом, между ними практически не было свободного личного пространства. Работа носила весьма напряженный характер, но, несмотря на это, проходила в светлом и чистом помещении [15, с.1083].

И хотя во всех отраслях заработная плата женщин была ниже, чем у мужчин, не все работодатели использовали гендерный подход, заменяя мужчин женщинами. Значительная часть разницы в заработной плате была обусловлена различными задачами, возложенными на служащих, и, в меньшей степени, спецификой отраслей промышленности, в которых они трудились, а не неравной оплатой за точно такой же труд. Царившие в обществе патриархальные представления о том, что должны делать мужчины и женщины, во многом разделяемые мужчинами-работниками из числа «белых воротничков» (это понятие еще не сформировалось к началу XX в.), то дискриминация в оплате труда в основном приняла форму отказа квалифицированным женщинам в продвижении по карьерной лестнице. Однако начальная заработная плата была примерно одинаковой, как и в первые годы работы операторов, когда работали как мужчины, так и женщины. Работа на коммутаторе была одной из тех новых профессий «белых воротничков», которые обеспечивали женщинам более высокую заработную плату, чем ранее.

Часть представительниц среднего класса привлекала работа в торговой сети, непосредственно с покупателями товара. Так, в середине XIX века вместо узкоспециализированных магазинов и лавочек открываются первые универмаги с фиксированными ценами и готовой продукцией, которую могли позволить себе представительницы формирующегося среднего класса. Универмаги сильно отличались от предыдущей розничной модели. Кроме отличия в ценах и способах покупки, они предлагали возможность обменять или вернуть не подошедшую вещь.

С появлением универмагов большим спросом стал пользоваться массовый выпуск готовой одежды, для чего в магазинах возникли специализированные секции. Если в 1860-х годах в промышленных объемах появилась верхняя одежда, нижнее белье и аксессуары, постепенно начали производить в том числе сорочки и платья. К 1900 г. производство готовой одежды достигло огромных размеров – ежегодно для взрослых и детей в среднем продавалось вещей на 847 млн. долл. [17, с.74]. Именно тогда начала формироваться культура потребления, которая была исключительно городским и светским явлением, она не только позволяла получить какую-либо вещь, но и приносила с собой новые виды обслуживания и общения, работы и отдыха. Теперь девушка могла не только прийти к портному, дизайнеру или лавочнику, но и погулять с подругами среди красивых витрин магазинов и выбрать одежду по своему вкусу из готовых моделей. Для многих девушек такая ситуация стала возможностью для выхода в публичную сферу жизни общества. Ведь появление холодильников, плит, морозильных камер, пылесосов, а также распространение электричества, упростили повседневную жизнь рядовых представительниц среднего класса, позволив выкроить время для саморазвития.

Тем не менее, зарождение рекламы и общества потребления было доступно далеко не всем, а ретранслировалось, как нужно каждому. Таким образом, многие представительницы «слабого пола» так или иначе стали связаны со сферой продаж, часть – покупая товары, другая часть – продавая их, третья – желая быть ближе к миру, полному блеска. К 1898 г., например, у “Macy’s” было 3 тыс. сотрудников, что делало его сравнимым по размеру с такими гигантами производства, как завод “Carnegie Steel Company”, а их количество превышало население многих городов, в которых тогда жили 60% американцев [18, с.103]. И хотя большинство магазинов было намного меньше, изменение масштаба от типичного небольшого, узкоспециализированного магазина начала девятнадцатого века до универмага было огромным.

С появлением сетевых магазинов, вызвавшим резкий рост покупательниц, трудоустройство в них стало гораздо более привлекательным, нежели на фабрику, но и требовало больших знаний и умений. Период с 1890 по 1940 г., по мнению американской исследовательницы С. Бенсон, можно назвать «золотым веком американского универмага, тем временем, когда большие

городские магазины играли важнейшую роль в формировании и удовлетворении покупательских способностей миллионов американцев» [19, с.187]. Девушки, находясь на рабочем месте, встречали множество людей, поэтому даже самые жесткие правила компании делали поведение работниц более свободным, чем если бы она работала одна. Магазины создали собственную иерархию. Самые молодые работницы, которым было больше четырнадцати лет, получали первую работу, а каждое новое продвижение по службе приводило к небольшому увеличению заработной платы. На своей первой работе девушка зарабатывала от 2 до 3 долл. в неделю, меньше, чем неквалифицированный фабричный рабочий [20, с.256]. Ей приходилось зачастую бегать между продавцами и кассирами, доставляя деньги и принося сдачу (в XX в. эту работу взяли на себя пневматическая трубка, а затем компьютеризированный кассовый аппарат), а затем упаковывать товар и пополнять полки. В возрасте 16 лет, как правило после двух лет службы, девушка могла стать продавцом (получая от 6 до 7 долл. в неделю, то есть больше, чем неквалифицированный фабричный рабочий и примерно также как машинистка) [9, с.53]. Продавцы, проявившие себя «умными и ответственными служащими», впоследствии становились кассирами, зарабатывая от 8 до 10 долл. в неделю [9, с.53].

Владельцы универмагов предпочитали нанимать представительниц «слабого пола», поэтому со временем  $\frac{3}{4}$  сотрудников имели женский состав. Руководители верили, что женщины мягче, честнее и коммуникабельнее мужчин, к тому же, оплата их труда могла быть ниже и они, в большинстве своем, не претендовали на более высокие должности. Так, один из менеджеров крупной торговой сети говорил: «Я был менеджером тринадцать лет, и никогда не встречал даже четырех нечестных девушек, но нам пришлось уволить более сорока мальчиков за это время. Они курят и проигрывают в карты, и делают множество вещей, которых не делают женщины, они становятся только хуже, а не лучше. Нет, я за женщин» [21, с.173]. Во многих крупных компаниях существовали специальные нормы того, как должна была вести себя девушка, работавшая в магазине. Например, у универмага “Siegle and Cooper Company”, который открылся в Чикаго в 1887 г. и расширился до Нью-Йорка в 1896 г., был такой свод правил поведения: «Не стоять в группах; не жевать жвачку, не читать книги и не шить; не смеяться, не флиртовать, не бездельничать; Не ходить вместе по магазину; Не уходить со своего рабочего места; Не опаздывать; Не стоять более пятнадцати минут на проходе; Не шуметь при подъеме в лифте; Не толкаться при входе в лифт, всегда стоять в очереди; Не разговаривать через проходы или громким голосом; Не сплетничать; не заниматься своими делами, у вас достаточно своих дел; Не сидеть перод стойкой. Пытайтесь быть: Вежливой, аккуратной; ходить в черном платье; Серьезно относиться к своей работе; Быть пунктуальной, услужливой, кропотливой; Держать свой инвентарь в хорошем состоянии» [9, с.54].

Конечно, на предприятии с двумя или тремя тыс. работников владельцы – в отличие от своих коллег в розничном магазине – не могли контролировать каждую деталь. Именно поэтому разработанный ими свод правил помогал держать в узде служащих: воспитанные в послушании и вежливости они оказывались гораздо более компетентными и сговорчивыми, чем мужчины. Вот почему руководители призвали продавщиц перенести навыки из дома в коммерческую сферу и относиться к своим клиентам как к гостям, чтобы они чувствовали себя в магазине как дома [22, с.9]. Чтобы обеспечить соблюдение этих правил, магазины нанимали администратора, которыми всегда были мужчины, при этом их должность более высоко оплачивалась (до 40 долл. в неделю) [9, с.54]. Они отвечали за стандарты одежды и поведение, а также налагали штрафы, если девушка нарушала принятые правила этикета. Таким образом, существовала четкая иерархия, для которой было характерно гендерное неравенство.

Среди новых женских профессий, в которых женщины обретали признание, стала работа в зарождавшемся в конце XIX в. кинематографе. К 1920-м гг. эта сфера стала мечтой многих американок, стремившихся жить интересно и независимо, не замыкаясь на семье.

### **Заключение**

Таким образом, женщины сделали лишь первый шаг на пути к преодолению профессионального неравенства, получив доступ к ранее традиционно мужским профессиям и открыв



для себя ряд новых видов занятости, что стало возможным благодаря технологической и экономической модернизации американского общества. Однако какими бы разнообразными не были виды занятости, которые появились в XIX в., американки не смогли стать в карьерной лестнице на одну ступеньку с мужчинами. Их не допускали до руководящих должностей (менеджеров, руководителей, директоров), за ними шел неусыпный контроль со стороны мужчин, их заработная плата была ниже. Американкам предстояло потратить еще ни одно десятилетие на борьбу с профессиональным неравенством по признаку пола.

### Библиография

1. Stanton E.C. Solitude of Self. 1892 // Women's History Guide with John Johnson Lewis [Электронный ресурс]. – URL: <http://womenshistory.info/solitude-self-stanton/> (дата обращения: 10.11.2021).
2. Мижув П. Г. Женское образование и общественная деятельность женщин в Соединенных Штатах северной Америки. СПб.: Изд. журнала «Русская школа», 1893. 70 с.
3. Тишков В. А. Изучение истории семьи и статуса женщин в США // Вопросы истории. М.: «Наука», 1988. №4. С.54-67.
4. Якушева Е. Г. Особенности формирования «женской» журналистики в рамках Прогрессивного движения в США (рубеж 19-20 вв.) // Историческая и социально-образовательная мысль. М.: Негосударственное образовательное частное учреждение дополнительного профессионального образования «Кубанская многопрофильная академия подготовки, переподготовки, повышения квалификации специалистов», 2014. №1. С. 90-95.
5. Болотова Л.Д. Американские массовые журналы конца XIX – начала XX в. и движение «разгребателей грязи» // Вестник Московского университета. М.: Изд. Московского университета, Серия 11. Журналистика. 1970. №1. С. 70-83.
6. Байбакова Л.В. «Библия» для эмансипированных американок: роль Э.К. Стэнтон в формировании феминистской идеологии США // Природа и культура: американский опыт сосуществования. Город и урбанизм в американской культуре. М.: Медиамир, 2014. С.84–93.
7. Исакова Е.В. Гендерные стереотипы и их влияние на трудовую деятельность. Дис. ... кандидата филос. наук. Кемерово, 2006.
8. Ельшина В.В. Трудовая занятость женщин: научные основы и гендерные методы регулирования. Автореф. дис. ... кандидата эконом. наук. М., 2000.
9. Rothman S. M. Woman's Proper Place. N.Y.: Basic Books. 1978. XIV, 322 p.
10. Hutchins G. Women who work. N.Y.: International Publishers, 1934. 285 p.
11. Blackwell E. Pioneer Work in Opening the Medical profession to women. L., N. Y.: Longmans, Green, and Co., 1895. 264 p.
12. Allison M. The Public Schools and Women in Office Service. Boston: Women's Educational and Industrial Union, 1914. XV, 187 p.
13. Aron C. Ladies and Gentlemen of the Civil Service: Middle-Class Workers in the Guilded Age. N.Y.: Oxford University Press, 1987. VIII, 234 p.
14. Быховский М.А. Развитие телекоммуникаций: на пути к информационному обществу. История телеграфа, телефона и радио до начала XX в. М.: URSS, 2010. 352 с.
15. Lipartito K. When Women Were Switches: Technology, Work and Gender in the Telephone Industry, 1890-1920 // The American Historical Review. Oxford: Oxford University Press, 1994. №4. P. 1074-1112.
16. Norwood S.H. Labor's Flaming Youth. Urbana: University of Illinois Press, 1990. XII, 430 p.
17. Cowan R. More Work for Mother. N.Y.: Basic Books, 1983. 288 p.
18. Green J. Workers' Struggles, Past and Present. Philadelphia: Temple University Press, 1983. 410 p.

19. Benson S.P. The Customers Ain't God/ Working-class America. Urbana: University of Illinois Press, 1983. P. 185-212.

20. Campbell H. Darkness and daylight. Hartford: Hartford Pub. Co., 1897. 740 p.

21. Campbell H. Prisoners of Poverty. Boston: Roberts brothers, 1887. 288 p.

22. Benson S.P. The Cinderella of Occupations: Managing the Work of Department Store Saleswomen, 1900-1940 // The Business History Review. Pennsylvania: The Sheridan Press, 1981. Vol. 55, №. 1. P. 1-25.

## THE BEGINNING OF THE FEMINIZATION OF CERTAIN PROFESSIONAL ACTIVITIES IN THE USA (TURN OF THE XXTH CENTURY)

**Ovcharenko A.O.**

Lomonosov Moscow State University

**Abstract.** The turn of the XX century is the time of turbulent changes in the public, economic and social life of American women. The post-war modernization of technology, the economy and society gave the opportunity for ordinary middle-class women not only to keep house, but also to seek their destiny in the public sphere, which historically belonged to men. The role of a woman as a guardian of the hearth underwent changes, giving way to the image of an active representative of the "weaker sex", who finds ways of self-actualization in professional activities. Based on the contribution of Russian and foreign researchers to this issue, the author examines the changes in the role of the American middle class woman in the labor market. After a brief review of the existing "women's professions", the article focuses on the emergence of new, mass activities of the "weaker sex", thanks to which a many more women began to join the professional culture. As a result of studying and summarizing foreign sources and research, the author comes to the conclusion that by the beginning of the 20th century a number of branches of professional activity in the United States of America became available for women, which allowed them to move out of the exclusively private sphere of society into the public.

**Key words:** employment, USA, feminism, women's movement, middle class, occupations.