

We the People

II

ОТКРОЙ



СОЕДИНЁННЫЕ

STORMS EXPOSING
A NATION PRIMED
FOR CATASTROPHE

CLIMATE CHANGE WRATH

Unprepared for Threats
Facing Power Grids,
Water and Roads



ШТАТЫ



The New York Times



АМЕРИКИ

NEW YORK CITY

SHOWING HOW EASILY THE WEARY TRAVELER
REACH THE HERALD SQUARE HOTEL, HE
WILL FIND THE BEST-COMFORT & HOSPITALITY IN
HE IS ENTITLED, EVEN IN THIS DAY
AND AGE

Эта книга представляет собой глубокое и увлекательное повествование об американском феномене: о рождении и эволюции американской «нации наций», о том, как 13 североамериканских колоний Великобритании, добившись своей независимости, создали принципиально новое государство – Соединенные Штаты Америки, превратившиеся за короткий исторический период из провинциальной страны в доминирующую глобальную супердержаву. Авторы показали причины стремительного возвышения США, исключительность их исторического пути, раскрыв при этом универсализм тех ценностей, которые стали актуальными для многих стран и народов. В основе исследования лежит объективный научный анализ этой неформальной империи современного мира, этого супергосударства, анализ, проведенный в лучших традициях отечественной школы исторической американистики, достойными продолжателями которой являются его научный редактор и авторы.

Валерий Николаевич Гарбузов,
д-р ист. наук, член-корреспондент РАН,
директор Института Соединенных Штатов Америки и Канады
им. академика Г.А. Арбатова Российской академии наук

Будучи автором университетских учебников по истории США я прекрасно знаю о том, как сложно обобщить огромное количество материала и новейшие исследования в единый текст, сделав его одновременно понятным широкой аудитории и привлекательным для нее. Лучшими из созданных учебных пособий стали те, которые позволяют читателю составить собственное представление о различных аспектах прошлого Америки, не навязывая авторского политического видения. В то же время нарративы американской истории и культуры необходимо вписать в некий объяснительный каркас при соблюдении баланса между обобщающими сюжетами и фактологией. Книга «Открой Соединенные Штаты Америки» под редакцией признанного российского американиста, профессора Виктории Журавлевой отвечает всем перечисленным мной требованиям, будучи всеобъемлющим и притягательным текстом.

Дэвид Голдфилд,
профессор американской истории
Университета Северной Каролины в Шарлотте, США

Новаторством и преимуществом предложенных курсов лекций на русском и английском языках является то, что в них уделено внимание не только традиционно освещаемым в разного рода учебниках по истории США сюжетам, но и тому, что составляет суть стили жизни американцев, их пониманию прошлого и настоящего, их видению себя и своего места в мире. Авторы сознательно отказываются от систематического изложения исторических событий (они уже много раз изложены в других учебных пособиях). Авторский коллектив выбирает проблемный подход, стремясь показать историю США в ее различных позитивных и негативных преломлениях. Это не дихотомическая картина, а стереоскопическая, это честный профессиональный разговор о том, как американское общество, преодолевая кризисы, двигалось по пути самосовершенствования, который далек от своего завершения.

Александр Иванович Кубышкин,
д-р ист. наук, профессор факультета свободных искусств
Санкт-Петербургского государственного университета

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования

«Российский государственный
гуманитарный университет»



Discover
the United States of America

Lecture Courses

In two books

Book 2

Moscow
2023

Открой
Соединенные Штаты Америки

Курсы лекций

В двух книгах

Книга 2

Москва
2023

УДК 94(73)(075)
ББК 63.3(7Сое)я73
О-83

Под редакцией *В.И. Журавлевой*

Рецензенты

А.И. Кубышкин, доктор исторических наук,
профессор факультета свободных искусств СПбГУ (Россия)

Д. Голдфилд, Ph.D., профессор истории Университета
Северной Каролины в Шарлотте (США)

Рекомендовано к публикации
Редакционно-издательским советом РГГУ

ISBN 978-5-7281-3096-3
ISBN 978-5-7281-3098-7 (Кн. 2)

© Российский государственный
гуманитарный университет, 2023

Содержание

В.И. Журавлева

Многоликая страна: путеводитель по курсам лекций «Открой Соединенные Штаты Америки» <i>Вместо введения</i>	7
--	---

Курс 4

Культура потребления в США <i>Г.Ю. Прокопенков</i>	11
---	----

Курс 5

Массовая культура в США как национальный проект и предмет экспорта <i>А.Б. Окунь, А.С. Панов</i>	147
--	-----

Курс 6

Роман с американской мечтой <i>И.В. Морозова</i>	343
---	-----

Курс 7

Культурная, публичная и цифровая дипломатия США <i>Н.А. Цветкова</i>	481
---	-----

<i>Об авторах</i>	1168
-------------------------	------

Contents

V.I. Zhuravleva

A Country with Many Faces: A Guide to <i>Discover the United States of America</i> <i>In Lieu of an Introduction</i>	623
---	-----

Course 4

U.S. Consumer Culture <i>G.Yu. Prokopenkov</i>	627
---	-----

Course 5

Mass Culture in the U.S. as a National Project and Export Item <i>A.B. Okun, A.S. Panov</i>	751
---	-----

Course 6

Romance with the American Dream <i>I.V. Morozova</i>	925
---	-----

Course 7

U.S. Cultural, Public, and Digital Diplomacy <i>N.A. Tsvetkova</i>	1051
---	------

<i>About the authors</i>	1169
--------------------------------	------

Многоликая страна:
путеводитель по курсам лекций
«Открой Соединенные Штаты Америки»

Вместо введения

Учебный текст, посвященный историческому развитию другой страны, не должен быть сухим и дидактичным. Его задача – возбудить интерес читателя, предложив ему путеводную аналитическую схему и стимулируя стремление к получению нового знания и формированию собственного мнения об инациональном опыте во всем его многообразии. При этом, однако, неизбежно возникает вопрос: как вписать нарративы прошлого и настоящего в объяснительный каркас при соблюдении баланса между обобщающими сюжетами и фактами, как «упаковать» сложные проблемы в привлекательную форму?

Американисты из РГГУ, СПбГУ, Самарского университета, ставшие авторами семи курсов, входящих в книгу «Открой Соединенные Штаты Америки», решали эти непростые задачи по-своему, подготовив тексты лекций, написанные в популярной форме и сопровождающиеся списком литературы для дальнейшего изучения, видеороликами и подкастами. Вниманию читателя предлагаются профессиональные рассуждения о «светлых» и «темных» страницах развития США с позиций историзма, а не дихотомическое видение страны, которая на протяжении всей своей истории привлекала неизменный интерес жителей России (будь то Российская империя, СССР или постсоветская Россия), была удобным объектом для сравнения, вызывала сильные эмоции и чувства, желание догнать и перегнать ее, быть не хуже, а в чем-то и лучше, чем она.

Эта притягательность американского «Другого» соседствовала с отсутствием систематического знания о нем на бытовом

уровне, в среде политиков и общественных деятелей, журналистов и публицистов. И в итоге становилась основой для упрощенных объяснительных схем, возникновения долгосрочных мифов и стереотипов. И пусть русские всегда знали Америку лучше, чем американцы Россию, с течением времени данная тенденция не исчезала.

Авторы сознательно отказываются от систематического изложения событий (так уже не раз делали до них другие в учебных текстах и «кратких историях США») и выстраивают свои курсы на основе сквозного проблемного принципа и междисциплинарного подхода, нацеливая читателя на понимание основных трендов политического, социально-экономического, культурного развития США в их логике и динамике. Они наполняют тексты идеями и объяснительными схемами, портретами индивидуальными и коллективными, сюжетами известными и не очень, фактами центральными и периферийными, предлагают взглянуть на современные тенденции в исторической ретроспективе, что делает их более понятными для сегодняшнего восприятия и формирует стереоскопическую картину прошлого и настоящего другой страны и другого народа.

Красной нитью через все курсы проходит мысль о многообразии Соединенных Штатов Америки, о том, что они находятся в процессе постоянного изменения, были и остаются нацией за работой. И, переживая кризисы идентичности, американцы ищут пути их преодоления, возвращения своего общества к состоянию баланса, на время им утерянному.

В этом смысле *первый курс* о США как нации наций задает тон всей книге. Он нацелен на формирование представлений о расовом, этническом и культурном многообразии американского общества, приравнявшего трудом иммигрантов со всего мира и решавшего, порой, в трагической форме проблему взаимоотношений «белых» и «цветных» американцев, рожденных в стране и натурализованных граждан. В итоге все они принимали участие в создании мозаики культур и делали страну многоликой, преуспевающей, привлекательной для многих за ее пределами. В первом курсе много тех самых «темных» страниц, которые самим американцам хотелось бы удалить из своей «книги прошлого». Однако их движение по пути достижения гражданского равенства вне зависимости от цвета кожи и происхождения свидетельствует об осознании того, как легко старые разграничительные линии могут восстанавливаться в новых условиях, о стремлении к реформаторству и продолжению работы по самосовершенствованию.

Второй курс посвящен описанию достоинств и несовершенств американской демократии как механизма реализации власти. Внимание авторов сфокусировано на различных аспектах политической системы США, формах взаимодействия граждан и правительства, позволяющих им верить в то, что это власть зависит от них, а не они от нее. Особое место в лекциях занимает обсуждение роли религии и СМИ в социокультурной и политической жизни Америки в условиях свободы совести и слова.

Третий курс предлагает читателям совершить увлекательное путешествие сквозь века вместе с американцами как нацией экспериментаторов, создававшей мир, где вещи были поставлены на службу человеку, меняя его жизнь к лучшему, но в то же время бросая ему новые вызовы и создавая для него новые угрозы. Через историю коммерческого успеха страны, сотканную из судеб одиночек-изобретателей и создателей промышленных империй, ученых и простых энтузиастов, дается ответ на вопрос, почему США превратились в лидера мирового технологического прогресса, были и остаются страной инноваций.

Третий курс пересекается с первыми двумя через рассуждение о том, что американское технологическое превосходство, со всей очевидностью проявившееся после Второй мировой войны, создавалось трудом иммигрантов.

В свою очередь, процветание, ставшее результатом этого технологического успеха, способствовало созданию и распространению массовой потребительской культуры, о чем идет речь в *четвертом курсе*.

Он о том, как общество потребления в США сформировало повседневную культуру американцев, по сей день определяющую их образ жизни и стиль мышления. Автор курса нашел свой особенный стиль изложения материала, лаконичный и метафористичный, позволяющий ему высказывать ценные замечания и проводить интересные параллели. Он сознательно избегает всякой дидактики, со вкусом и знанием дела рассказывая об американской массовой потребительской культуре со всеми ее достоинствами и недостатками.

Внимание читателя непременно привлекут и два последующих курса, посвященные массовой культуре (пятый курс) и литературе США (шестой курс). В то время как политика и экономика, технологии и бизнес, иммиграция и межрасовые отношения, массовый рынок и массовое потребление остаются принципиально значимыми сюжетами данной книги, культурные аспекты развития США и их разнообразного населения в интерпретации авторов не менее важны для понимания того, кто такие американцы и что такое Америка.

Так, *пятый курс* позволит читателю познакомиться с основными жанрами американского кино, побывать на телевидении и в социальных сетях, погрузиться в мир комиксов и музыкальной культуры, двигаясь вместе с авторами от ее этнических корней до современного смешения жанров и стилей, понять, как спорт стал национальной идеей и почему столь широкое распространение в американском обществе получили молодежные субкультуры с их способами самовыражения.

В свою очередь, *шестой курс* смещает фокус в сторону понятия «американская мечта», помещенного в литературный контекст. Автор рассказывает о произведениях литературы США, в которых тема американской мечты проступает наиболее рельефно и проявляется ее расовая и этническая, гендерная и региональная многоликость.

Заключительный, *седьмой, курс* наглядно демонстрирует, что культурные тренды имеют свое социальное, экономическое и политическое измерения. В нем на основе характеристики различных проектов говорится о том пути, который прошла американская культурная дипломатия от обмена книгами в XIX в. до использования социальных сетей в целях установления прямого диалога между народами и странами, как она превратилась в публичную, а затем в цифровую и дипломатию данных, став одной из ключевых составляющих внешней политики США.

Курсы лекций издаются в двух книгах параллельно на русском и английском языках. Сопровождающие их видеоролики и подкасты будут размещены на сайте Американского культурного центра в Москве.

Книга написана в жанре «педагогика для всех» и адресована преподавателям университетов, бакалаврам, обучающимся по направлениям подготовки «Зарубежное регионоведение», «История», «Международные отношения», иностранным студентам, приезжающим по межуниверситетским обменов, а также всем тем, кто хотел бы составить объективное представление об американцах, столь же многоликих, как и их страна под названием Соединенные Штаты Америки.

Авторы надеются, что публикация курсов лекций в условиях, когда Россия и США переживают глубочайший с момента окончания холодной войны кризис в своих взаимоотношениях, что профессиональный, а не дилетантский и пропагандистский разговор об инациональном опыте развития будет одинаково полезен как русским, так и американцам, способствуя их лучшему взаимному познанию и взаимопониманию.

Курс 4

Культура потребления в США

Г.Ю. Прокопенков

Что объединяет блюда французской кухни, глянцевые журналы, картины Энди Уорхола, имя человека и лотерейные билеты? Все это можно купить! Общество потребления, сложившееся в США к 70-м гг. XX в., сформировало повседневную культуру американцев, по сей день определяющую их образ жизни и мысли.

В этом курсе можно узнать, как стать миллионером в США со стартовым капиталом в 5 долларов, откуда в Америке античные постройки и почему реклама – это высокое искусство. В курсе представлен новый взгляд на знакомые вещи, захватывающая история которых разворачивается перед читателем с неожиданной стороны.

Все темы курса – от феномена шоппинга в США до индустрии развлечений – не призваны что-то доказать или чему-то научить. Они просто рассказывают о Соединенных Штатах со всеми их достоинствами и недостатками. Открыть Америку любопытствующим предстоит самостоятельно. Колумб это сделал ценой банальной ошибки.

Тематический план курса

1. Что в сумке у дяди Сэма? История вещей, которые создали Америку	13
2. Культура развлечений в США	27
3. Мода и стиль в США, или Красота по-американски	41
4. Шопоголизм, купономания и другие приятные зависимости американцев	53
5. Америка по рецепту. Культура еды в США	66
6. Свой дом как воплощение американской мечты	80
7. Несколько вопросов про рекламу в США	94
8. Детокс для Америки: очищение общества потребления	108
9. Почему американцы верят в то, что каждый может стать богатым и успешным	120
10. Как медиа в США превращают идеи в товар. Инструкция по применению	132

Тема 1. Что в сумке у дяди Сэма? История вещей, которые создали Америку

Люди окружены вещами. Многие из них хранят память о нашем прошлом и способны поведать о нем порой больше, чем политики или учебники истории. Символ Америки Дядя Сэм решил показать содержимое своей сумки и рассказать о вещах, имеющих колоссальное значение для любого американца.

Купюра в один доллар

Один доллар. Он же бакс, он же туз, он же кость, он же «зеленая спинка». 1 грамм веса, 100 центов и тысячи смыслов и значений.

Сложенная вполовину однодолларовая купюра торчит из заднего кармана джинсов. Хрустящая и упругая на ощупь. Портрет первого американского президента Джорджа Вашингтона рельефный – кудри отца-основателя шершавые при прикосновении. Цвет банкноты меняется от желто-зеленого до черного в зависимости от освещения и угла зрения. Есть вкрапления волокон красного и синего шелка. Свежая однодолларовая купюра пахнет краской и льном (из которого она сделана), а побывавшая в обороте – отдает земляным запахом.

Современная однодолларовая купюра в том виде, каком мы ее знаем сейчас, существует с 1935 г. С этого момента она почти не менялась. Так что у путешественников во времени есть в запасе порядка восьмидесяти лет, чтобы без всяких финансовых проблем совершать вояжи.

Однодолларовая купюра – это всегда присутствующая с тобой Америка, выраженная в символах, образах, лозунгах. Забыл, в кого верить? Да вот же написано: “In God We Trust”. Ну а когда Декларацию независимости приняли? Боишься ошибиться? Вглядишься в римские цифры MDCCLXXVI. Верно, в 1776 г. Не можешь вспомнить, какое животное олицетворяет Америку?

Посмотри внимательно. Белоголовый орлан. Дизайнеры купюры ничего не забыли!

А какое раздолье для любителей теорий заговора! Конспирологи найдут на банкноте и масонские знаки (всевидящее око и пирамида), и звезду Давида, и магию числа 13, и всякие мало-понятные формулы на латыни. А уж если это все соединить! Тут целый мир! Купюру можно взять с собой на необитаемый остров: потратить ее не получится, но зато сколько будоражащих воображение интересных вещей!

Кстати, что можно купить за один доллар? Да кучу всего! Выбирайте что-то одно из списка: кофе, мороженое, бургер, тако, хот-дог, банка пива, два презерватива, двухлитровая кола, шесть бутылок воды, упаковка жвачки, две батарейки, газета, тест на беременность, песня в iTunes, билет мгновенной лотереи, книга (карманный формат Конституции США обойдется именно в эту сумму) или электронный вариант множества других изданий. А также за один доллар можно сделать шесть фото на документы, оплатить полчаса парковки на Манхэттене или сделать ставку в букмекерской конторе на победу любимой бейсбольной команды и получить куда больше доллара.

Но если вы столь же предприимчивы, как и американцы, то за один доллар можно получить нечто более значительное. Так, американский режиссер Джеймс Кэмерон в начале своей карьеры за эту мизерную сумму продал написанный им сценарий фильма «Терминатор», лишь бы продюсеры не вмешивались в творческий процесс. Далее последовал невероятный коммерческий успех картины, а за ним и грандиозный успех будущих фильмов: «Титаника» и «Аватара». А самый дорогой доллар стоил его владельцу \$32,6 миллиона! Именно столько отдали на аукционе за картину Энди Уорхола с изображением купюры минимального номинала. Так что дерзайте!

Жвачка

Всегда перечная мята. Обычно пластинки. Каждая в индивидуальной упаковке. Не теряют вкус полчаса точно. Надуваются до среднего размера пузырей. Всегда с собой на случай важных переговоров и свиданий.

Американское изобретение и символ США. Начиная с 1870-х гг. жевательная резинка завоевывала Америку и мир с растущей в геометрической прогрессии скоростью. Менялся вкус (от лакричного до фруктового), форма (от подушечек до шариков)

ков), химический состав основы (от каучука до сахарозаменителей). Во время Великой депрессии 1929–1933 гг. в упаковке появились вкладыши, и наступил рай для коллекционеров. Тут тебе и герои комиксов, и звезды бейсбола.

Что лучше характеризует общество потребления, как не жвачка? Для особых ценителей есть жевательные резинки с необычными вкусами: васаби, бекона, фуа-гра, болгарского перца, мыльных пузырей и даже вина. Если вы не любите бургундские вина, то можете взять на выбор со вкусом шампанского, хереса, портвейна или бордо.

Да и сама жвачка расширила свой функционал. Теперь это еще и средство, помогающее людям бросить курить, избавиться от неприятного запаха изо рта, похудеть, отбелить зубы и прибодриться (жвачка-энергетик).

Кстати, свежее дыхание и улыбка для любого американца – это его визитная карточка, проявление доброжелательности и открытости. Поэтому за здоровьем зубов нужен особый надзор. В детстве регулярная гигиена под контролем родителей. В подростковом возрасте брекеты как обязательная программа. Затем стабильно раз в полгода (а то и чаще) – поход к стоматологу на отбеливание и терапию. Пока в один прекрасный момент не наступает время сделать себе протезы идеально ровных белых зубов. Но тут уже не до жвачки...

Фляжка

Стальная. С тиснением на кожаном чехле. Со времен действия «сухого закона» в 1920–1933 гг. фляга – главный атрибут американской жизни. Удобно и практично. Всегда есть возможность, что называется, «промочить горло». Не выполнив своей цели, тотальный запрет алкоголя в США на чертову дюжину лет лишь укрепил предприимчивость американцев. И это не только про флягу. Благодаря «сухому закону» появились быстроходные лодки и гоночные автомобили (чтобы удрать от полиции при провозе «запрещенки»), в кафе и ресторанах впервые ввели детское меню, были открыты первые ночные клубы, где популярностью пользовались коктейли в сопровождении джазовой импровизации.

Сама фляга чуть младше содержимого. Внутри – отменный бурбон двадцатилетней выдержки. Янтарный. Бочка из американского дуба отдала напитку не только характерный цвет, но и богатый вкус с нотами карамели, ванили и продолжительным

пряным послевкусием. Ложится мягко, с теплым наплывом. +2 к смелости, +5 к веселью.

“Made in USA” как оно есть. Национальное достояние – так говорит федеральный закон от 1964 г. Бурбон сделан из кукурузы – царицы полей. Родом из Кентукки. Напиток старше Конституции США – это чтобы вы поняли, насколько уважительное отношение к нему у американцев.

А уж какие имена подарили бурбону! «Дикая индейка», «Четыре розы», «Небесный холм», «Клеймо создателя». Поэзия! А все потому, что бурбон – великий вдохновитель. Именно ему мы обязаны за юмор Марка Твена, остросюжетные романы британца Яна Флеминга про Джеймса Бонда и смелые решения президента США Гарри Трумэна. Cheers!

Кольт

Классическая модель кольта – Colt Python 1955 г. – лучшая. Роллс-Ройс среди револьверов. Говорят, такой хранил под своей подушкой сам Элвис Пресли.

Цвет ствола – королевский синий. Он черный, как канзасская ночь, но при свете открывающий сокрытую в себе темную лазурь. Фактурная рукоятка выполнена из ореха. На ней красуется изображение жеребенка – так его создатель Сэмюэль Кольт обыграл значение своей фамилии (в переводе с английского “colt” означает «жеребенок»). Увесистый. Почти 40 унций, что чуть больше одного килограмма. Но кольт уверенно ложится в руку, становясь ее продолжением. Стреляет с отдачей, но бьет прицельно – можете спросить у пустых пивных банок, по которым палил любой уважающий себя американец.

А вы знаете, почему именно кольт стал самым американским оружием? Потому что он является воплощением национальной мечты. Можно достичь всего – нужно только верить в это. Не Кольт изобрел револьвер (это сделали задолго до него), не он придумал зарядный барабан и капсюль и, тем более, не он задумал машинное производство. Предприимчивый Кольт собрал все это вместе. Запатентовал, сделал детали стандартными и взаимозаменяемыми и запустил массовое производство. Американская мечта как она есть!

А еще легкий в управлении револьвер отвечает американской практичности и идее равенства – то, что называется «для всех и каждого». Знаете, как говорят американцы? Бог создал людей, а Кольт сделал их равными. А еще говорят, что Эйб Лин-

кольн дал американцам свободу, а Сэм Кольт уравнил их шансы. Смысл тот же, но отчего-то первое высказывание кажется более справедливым. А еще говорят, что Вторая поправка к Конституции США, гарантирующая право американца на владение оружием, нужна для того, чтобы правительство не забывало про Первую поправку, где закреплено право на свободу слова, собраний и вероисповедания.

Кольт – это право американца на защиту своего дома, семьи и страны. Это право на спокойствие и безопасность. Право, которым иногда злоупотребляют недобросовестные полицейские и безответственные граждане.

Трудно представить Америку без кольта! Что бы мы делали без русской рулетки? А как бы происходили разборки врагов в спагетти-вестернах Клинта Иствуда? На мушку какого оружия брали бы полицейские опасных преступников в старых детективных сериалах? А зомби? В мире компьютерных игр кольт до сих пор остается лучшим спасением от ходячих мертвецов!

Ключи от пикапа

Ключи от дома не нужны. В конце концов, кто запирает двери в маленьком американском городке, где все знают друг друга и никогда ничего не случается? А вот ключи от машины всегда с собой. Почему? Просто это воплощение американского права на свободу передвижений. Нация, которая с энтузиазмом осваивала континент, постепенно продвигаясь от Атлантического океана к Тихому, обязана чувствовать дорогу. Ведь это свобода, которую дарит движение вперед.

Какой должна быть машина? Хорошо бы пикап, сочетающий в себе все достоинства грузовика и легкового автомобиля. Без труда справится в аризонской пустыне, горах Вайоминга и обуздает бездорожье Аляски. Можно и тыквы на Хэллоуин закупить, и детей в школу отвезти. За их универсальность пикапы и любят в США.

Если выбирать марку автомобиля, то это, конечно, «Форд». Начиная с первой конвейерной модели, которую прозвали «жестяной Лиззи», «Форд» стал воплощением всего самого американского: деловитости, комфорта, легкости в починке, дешевизны, что достигалось за счет стандартизации деталей и массового производства.

Американцы верят в то, что машины живые. Поэтому присваивают им имена и заводят с ними разговоры. Например:

«Дональд, что ты делаешь? Прошу тебя! Ты не можешь меня так подводить!» Момент, конечно, спорный. Но для самоуспокоения подойдет. Мы ведь сами зачастую одушевляем любимые нами вещи. И ведь срабатывает иногда.

В общем, приезжайте в Америку, возьмите в аренду какого-нибудь Джимми – и в путь! Вы можете повторить маршрут И. Ильфа и Е. Петрова:

План поражал своей несложностью. Мы приезжаем в Нью-Йорк, покупаем автомобиль и едем, едем, едем, – до тех пор, пока не приезжаем в Калифорнию. Потом поворачиваем назад и едем, едем, едем, пока не приезжаем в Нью-Йорк¹.

А можно отправиться в путешествие по пути Гумберта и Лолиты:

Никогда не видал я таких гладких, покладистых дорог, как те, что теперь лучами расходились впереди нас по лоскутному одеялу сорока восьми штатов. Мы алчно поглощали эти бесконечные шоссе; в упоенном молчании мы скользили по их черному, бальному лоску...

<...> ...наш путь начался с разных извилин и завитков в Новой Англии; затем зазмеился в южном направлении, так и сяк, к океану и от океана; глубоко окунулся в се qu'on appelle "Dixieland"; не дошел до Флориды... повернул на запад; зигзагами прошел через хлопковые и кукурузные зоны... пересек по двум разным перевалам Скалистые Горы; закрутился по южным пустыням, где мы зимовали; докатился до Тихого Океана; поворотил на север сквозь бледный сиреневый пух калифорнийского мирта, цветущего по лесным обочинам; почти дошел до канадской границы; и затем потянулся опять на восток, через солончаки, иссеченные яругами, через равнины в хлебах, назад к грандиозно развитому земледелию... и, наконец, вернулся под крыло Востока, пунктирчиком кончившись в университетском городке Бердслей².

¹ Ильф И., Петров Е. Одноэтажная Америка. М., 1989. С. 34–35.

² Набоков В.В. Лолита. СПб., 2012. С. 221, 224.

Губная гармошка

Корпус из груши покрыт лаком. На металлической части вырезано имя мастера, который сделал инструмент.

Глубокий вдох и... струя воздуха бежит по корпусу гармошки. Язычки внутри гребенки подчиняются колебаниям и выдают мелодию с разливом. Звук чистый и глубокий.

Губная гармошка – это мелодия, которая рассказывает историю США через фолк, блюз, джаз, кантри и рок. Это медитация, которая была доступна писателю Джеку Керуаку, актеру Брюсу Уиллису и предпринимателю Стиву Джобсу. Это музыка коротавших вечера солдат во время Второй мировой. Это искусство, объединявшее Север и Юг в период Гражданской войны 1861–1865 гг. Это инструмент, удостоенный чести сопровождать первое в мире звуковое кино.

Недавно ученые из Гарвардского университета доказали, что музыка является универсальным языком, понятным для представителей всех культур. Поэтому к чему здесь слова? Лучше послушайте виртуоза Литтла Уолтера.

iPhone

Всегда последней модели. Как обидно ронять его в первый месяц после покупки. Зато потом – летает только так. На корпусе следы от ранений – они помнят и кафель в ванной, и замызганный пол в автобусе. Но когда нужно – сидит в руке как влитой. Мой тренажер для большого пальца. И какая все-таки красота! Ничего лишнего. Идеальный пример американского минимализма.

Сложно представить, как мы жили до 2007 г., когда Стив Джобс презентовал первую модель iPhone.

Сегодня мы представим три революционных продукта... Первый – это широкоэкранный iPod с сенсорным управлением. Второй – революционный мобильный телефон. А третий – это качественно новое приспособление для интернет-связи. Улавливаете? Это не три отдельных предмета, это одно устройство, и мы назвали его iPhone³.

³ Айзексон У. Стив Джобс. М., 2015. С. 540.

А ведь каких-то 15 лет назад не существовало ни сенсорного экрана, с помощью которого можно не только нажимать пальцем на изображения, но и прокручивать их, ни датчика, который гасит телефон во время разговора, чтобы ухом не ткнуть куда-нибудь. Хотя ничего революционно нового Стив Джобс не создал. Но существующие функции он смог соединить так, что они стали значительно удобнее. Джобс всегда знал, чего хотят американцы. Даже тогда, когда они сами этого не знали.

iPhone объединил людей. Богатые и не очень, в России или в США, дети и взрослые. Все пользуются им: слышат голос родных и друзей с его помощью, просыпаются по будильнику, делают фото на память. iPhone – наш каждодневный образ жизни.

Все аналогии, конечно, условны, но что-то в них есть. Если Apple и считать религией, то это определенно будет католичество. Не слишком свойственное американцам, но победившее в отдельно взятой области технологий. Не может пользователь iPhone изменить визуальное наполнение по своему желанию или по необходимости. Так и католик не может свободно трактовать священное писание, в отличие от протестанта. Все только в рамках допустимого. Но американцам нравится. Хотя в данном случае протестантом выступает Microsoft – дитя Билла Гейтса и тоже родом из США. В общем, выбирайте. Для того и создавалось общество массового потребления.

Бейсбольная перчатка

От каждодневной практики кожа на внутренней стороне значительно потемнела. Где-то видны следы и царапины от небрежного броска перчатки на землю. Рукавица помнит все: и уикенды с отцом на заднем дворе дома, и отборы в школьную команду по бейсболу, и недели разминок в своей комнате, когда родители наказали. Недаром в американском кино перчатка – это всегда символ крепкой личной связи с прошлым.

Вспомните, как бунтовщик Холден Колфилд, герой романа «Над пропастью во ржи» Дж. Сэлинджера, хотел быть ловцом детей в поле. А помните почему? Его младший брат обожал бейсбол:

(В сочинении) Я описал бейсбольную перчатку моего брата Элли. Эта перчатка была очень живописным предметом. У моего брата была перчатка полевого игрока, которая надевалась на левую руку. Он был левша. Но что на самом деле стоило описания, так

это то, что вся она была исписана стихотворениями. К тому же, эти стихотворения были написаны зелеными чернилами. Он написал их для того, чтобы ему было что почитать, пока он стоит на поле, и никто не отбивает мяч⁴.

Стоит рассказать немного о бейсболе? Сложно объяснить то, что тебе самому никогда не объясняли. Каждый американец просто рождается с бейсболом и живет с ним всю свою жизнь. Правила? Мудреные. Ну, есть кэтчер, питчер и... В общем, лучше сами сходите на матч. Потому что бейсбол – это больше, чем просто правила. Сложно выразить, что чувствуешь, когда в едином порыве все болельщики замирают, ликут, плачут. Кстати, среди зрителей вы можете увидеть разных людей – от писателя Стивена Кинга, актера Джека Николсона и рэпера Jay-Z до британца Гордона Рамзи со всей своей семьей и певицы Джей Ло.

И не забудьте взять с собой на матч перчатку. Мяч часто отбивают на зрительские трибуны. Возможно, вам повезет его поймать. Его можно будет оставить себе на память. А уж если на нем распишется ваш любимый игрок... Они национальные герои, как Авраам Линкольн и Супермен! Не все, конечно. О. Джей Симпсон подпортил идеал спортсмена. Но многие игроки точно герои.

Бейсбольная перчатка изменялась и эволюционировала больше, чем любой другой инвентарь в любом другом виде спорта. Хотя, казалось бы, что можно поменять в перчатке! Первоначально игроки соревновались вовсе без рукавиц. Но многочисленные травмы вынудили спортсменов задуматься о необходимости защиты. В 1875 г. Чарльз Уэйт осмелился выйти на матч в рабочих перчатках. Чтобы не смущать противников и зрителей, он выбрал самый неприметный телесный цвет. Правил в этом случае не было. Но находчивость пришлась по вкусу многим игрокам. И через 10 лет были запатентованы первые перчатки, разработанные специально для бейсболистов, – гловелетты (перчатки без пальцев). Но повреждения продолжали преследовать игроков, и форма аксессуара претерпевала изменения. Руку закрыли полностью, а большой и указательный пальцы скрепили характерной перепонкой, что усилило хват летящего мяча. В 1920-х гг. на рукавице появились специальные ремни, позволявшие регулировать глубину создаваемого кармана и тем самым уменьшать нагрузку на руку. Начиная с этого времени, перчатка менялась незначительно. А любовь к бейсболу только росла!

⁴ *Сэлинджер Д.Д.* Над пропастью во ржи [Электронный ресурс]. URL: <https://proza.ru/2015/01/29/1574> (дата обращения 22.02.2021).

Презервативы

Must-have. На всякий случай, лучше иметь при себе несколько. И в нескольких местах: кошельке, прикроватной тумбочке, джинсах и верхней одежде. Потом поблагодарите!

Сложно представить, что всего каких-то два века назад этот товар не был в ходу. Вероятно потому, что презервативы из льна или кожи не были удобными и дешевыми. Про болезни, передающиеся половым путем, конечно, знали, но особо не распространялись. Настоящий прорыв произошел в середине XIX в., когда Чарльз Гудьер изобретает и патентует технологию вулканизации, в результате которой каучук превращается в резину. Это сейчас вы знаете Гудьера по автомобильным шинам. Хотя всемирно известная компания его имени была открыта лишь через сорок лет после его смерти.

Однако достичь популярности презервативу помешал Закон Комстока, принятый в 1873 г. Согласно акту, который регулировал почтовое сообщение, запрещалось пересылать любые непристойности, контрацептивы, средства для аборта, секс-игрушки, а также личные письма сексуального содержания. В ответ американцы проявили свойственное им порой ханжество: лучше воздержание от секса, чем пропаганда контрацепции.

А какое количество слов придумали в США, чтобы заменить страшный «презерватив»! Диафрагма, мужской щит, маленькая штучка, резиновые изделия или просто резинки, перчатка, профилактика, шапка Джимми, конни и еще множество других, неуместных для упоминания здесь. Кстати, происхождение самого слово “condom” неизвестно. Наверное, стоило поменьше сочинять ему других имен.

В 1942 г. Рассел Маркер впервые синтезировал женский половой гормон прогестерон и тем самым изобрел первые гормональные контрацептивы. Но он был вынужден уехать в Мексику, чтобы получить возможность запатентовать свое изобретение и затем промышленно его там производить. В США ему это сделать не позволили, поскольку посчитали изобретение Маркера аморальным.

Два десятилетия спустя в США посмотрели на эту проблему совсем иначе. Появилось новое поколение американцев: первое после войны, свободное, другое. Произошла сексуальная революция! В 1960-х гг. молодые люди призвали «заниматься любовью, а не войной», а потом и вовсе поставили под сомнение любые нормы и правила своим лозунгом «Запрещено запрещать». Изобретение противозачаточных таблеток и затем широкое их рас-

пространение уравнивали мужчин и женщин в праве на свободную любовь. А презервативы сделали эту любовь безопасной. Пропаганда контрацепции взяла верх над пуританской идеей воздержания. В США взялись за сексуальное воспитание. И не только школьников. Всех! И моралистам это тоже пришлось по вкусу. Не стыдно не знать, стыдно не учиться. Тут и появились презервативы всех мастей: с ароматом шотландского виски, светящиеся в темноте и даже от дома Louis Vuitton. Знакомьтесь, общество потребления в действии!

Комикс

Свеженапечатанный номер отдает типографской краской. Страницы глянцевые и порой ловят блики, не дающие рассмотреть то избранную реплику, то лицо персонажа. Бродить по лабиринту книжного магазина можно бесконечно. Взгляд дольше обычного останавливается на витрине с редкими изданиями. Их не полистаешь – они бережно упакованы и красуются под стеклом. Раритетные комиксы 1930-х и 1940-х гг. продавались когда-то за 10 центов, а теперь за них можно выручить до 2 миллионов долларов!

Marvel или DC? Сложный вопрос! Две Вселенные. У первых Железный человек, Халк и Капитан Америка. У вторых – Супермен, Бэтмен, Чудо-женщина. Ну как тут выбрать? Это как «Кока-Кола» и «Пепси», Xbox и Playstation, «Макдоналдс» и «Бургер Кинг». Для того в Америке и есть право выбора: пусть каждый определится сам, что ему ближе.

Расцвету комиксов в США предшествовал золотой век карикатуристики в американской прессе рубежа XIX–XX вв. Мемы того времени на известных политиков, целые страны и острые общественные проблемы публиковались во многих газетах и журналах и стали отличным подспорьем для будущих художников комиксов. В условиях предвоенных 1930-х гг. эру комикса открыл Супермен – первый, лучший, американский. А после как из рога изобилия посыпались и все остальные.

Но еще до рождения всем известных Человека-паука и Бэтмена американские комиксы начали свое победное шествие по всему миру, покоря сердца детей и взрослых. Например, в фашистской Италии в 1930-х гг. стали популярны иллюстрированные издания о Флэше Гордоне, Мэдрейке и Фантоме, пока их не национализировали в угоду политическим интересам. Нечего маленьким поклонникам дуче читать про героев-амери-

канцев. А посему расово непригодный Микки-Маус стал вполне итальянским героем по имени Тополино (с итал. «мышонок»). На этих персонажах выросло целое поколение итальянцев, связавших так или иначе свою жизнь с американскими комиксами: режиссер Федерико Феллини, ученый и писатель Умберто Эко, сценарист Этторе Скола и многие другие.

Среди фанатов комиксов мы встречаем очень разных известных людей – Эминем, Барак Обама, Элвис Пресли. Король рок-н-ролла даже позаимствовал свою ставшую знаменитой набриолиненную прическу у Капитана Марвелы-младшего. Среди ярых обожателей комиксов есть и те, кто реализовал свою детскую мечту и стал настоящим супергероем (но в кино): сыгравший Дедпула Райан Рейнольдс и последний Бэтмен Бен Аффлек. Однако в пантеон героев попадали и без особого желанья. Так, персонажами комиксов про Черную вдову стали Николай Басков и Вера Брежнева. Супергероями их, конечно, не назовешь...

Чем объясняется популярность комиксов в США? Почему они имеют такое значение для американцев? Пожалуй, на то есть несколько веских причин. Во-первых, комикс – это возможность для любого среднестатистического американца ассоциировать себя с супергероем, лелея мечту о том, что в один прекрасный день он сможет спасти весь мир, вырвавшись из своей неприглядной повседневности с ее обязанностями и заботами. Персонажи комиксов хоть и обладают сверхспособностями, но они глубоко человечны в своих страстях, желаниях, бедах. У Человека-паука неразделенная любовь, Бэтмен – сиротка, а Супермен работает клерком на скучной работе. И это не говоря о том, что комиксы затрагивают общественно значимые для США темы гендерного неравенства и расовой дискриминации.

Во-вторых, супергерои – это персонажи, которые не расходятся. Время не властно над ними. Они не стареют и не умирают. Совершив непоправимую ошибку в одном комиксе, они могут начать все сначала уже в следующей серии, будто ничего и не было. Они объединяют поколения дедушек и внуков, которые выросли на одних и тех же историях. В общем, они воплощают в себе все то, о чем мечтает любой человек, – запечатлеть себя в вечности без всяких обязательств.

В-третьих, любой супергерой комикса – это воплощенный образчик сознательного американца. Если первые герои комиксов боролись против фашизма и нацизма, то современные персонажи воюют с международными террористами. Кроме того, эти «современные» Робин Гуды наказывают грабителей и занима-

ются благотворительностью. Они – совесть нации, воплощение добра, справедливости и чести, как их понимают простые американцы. И конечно, особой миссии Америки по спасению и улучшению мира.

Немецкий драматург Бертольт Брехт говорил, что несчастна та страна, которая нуждается в героях. Несчастлива, потому что общество находится в кризисе, а герои – способ консолидировать нацию, вернуть ей понимание простых истин и тем самым вновь обрести веру в себя и собственную миссию.

Отличный тому пример – современный американский кинематограф. После забастовки сценаристов в Голливуде в 2007 г. и последующего кризиса комиксы стали настоящим супергеройским спасением для угасающей киноиндустрии. Характеры придуманы, сюжеты разработаны – крути готовые 24 картинки в секунду, и люди вернутся в кинотеатры. Вселенные Marvel и DC расширились с невообразимой даже для Стивена Хокинга скоростью. За последние 10 лет вышло более сотни экранизаций комиксов: фильмы, мультики, короткометражки, сериалы... Прошло время большого кино: смелого, откровенного, добротного, сделанного. На его место пришли герои.

Хотя не чужды комиксам и серьезные темы. Американский художник и писатель Арт Шпигельман создал графический роман «Маус», который рассказывает реальную историю о его отце-еврее, выжившем во время холокоста в Польше. Страшный опыт геноцида Второй мировой войны нашел свое выражение в форме комикса – жанра, не привыкшего к столь сложным проблемам. У Шпигельмана получился даже не комикс, а басня, в которой евреи – мыши, немцы – кошки, поляки – свиньи, а американцы – собаки. Но это простое переложение характеров обнажило страшную правду о человеческой природе, в действительности не имеющей национальной принадлежности.

В общем, комиксы столь разнообразны, неповторимы, многогранны, как слова, имитирующие в этих иллюстрированных изданиях звуки выстрелов, ударов, падений и пр. Чтобы понять это, вслушайтесь напоследок в их потрясающую музыку:

Arf arf, bang, crack, blam, buzz, cai, spot, ciao ciao, clamp, splash, crackle crackle, crunch, deleng, gosh, grunt, honk honk, cai, meow, mumble, pant, plop, pwutt, roaaar, dring, rumble, blomp, sbam, buizz, schranchete, slam, puff puff, slurp, smack, sob, gulp, sprank, blomp, squirt, swoom, bum, thump, plack, clang, tomp, smash, trac, uaaaagh, vrooom, giddap, yuk, spliff, augh, zing, slap, zoom, zzzzzz, sniff...

Для дальнейшего изучения

- Гудвин Дж.* История доллара. М., 2016.
- Ильф И., Петров Е.* Одноэтажная Америка. М., 1989. С. 34–35.
- Льюис М.* MoneyBall: Как математика изменила самую популярную спортивную лигу в мире. М., 2013.
- Мерчанд Б.* Универсальное устройство: Неизвестная история создания iPhone. М., 2019.
- Набоков В.В.* Лолита. СПб., 2012. С. 221, 224.
- Паттон Ф.* Сделано в США: Истории вещей, которые создавали Америку. М., 1997.
- Таккер Р.* Marvel vs DC. Великое противостояние двух вселенных. М., 2018.
- Форд Г.* Моя жизнь, мои достижения. М., 2018.
- Collier A.* The Humble Little Condom: A History. N.Y., 2007.
- Edwards W.* The Story of Colt's Revolver: The Biography of Col. Samuel Colt. Harrisburg, 1953.
- Field K.* Harmonicas, Harps and Heavy Breathers: The Evolution of the People's Instrument. N.Y., 2000.
- Fitz D.* Formulation and Production of Chewing and Bubble Gum. Lough-ton, Essex, 2008.
- Kurin R.* The Smithsonian's History of America in 101 Objects. N.Y., 2013.
- Veach M.* Kentucky Bourbon Whiskey: An American Heritage. Kentucky, 2013.

Электронные ресурсы

- Видеолекция 1. Простые вещи: как американцам удается превращать предметы в символы [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/RK8g4YpkXJA>
- Подкаст 1. Промышленный дизайн: автомобили, мебель и другие вещи, подаренные Америкой [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/jKQKLx0XWvs>

Тема 2. Культура развлечений в США

Вы никогда не задумывались, почему в США так любят из всего делать увеселительное и зрелищное шоу? Ответ, на самом деле, прост. Развлечение гарантировано американцам законодательно. В Декларации независимости черным по белому написано: «Все люди созданы равными и наделены их Творцом определенными неотчуждаемыми правами, к числу которых относятся жизнь, свобода и стремление к счастью»⁵. Стремление к счастью! Нет, это не только о самореализации и удовлетворенности собственным делом. Это врожденное неотъемлемое право американца на развлечение! Право радоваться всему, что окружает человека и делает его жизнь еще более приятной. В США для этого созданы все необходимые условия. Есть возможность найти развлечения на любой вкус. Но что именно ищут американцы? И что в итоге находят? Об этом и пойдет речь.

Счастье посмеяться

Всем известно, что смех – дело серьезное. О том, смеялся ли Иисус, спорили средневековые богословы, а теперь за шутку в Твиттере люди лишаются работы и уважения в обществе. В Америке к юмору особое отношение.

Сейчас в США более ста тысяч человек занимаются комедией и зарабатывают себе на жизнь таким образом. Преимущественно это стендап и его производные.

Наиболее популярный формат стендап-выступлений в США – открытый микрофон. Любой желающий может выступить с юмористическим монологом перед публикой. Обычно это бар или небольшой клуб. Сами заведения заинтересованы в подобных мероприятиях. Гости выпивают, общаются, да еще

⁵ Соединенные Штаты Америки: Конституция и законодательство / Под ред. О.А. Жидкова; Пер. О.А. Жидкова. М., 1993 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hist.msu.ru/ER/Text/indpndnc.htm> (дата обращения 22.02.2021).

и шоу в придачу получают. Комики же имеют возможность не только проверить реакцию на собственные шутки, но и заработать немного денег. Победитель открытого микрофона, которого определяют зрители, получает либо весь куш, состоящий из взносов участников, либо спонсорские подарки. После этого комики часто устраивают непринужденное общение со зрителями в зале. Люди задают вопросы, а стендапер отвечает на них (желательно смешно).

Успешные стендаперы промышляют сольными выступлениями – спешлами. Они гастролируют по городам с полуторачасовой программой, собранной из уже проверенного материала и обычно посвященной одной теме.

Комики в США смогли создать маленькое гражданское общество, субкультуру, где каждый помогает друг другу. Именно поэтому стендап остается, пожалуй, единственной областью, где можно свободно расти и развиваться профессионально. Совсем не обязательно иметь связи (хотя это тоже бывает полезным). Любой новичок может попробовать себя в открытом микрофоне. Например, в начале карьеры Берни Мак и Стив Харви были профессиональными боксерами, а Вупи Голдберг работала оператором службы секса по телефону.

О чем шутят стендаперы? Обычно о себе. Про собственные недостатки, болезни, секс, национальность, гендер. Или о том, как все это вышеперечисленное влияет на их собственную жизнь. Не стоит забывать про актуальные события и явления. А еще лучше, когда через них комик говорит о себе. Это и есть отношение к проблеме. Авторский голос, который отличает от других. Высший пилотаж!

Если вам тоже захотелось попробовать себя в стендапе, то для начала придется препарировать шутку. Шутка состоит из сетапа (setup – установка) и панчлайна (punchline – кульминация). В русскоязычной профессиональной среде (КВНщики и сценаристы) их соответственно называют «заходом» и «добивкой». Сетап задает героя, ситуацию, обстоятельства. Панчлайн – переворачивает то, что было изложено в сетапе. Таким образом, шутка – это обман ожиданий зрителя, что в конечном итоге и вызывает у него смех. Давайте разберем на примере. Возьмем шутку Джорджа Карлина: «В Америке любой человек может стать президентом. В этом-то и проблема». В данном случае сетап задает известное каждому американцу утверждение о равенстве всех в обществе, открывающем горизонты для достижения цели. Но в панчлайне Карлин переворачивает ситуацию. Он обманывает нас, ведь продолжает говорить совсем о другом. Любой еще не значит хоро-

ший. Эта мысль и заставляет нас смеяться. Интересно, что шутка Карлина совсем иначе работает в российском контексте.

Будьте готовы, что во время первого выступления трясутся руки и дрожит голос. Со временем это пройдет. А если нет, то можно превратить это в фишку. Поверьте, выступления помогут вам преодолеть множество страхов. Есть даже специальная стендап-терапия. В некоторых случаях опыт выступления с шутками про себя помогает перебороть фобии и более сложные расстройства.

История стендапа уходит корнями в XIX век, когда были популярны менестрель-шоу. Эти увеселительные представления, развлекавшие белых американцев пародиями на чернокожее население, содержали танцевальные, музыкальные и акробатические номера. Среди прочего артисты-менестрели выступали с «пенёчной речью». Так называлась политическая агитация в преддверии выборов, когда кандидат на важный пост доносил до народа свою программу, выступая перед толпой, стоя на пне. Комедианты пародировали эту форму публичных выступлений. Темы были самыми разнообразными: от френологии (псевдонаучная теория о связи психики и строения черепа) до прав женщин и современной политической обстановки. Зачастую шутки в менестрель-шоу были основаны на импровизации, хотя многие артисты заимствовали репризы из специальных печатных изданий – сборников анекдотов и веселых историй. При этом шутки имели различные формы: каламбур (игра слов), загадка (вопрос – ответ) и гэг (пластический юмор). В это же время с лекциями на актуальные темы путешествовал по стране писатель Марк Твен. Американцы считают, что Твен, будучи автором остроумных афоризмов, мог изъясняться исключительно шутками. Поэтому многие до сих пор называют его первым американским стендапером.

Постепенно жанр менестрель-шоу изживал себя. Сначала он трансформировался в более универсальную форму водевиля, которая в начале XX в. вовсе себя исчерпала, уступив место Бродвею и более эффектному по зрелищности кинематографу.

Развитие разговорного жанра было законсервировано до 1930-х гг. Тогда в разгар сегрегации темнокожего населения и на фоне всплеска антисемитизма афроамериканцы и еврейская диаспора США стали активно открывать клубы «для своих». Образовалось два культурных центра, где отверженные из американского общества могли выступать в безопасности. Сеть клубов для афроамериканцев тянулась через весь Юг, изгибалась на Запад по всему Техасу и простиралась на Восток через Чикаго. Эту обширную область прозвали «Требуховым округом» – афроамериканцы ели потрошки. Регион на севере штата Нью-Йорк, включавший

округа Салливан, Оранж и Ольстер, объединял заведения для евреев и получил название «Пояс борща», поскольку выходцы из России готовили необычный для Соединенных Штатов суп. Именно в этих заведениях впервые стали шутить на злобу дня до того, как это стало мейнстримом. Так что нет ничего удивительного, что стендап и джаз имеют много общего. И тот, и другой являются истинно американской формой искусства и основаны на импровизации.

К 1960-м гг. стендап стал настолько популярен, что Джон Кеннеди решился взять в свою команду молодого комика Морта Сола, известного своей острой политической сатирой. Сол писал шутки для президента США. Затем появилась целая плеяда успешных стендаперов. Они не только преуспели в написании и исполнении шуток, но и изменили сам жанр стендапа. Лени Брюс был первым, кто свободно импровизировал на сцене. Джордж Карлин расширил диапазон тем стендапа, доказав, что можно шутить жестко про религию и секс (а иногда про то и другое вместе). Ричард Прайор первым стал открыто говорить об острых общественных вопросах расизма и дискриминации, приправляя свои выступления отборной лексикой.

Стендап оказал колоссальное влияние на формирование всех медиа: от радио до интернета. Он стал не только кузницей кадров сценаристов, ведущих, артистов (этот список можно продолжать до бесконечности), но и во многом определил направление развития и содержание развлекательной индустрии. Комики не просто приобрели определенные навыки в стендапе, вроде создания шуток или опыта публичных выступлений, но и придали новые формы юмористическому материалу в кино и на телевидении.

Впервые стендап вышел на большие экраны в 1977 г. Культурный фильм Вуди Аллена «Энни Холл», который признается одной из лучших американских комедий, был создан на основе выступлений в стендапе самого Аллена. Картина рассказывает о жизни неудачливого комика, который делится самыми откровенными подробностями и мыслями со зрителями.

В 1989 г. на NBC выходит ситком «Сайнфелд». Сериал примечателен тем, что первым объединил в одном месте не коллег и членов семьи, а именно приятелей. Культовые «Друзья» вышли лишь через пять лет под влиянием «Сайнфелда» и благодаря его успеху. Собственно, главный герой – Джерри Сайнфелд – действующий и поныне стендап-комик.

Стендап остается темой фильмов и сериалов до сих пор. Среди лучших последних комедийных сериалов можно назвать «Удивительную миссис Мейзел». Переживающая развод женщина не

просто находит успокоение, но и реализуется в стендапе. Сериал во многом основан на жизни Митци Шор, которая сыграла значительную роль в популяризации стендапа. В 1972 г. Шор открыла в Лос-Анджелесе легендарный клуб Comedy Store, где начинали свою карьеру многие селебрити: Робин Уильямс, Дэвид Леттерман, Джим Керри. Через 10 лет успешной работы Шор создала телеканал “Comedy Central” (изначально назывался “Comedy Channel”). Комики получили возможность не только расширить свою аудиторию до миллионов зрителей, но и экспериментировать с формой. Появилось множество новых концепций ТВ-шоу. Например, «Прожарка». Она начиналась как дружеское развлечение стендаперов. Комики после своих выступлений в клубе собирались без зрителей и шутили друг про друга, высмеивая те недостатки, которые сами же освещали в собственных монологах. Только делали это значительно жестче. Позже «Прожарка» стала вполне себе полноценной телепрограммой. Например, гостем программы был Дональд Трамп. Так что, если вам интересно посмотреть на то, как прикладывают американского президента, you are welcome.

Стендаперов стали приглашать вести телепередачи на других крупных каналах и церемонии Оскара. Пожалуй, лучшая ведущая премии последних лет Эллен Дедженерес не только имеет авторское шоу на NBC, но и продолжает давать стендап-концерты.

Хотя в последнее время градус юмора значительно понижился. Стендап перестал быть смелым явлением в американской культуре. Например, комик Эндрю Шульц не может пробиться на крупные телеканалы из-за своих шуток: смешных, но неполиткорректных. Легендарный стендапер Луи Си Кей попал под каток движения против харассмента. Что и требовалось доказать: юмор по сей день остается серьезнейшим из искусств.

Счастье испытать страх

В своей повседневной жизни американцы окружены поистине ужасающими зрелищами. Впрочем, как и мы. Ежедневно по телевизору мы видим репортажи или читаем в интернете о тысячах жертв урагана и цунами, про режимы, которые осуждают невиновных, и о людях, погибших от рук террориста-мигранта, который выиграл в лотерею вид на жительство в США. Живя в этом реальном страхе, что подобное может случиться и с нами, мы продолжаем развлекать себя вымышленными страшилками и получать от них удовольствие.

Соединенные Штаты – родина основоположника детектива и поклонника мистики Эдгара Аллана По, гения саспенса Альфреда Хичкока и «короля ужасов» Стивена Кинга. Так что еще неизвестно, что американцы любят больше – испытывать страх или пугать других. В США действует множество парков развлечений: Диснейленд, «Вселенная Гарри Поттера», «Мир Юниверсал». В любом из них вас ждут аттракционы, от поездки на которых адреналин ударяет в кровь и сердце начинает учащенно биться, а также комнаты страха, где вас пугают скрипом половиц и историями о призраках.

В отличие от юмора, наслаждение от страха построено на совпадении ожиданий с реальностью. Мы знаем, что аттракцион представляет настоящую опасность или что в комнате страха из темноты на нас вывалится пластиковый скелет. Но сознательно идем на этот минимальный риск, чтобы развлечься. Мы уверены, что это напряжение временное. Мы сами обрекли себя на него, а дальше – включают свет, фильм и книга ужасов закончатся, а после американских горок можно съесть сладкую вату и обо всем забыть. Если подобное случилось с нами, ничего страшнее в жизни ждать не нужно.

Людей всегда пугало то, что не вписывается в их представление о норме, и все непохожее на них. Так, из Европы в США перекочевала мода на музеи чудес. Кунсткамеры были прообразом современных естественнонаучных музеев, в которых коллекционировались невиданные диковины. В «Старом Свете» люди приходили посмотреть на небывалые экспонаты: пояса бразильских туземцев, украшенные зубами съеденных врагов, зародыши от сорока дней до семи месяцев, скелет кота с пойманной крысой и тело уродливой собаки, забальзамированной в банке.

Американец Роберт Рипли на диковинах создал целый бренд своего имени – “Ripley’s Believe it or not” («Хотите верить, хотите нет»). Сперва он выступал на радио, рассказывая слушателям о самых страшных и необычных вещах со всего мира. Параллельно Рипли выпускал книги. В 1933 г. он впервые представил свою удивительную коллекцию на выставке в Чикаго. Там были поистине страшные вещи: интерактивный электрический стул, где сами посетители могли нажать на рычаг и убить приговоренного к смерти; надгробия со странными и забавными надписями; пыточная камера в виде Нюрнбергской Девы; статуя факира, прожившего всю жизнь в цепях. Позже открылся и первый музей. Рипли даже нанял специалиста, который должен был проверять подлинность информации о всех чудесных предметах. Он методично выписывал упоминания о них в книгах, искал владельцев

оригиналов, устанавливал историю приобретения. Только после этого вещи могли быть выставлены в музее.

Где можно посмотреть на эти экспонаты? По всему миру открыто более 30 музеев, и все они одинаковые. Это франшиза, как «Макдоналдс». Выставленные диковины не являются оригиналами. Они их лишь воспроизводят. Общество потребления – хотите верьте, хотите нет.

Через Атлантику же в США прибыли так называемые цирки уродов (или фрик-шоу) – выступления людей, пугающих зрителей своей необычной внешностью. В Америке культовый статус этому развлечению присвоил «величайший шоумен» Финеас Тэйлор Барнум. В 1871 г. он открыл свой цирк в Нью-Йорке. Барнум применил все возможные в то время способы рекламы, что и принесло ему в конечном итоге успех. Он распространял различные слухи о своих артистах, спамил бумажными буклетами и проводил бесплатные зазывные перформансы. В труппе Барнума числились карлики и великаны, толстяки и дистрофаны, дикари из индейских и африканских племен, ампутанты и люди с врожденными аномалиями конечностей, а также сиамские близнецы, мальчик с волчьей мордой (он был родом из России) и бородатая женщина. Изгои американского общества получили единственную возможность заработать себе на жизнь. Многие даже специально уродовали себя, лишь бы получить место в шоу.

Развитие идей гуманизма, мощный либеральный посыл и политкорректность американского общества способствовали тому, что эти ранее существовавшие формы развлечений, связанные со страхом, претерпели значительные изменения в XX и XXI в. Теперь это не фрики, а люди с ограниченными возможностями, не уроды, но страдающие расстройством пищевого поведения или живущие с уникальными болезнями. Фрик-шоу перекочевали в интернет и на телевизионные экраны. Вместо выступлений на цирковой арене американцы смотрят медицинские программы, рассказывающие об аномалиях человеческого тела и помогающие носителям редких заболеваний; всевозможные реалити-шоу, показывающие каждодневную жизнь людей с особенностями, а также стендап, где «отверженные» смеются сами над собой. Теперь им сочувствуют, хотя смотрят на них по той же самой причине, что и полтора века назад.

Отдельное место в страшных развлечениях американцев занимает местный фольклор. Почти в каждом городе США существует место, обрастающее мифами и легендами. Кладбища, на месте которых построили торговые центры; дома, населенные призраками замученных и убиенных; психиатрические лечебни-

цы, призраки пациентов которых наказывают побеспокоивших их людей. Иногда подобный мистицизм бывает доходным. Дома с привидениями становятся прибыльными аттракционами, куда любопытные наведываются, чтобы соприкоснуться с миром мертвых. Наиболее известный из них – фамильный дом Винчестеров в Сан-Хосе, Калифорния. Тех самых Винчестеров, что были изобретателями знаменитой винтовки. По легенде, Сара Винчестер боялась, что ее будут преследовать призраки убитых из ружей, произведенных ее семьей. Для этого внутри дома она создала настоящий лабиринт, где даже живые не могли бы до нее добраться. Подрядчики и строители менялись с регулярной периодичностью. Так что ориентироваться в усадьбе могла только его владелица. Сейчас дом Винчестеров пугает любого за 20 долларов.

Подобные местные легенды приобретают особую популярность в преддверии Хэллоуина – самого страшного из всех американских праздников. Так, начиная с 1964 г. стали распространяться слухи о том, что во время традиционного для Хэллоуина *trick-or-treat* (с англ. «кошелек или жизнь», выпрашивание сладостей) неизвестные дают детям конфеты со смертельным содержанием наркотиков или яда. При этом ни одного реального случая в стране не было зарегистрировано. До 1974 г., когда от цианида в конфете умер восьмилетний Тимоти Марк О’Брайн из Техаса. Его отравил собственный отец, решивший на волне слухов избавиться от сына. В 1982 г. таких эпизодов было насчитано порядка 175 в более чем ста городах 24 штатов. Так что вымышленные истории бывают куда реальней и страшней, чем может показаться.

Счастье разбогатеть

Неудивительно, что в США успех фильма определяют по тому, сколько картина собрала в прокате, а популярность миллиардеров зависит от их позиции в списке *Forbes*. Для американцев прибыль не просто понятие из экономической теории идеолога коммунизма Карла Маркса, но главным образом развлечение.

Лотерея – одна из любимейших забав в США, а также образ жизни американцев. Лотереи были популярны еще во времена британского подданства североамериканских колоний. Тогда правительство метрополии использовало лотереи как способ подзаработать денег на строительство дорог, школ и больниц. Эта же практика применялась после признания независимости США для финансирования будущей столицы Вашингтона.

В XIX в. популярность лотереи как формы развлечения росла. Но нечестные на руку организаторы часто отказывались выплачивать победителям выигрыш. Затем против лотерей выступили евангелисты. От лукавого это. Правительства штатов стали запрещать лотереи, пока не решили взять их под свой контроль. В 1985 г. появилась первая общенациональная лотерея. Вскоре за ней была организована и вторая. С 1990 г. также проводится диверсификационная лотерея. Конечно, это не то же самое, что просто купить билетик на заправке. Это сложная процедура отбора. С ее помощью можно выиграть вид на жительство в США (так называемая грин-карта). Это дает шанс обосноваться в Америке гражданам тех стран, жители которых редко иммигрируют в Соединенные Штаты.

Только в 2018 г. американцы потратили на различные лотереи порядка 78 млрд долл. При этом самый крупный выигрыш за всю историю составил 878 млн долл. Кому это выгодно – ясно. Но люди продолжают испытывать удачу.

Стратегией победы в лотерее может быть что угодно. Были выигравшие, которые применяли математические методы и добились успеха. Алгебра пригодилась в жизни! Кто-то из раза в раз пробовал одну и ту же комбинацию чисел, которая в итоге привела к победе. Некоторые использовали значимые для себя цифры (например, день рождения ребенка) и тоже преуспели. Тут остается полагаться на удачу!

Но выигрыш еще не конец истории, а только ее начало. Ведь деньгами надо верно распорядиться, а это выходит далеко не у всех. Каждый год американская пресса рассказывает о людях, которые только проиграли после того, как сорвали джекпот. Вот тебе и счастье. Большинство просто бездарно тратит круглую сумму на недвижимость и предметы роскоши, а не сумев всем этим верно распорядиться, залезает в долги и продает все нажитое непосильным трудом. Кто-то пропивает свой выигрыш, хотя представить это сложно. Кто-то помогает (иногда без своего на то желания) друзьям, коллегам и членам семьи. Благотворительность оборачивается катастрофой для мецената. А кто-то пытается удачу вновь и вновь, увлекается азартными играми и проигрывает все состояние. Круг замыкается.

Если лотерея – это каждодневное развлечение американцев, то казино – редкое удовольствие по особым случаям. В Лас-Вегас и Атлантик-Сити приезжают обычно на несколько дней: живут в гостинице при казино; посещают концерты и шоу-программы; купаются в бассейне и играют в гольф. А между делом – спускают крупные суммы в покер, рулетку или у одноруких бандитов.

Как только не изощряются, чтобы привлечь людей в Лас-Вегас. Не то чтобы никто не хотел играть. Просто аппетиты владельцев игорного бизнеса с каждым годом продолжают расти. А тут еще и конкуренция со стороны интернета. Чего только не делали, чтобы простимулировать туристов приехать в город греха: устанавливали огромные неоновые вывески; возводили фонтаны, копии известных архитектурных объектов, искусственные вулканы, гигантские аквариумы и экстравагантно оформляли интерьеры казино; организовывали развлечения: от «Цирка дю Солей» и слонов, играющих в бинго, до эксклюзивных контрактов на выступления Элвиса Пресли и Селин Дион; от стриптиза и брачной церемонии до турниров мирового уровня по покеру и боксу.

Между тем продолжают процветать в США и подпольные казино. Актеры, спортсмены и миллиардеры не прочь поиграть в покер на частной вечеринке, не покидая своих апартаментов. Так, предприимчивая Молли Блум устраивала закрытые игры, куда приходили криминальные авторитеты и селебрити первой величины – Леонардо ДиКаприо и Бен Аффлек. Фантастическую историю своей жизни – от взлета частного казино до краха бизнеса и судебного разбирательства – Блум изложила в автобиографии, на основе которой Аарон Соркин снял фильм.

Примечательно, что сегрегация в Америке была полностью отменена именно в казино. Игорные заведения первыми в стране отказались от расовой дискриминации. Любой, независимо от цвета кожи и национальности, мог попытать удачу. Тем не менее остаются люди, которым вход в казино закрыт. Обычно их имена вписывают в специальный «черный список». Не допускают до игры преступников, шулеров, людей, которые страдают игроманией и добровольно себя ограничивают, интеллектуалов, математически рассчитывающих игру. А так – перед проигрышем в казино все равны. Вот недавно две монахини спустили полмиллиона в покер. Наверное, Бог знал, что деньги были ворованными. Так что справедливость есть и в казино!

Счастье пообщаться

Нация, которая вместо приветствия использует «как дела?», не может не любить общение. Small talk (непринужденная беседа) для американцев мало. В США ищут компании по интересам, которые являются развлечением для всех, а не только времяпрепровождением для пенсионеров. Буквально любой американец независимо от пола, возраста, профессии или национальности

стремится найти людей, разделяющих его пристрастия. В Соединенных Штатах единомышленники объединяются в клубы читателей бульварных романов, коллекционеров кукол, любителей числа 47 или опасной рыбы фугу, владельцев пуделей, фанатов маньяков и преступников, а также общества двойников, пешеходов, разведенных и ценителей высококачественной пластиковой посуды. И это не считая стандартных фанатских организаций, объединений спортивных болельщиков, собраний специалистов в любой области и не говоря уже о многочисленных музыкальных фестивалях, различных выставках, конференциях и ярмарках.

Для американцев общение – это счастье быть своим среди своих и быть понятым другими. Поэтому самые странные, а порой и вовсе безумные увлечения, которым американцы отдают полностью, становятся частью популярной культуры и приобретают статус культовых.

Так, например, было с Комик-Коном – ежегодным слетом любителей комиксов в Сан-Диего, Калифорния. Первый конвент собрал в 1970 г. около сотни фанатов. В 2018 г. выставку посетили более 130 тысяч человек. Слава Комик-Кона просочилась даже в СССР. В конце перестройки и начале 1990-х гг. Клуб любителей фантастики под влиянием американской выставки организовал несколько собраний, идея которых, к сожалению, не пережила сложного переходного периода и зачахла в самом начале. Конвент пришел в Россию лишь в 2014 г.

Комик-Кон давно расширил свою специализацию (это не только про комиксы) и стал по-настоящему мультжанровым мероприятием. На выставке проводятся автограф-сессии писателей и актеров, различные мастер-классы, а также соревнования по настольным и компьютерным играм. В последние 20 лет Комик-Кон также стал площадкой, где анонсируют будущие медиапроекты и устраивают эксклюзивные презентации новых фильмов и телевизионных шоу.

Неотъемлемой частью Комик-Кона является косплей. Участники конвента дотошно воспроизводят костюмы и грим своих любимых персонажей видеоигр, комиксов, фильмов и мультфильмов. На выставке можно встретить посетителей в удивительных образах: от высокотехнологичных роботов до антропоморфного человечка LEGO. А для звезд костюмы – это возможность стать незаметным в толпе гиков. Поэтому выставку часто посещают знаменитости. Дэниэл Редклифф целый день расхаживал по холлу в костюме Человека-паука, Райан Рейнольдс – в маске Дарта Вейдера, а Джастин Тимберлейк – в обличии Еника из «Улицы

Сезам». Единственным селебрیتی, которого узнали фанаты, оказался актер Брайан Крэнстон. Он пришел на мероприятие в силиконовой маске своего персонажа из сериала «Во все тяжкие». Но вот кто был под маской – никто так и не догадался.

Ежегодно различные христианские организации устраивают протесты, обвиняя участников и организаторов Комик-Кона в идолопоклонничестве, которое «приведет их прямоком в ад». Это, конечно, вряд ли, поскольку сложно попасть в ад, когда сам веришь в Вальхаллу.

Более патриотичное развлечение в США – историческая реконструкция. Чтобы максимально правдоподобно повторить события прошлого, участники детально воссоздают костюмы и оружие эпохи, а также способы их производства и быт. В 1913 г. прошла первая полноценная реконструкция битвы при Геттисберге 1863 г. – переломного сражения Гражданской войны в США 1861–1865 гг. Таким незамысловатым способом действующие армии некогда конфликтующих сторон Севера и Юга почтили память об общем травматическом прошлом. С того времени интерес американцев к такому виду развлечений только рос, а Гражданская война все больше романтизировалась.

В англоязычной литературе, посвященной альтернативной истории, сюжет о победе Юга – второй по популярности после победы нацистской Германии во Второй мировой войне. Неплохая компания. Так, в мультипликационном сериале «Южный парк» историческая реконструкция заходит слишком далеко, и «южане» действительно начинают захватывать страну, дойдя до Вашингтона. Немало шума наделал анонс сериала «Конфедерат» от создателей «Игры престолов», которые решили представить Соединенные Штаты в случае проигрыша Авраама Линкольна. Хотя, помимо массовой культуры, вопрос об альтернативном окончании Гражданской войны серьезно обсуждается и в американской исторической науке. Что ж, ученые развлекаются как могут!

Синтез Комик-кона и исторических реконструкций – фестиваль искусства и электронной музыки Burning Man. В пустыню в Неваде ежегодно съезжается до 70 тысяч человек, среди которых были замечены Илон Маск, Марк Цукерберг и Сергей Брин.

На фестивале работают передвижные танцполы и даже обсерватория, а известные художники и архитекторы выставляют свои ландшафтные инсталляции и арт-объекты, исполненные в разных направлениях: от хай-тека и бионики до неофутуризма и стимпанка. Два главных объекта на Burning Man – это кукла

человечка, которую сжигают в конце фестиваля, и также предаваемый огню деревянный храм, где все желающие могут оставить записки, в которых они делятся своими огорчениями и трудностями в жизни. Огонь освобождает.

На фестивале действуют 10 заповедей, требующих от участников предельного самовыражения, ответственности, самодостаточности и радикального включения по принципу «здесь и сейчас». Отсутствие коммерции на Burning Man компенсируется активным участием каждого и объединением общественных усилий во всех начинаниях, а также обменом как альтернативой торговле. Кроме того, по окончании своего пребывания гости обязаны убрать за собой весь мусор.

Burning Man – это место, где в экстремальных условиях люди выстраивают общество, основанное на принципах равенства, свободы и взаимопомощи. Это утопия, воссоздающая идеал Америки в миниатюре, куда каждый едет за своим и находит это.

* * *

Стремление американцев к счастью делает их похожими друг на друга. Тем не менее каждый из них несчастлив по-своему. Кошмары случаются наяву. Деньги не всегда приносят радость. Чужаки понимают порой лучше, чем родные. Смех обличает страшное, хотя в то же самое время помогает с ним справиться. В общем, развлечения иногда огорчают.

Итальянский ученый и писатель Умберто Эко полагал, что отцам-основателям следовало бы закрепить в Декларации независимости не право на стремление к счастью, но обязанность каждого уменьшать долю несчастья в мире. Лишь изредка мы об этом заботимся. Но когда вспоминаем, жизнь становится куда лучше.

Для дальнейшего изучения

Annie Hall, 1977 (реж. Вуди Аллен).

Barnum P.T. The Life of P.T. Barnum: Written By Himself. Illinois, 2000.

Bloom M. Molly's Game: The True Story of the 26-Year-Old Woman Behind the Most Exclusive, High-Stakes Underground Poker Game in the World! N.Y., 2014.

Comic-Con Episode IV: A Fan's Hope, 2011 (реж. Морган Сперлок).

Freaks, 1932 (реж. Тод Браунинг).

The Greatest Showman, 2017 (реж. Майкл Грэйси).

Horwitz T. Confederates in the Attic: Dispatches from the Unfinished Civil War. N.Y., 1999.

Jones S. The Tribes of Burning Man: How an Experimental City in the Desert Is Shaping the New American Counterculture. San Francisco, 2011.

Molly's Game, 2017 (реж. Аарон Соркин).

Электронный ресурс

Видеолекция 2. От стендапа до домов с привидениями: как работает американская индустрия развлечений [Электронный ресурс].
URL: <https://youtu.be/oemzvDDCqkk>

Тема 3. Мода и стиль в США, или Красота по-американски

Говорить о моде – занятие неблагодарное. Сегодня люди хотят знать о поясной сумке, а завтра всех интересует только неоновый цвет. Другое дело – стиль. Это вневременное явление, потому что оно глубоко индивидуально. Стиль позволяет создавать новые смыслы, а не эксплуатировать популярные формы. Поэтому если вам хочется с помощью внешнего вида обогатить ваш внутренний мир – вот несколько ценных рекомендаций прямоком из Соединенных Штатов.

Что носить?

Мода – это высказывание. Ваш внешний вид зависит от того, какой посыл вы несете. В этом смысле мода помогает выразить то, что вы желаете продекларировать. И здесь совершенно неважно, будет это шуба из искусственного меха (вы бережете природу и выступаете против убийства животных) или выкрашенные в розовый цвет волосы (вы протестуете в подростковом возрасте). Главное – верно артикулировать свои мысли с помощью внешних средств и не забывать про гармонию. Американцы часто говорят с нами посредством одежды – языка более универсального, чем английский. Нам остается лишь понять, о чем идет речь.

Мода – это политическое высказывание. И это не только значки с радужным флагом, патриотические ленточки на лацкане и черные платья актрис на «Золотом глобусе» как форма протеста против домогательств.

Люди во власти, топ-менеджеры и богачи – все те, кто руководят людьми, – обязаны выглядеть соответственно своему положению, статусу и масштабам своих замыслов и планов. Правда, многие американские миллиардеры предпочитают простоту и практичность. Марк Цукерберг и Стив Джобс часто ходили мало того что в дешевой одежде, так еще и в одной и той же изо дня в день.

Если вы не настолько богаты, чтобы позволить себе вещи из сетевого гипермаркета Walmart, то вам подойдет стиль людей во власти, или так называемый *power dressing* – направление в моде, которое позволяет утвердить ваш авторитет и высокое положение. Понятие *power dressing* ввел американский имиджмейкер Джон Моллой в 1977 г. Он выпустил книгу, которая была посвящена – нет, не сенаторам и не президентам США, а женщинам. Свою работу Моллой назвал «Женская одежда для успеха». В ней он сформулировал основные правила, соблюдение которых поможет американкам преуспеть на рабочем поприще. Моллой призвал домохозяйек бросать уборку и готовку, менять гардероб и отправляться строить свою карьеру. Никаких цветочных принтов на пышных платьях. Только серый, черный и белый. Только брючные костюмы. Причем все эти рекомендации он выработал не на личном опыте, а благодаря научным методам. Моллой применил визуальную социологию для решения вопроса о том, почему мужчины более успешны, чем женщины. Параллельно с ним несколько европейских дизайнеров стали выпускать коллекции, которые соответствовали требованиям «одежды для успеха»: Джорджио Армани, Жиль Сандер, Хельмут Ланг. Наступила эра корпоративного костюма.

Кроме политической стороны у моды как полномочного представителя красивого и прекрасного есть социальная основа. Например, китч отражает массовые вкусы, что непременно ведет к сегрегации (разделению) общества на классы. Само понятие возникло в XIX в. в Германии. Американцы покупали у немцев низкопробные по качеству и художественной ценности предметы, которые и стали именоваться китчем. Это то, что Владимир Набоков назвал бы непереводаемым с русского языка словом «пошлость». Если в Европе за китч до сих пор упрекают мещанство и буржуа, то в Америке – средний класс, который (хвала обществу потребления!) надевает майки с мнимо смешными надписями, облепливает одежду стразами, наращивает километровые ногти и обожает «светить» логотипом бренда на резинке трусов.

Именно китч стал преобладающим направлением в моде афроамериканцев. В начале XX в. темнокожее население обратилось к своим корням. Африка стала землей обетованной для людей, не принимаемых в белое общество США. Многие уезжали из страны, другие – привносили африканскую культуру в свой стиль одежды. Появились национальные принты и леопардовые шубы. В разгар борьбы за свои права в 1960-х гг. афроамериканцы выдвинули лозунг «Черное – красиво». Здесь в ход пошла одежда белых, которую себе не могло позволить бедное цветное

население. Чернокожие мужчины стали превращаться в настоящих джентльменов. Парадоксально, что раньше так называемый черный дендизм был пародийным образом афроамериканцев. Белые смеялись над попытками рабов походять на англосаксов. Теперь пародия стала ключевым элементом самовыражения темнокожих.

Если вы вхожи в аристократические круги или хотите обаять высоколобых интеллектуалов, избегайте стиля «кэмп». Понятие сформулировала писательница Сьюзан Зонтаг в 1964 г. («Заметки о кэмпе»). Кэмп – это преобразование серьезного в фривольное. Если джаз поднимался с низов и стал высоким искусством, то здесь движение обратное. Это селекция искусства со стороны снобов, убежденных в безоговорочном превосходстве своего вкуса. Идеальный пример кэмп – «Лебединое озеро» Чайковского. Музыка и балетные образы, опошленные дешевыми борделями и несмешными шоу, превратили гениальное произведение в черепки.

Именно кэмп во многом изменил представление о красивом. Античный идеал прекрасного предполагал гармоничное сочетание внешнего и внутреннего. Доброе всегда прекрасно, злое – обязательно некрасиво и даже уродливо. Кэмп разорвал эту связь и позволил увидеть другой мир: мир людей, не различающий полов (трансвеститы и андрогины) и не замечающий уродств (Диана Арбус фотографировала безобразных и больных).

Кэмп провозгласил, что вы можете выглядеть как угодно, поскольку внешность не может быть препятствием для самореализации. Если вы не вписываетесь в общепринятое представление о прекрасном, то легче изменить само это представление. Так произошло с тенденцией идеализировать худобу, что вылилось в движение бодипозитив. В 1967 г. полтысячи человек вышли с пикетом в Нью-Йорке. Они призывали прекратить травлю полных людей, чье тело должно быть принято обществом в качестве нормы. И с лишним весом можно носить джинсы в облипку. За этим последовала борьба людей с другими особенностями за право считаться красивыми.

Сегодня все чаще в качестве моделей выступают корпулентные девушки (155-килограммовая Тесс Холлидей); рожденные с синдромом Дауна (Мэдлин Стюарт); пожилые (90-летняя Дафни Селф); ампуты (Марша Эль родилась без правой ноги); а также девушки со шрамами (нижегородка Ольга Запивохина) и другими особенностями внешности (например, чернокожая модель с витилиго Винни Харлоу). Нет никакой необходимости прятать свое тело под одеждой!

Расовый компонент красоты тоже претерпел изменения. До сих пор живы псевдонаучные идеи, которые «обосновывают» превосходство белых именно через внешние признаки. Вот как в энциклопедии XVIII в. описываются чернокожие:

Цвет кожи негров имеет различные оттенки, однако формой лица все они в равной степени отличаются от других людей. Для их наружности характерны округлость лица, высокие скулы, не особенно высокий лоб, нос короткий, широкий и приплюснутый, толстые губы, небольшие уши, безобразие и неправильность черт. Негритянские женщины широкобедрые, с толстыми ягодицами, по форме напоминающими седло⁶.

Все темнокожие считались уродливыми. Некоторых даже показывали публике в специальных человеческих зверинцах. Страшная участь ждала Саарти Баартман, известную как Готтентотская Венера. В начале XIX в. Баартман вывезли из Африки и демонстрировали ее «уродства» по всему миру. Женщина страдала характерной для ее народа готтентотов стеатолипигией – повышенным отложением жировой ткани в области ягодиц. Сегодня Бейонсе и Ники Минаж – идеалы красоты.

Помимо сообщения, которое вы стремитесь донести до окружающих, следует помнить об уместности вашего высказывания. Именно для этого и был придуман дресс-код. Допустим, вы писатель. Для встречи с вашим агентом подойдет Smart Casual (классический костюм для мужчины и платье-футляр для женщины). Если вам позвонили и сообщили, что вы выиграли Нобелевскую премию по литературе, закатите тематическую вечеринку – пусть все придут в образах персонажей ваших книг. Это Fancy Dress. На вручение медали в Стокгольме вам необходимо одеться согласно White Tie – это самый строгий дресс-код (фрак и закрытое вечернее платье). Если по вашей книге сняли фильм и вы номинированы на Оскар за лучший адаптированный сценарий, на церемонию следует прийти в Black Tie (смокинг и открытое вечернее платье). На афтепати Оскара – дресс-код Cocktail (костюм и коктейльное платье).

Больше самого дресс-кода американцы любят только его нарушать. Но всегда в рамках правил. Поэтому культовыми становятся дикие наряды селебрити на красной ковровой дорожке,

⁶ История уродства / Под ред. Умберто Эко. М., 2014. С. 196.

и вирусятся в интернете экстравагантные костюмы на Хэллоуин. Помните, важно не только то, что вы хотите сказать, но как и где вы это делаете. Америка знает об этом если не все, то больше других – это точно.

На кого равняться?

Когда мы говорим «США», мы подразумеваем «американцы». Потому что это страна про людей и для них. Лучшие среди лучших удостоиваются почестей и внимания. В мире моды – это те, кто создает прекрасное, и те, кто это прекрасное представляет.

Начнем с первых. Трудно вообразить, что меньше пятидесяти лет назад дизайнеры из США имели тот же статус, что и китайцы в наши дни. Американские универмаги перешивали одежду и копировали фасоны у европейских кутюрье. Все изменило одно событие.

В 1973 г. состоялась «Битва за Версаль» – переломное сражение, доказавшее боеспособность американских дизайнеров. На благотворительном показе, целью которого был сбор средств на реставрацию Версальского дворца, организаторы решили устроить схватку французских и американских модельеров пять на пять. За США – лучшие из лучших: Оскар де ла Рента, Рой Халстон, Уильям Бласс, Стивен Берроуз и Анна Кляйн. За Францию – лучшие в мире: Ив Сен-Лоран, Юбер де Живанши, Эмануэль Унгаро, Пьер Карден и глава дома “Christian Dior” Марк Боан. Парижский кутюр схлестнулся с практичным прет-а-порте made in USA.

Американцы приготовили тяжелую артиллерию. В Версаль поддержать США приехали Энди Уорхол, Элизабет Тейлор, Грейс Келли и Лайза Минелли. Последней принадлежит решающий удар по французской стороне. Минелли открывала показ американских дизайнеров песней. Запрещенный прием для европейцев, привыкших к смиренному дефиле моделей, где главной оставалась одежда. Кроме того, представлять свои коллекции янки позволили чернокожим манекенщицам. Американцы сделали ставку на шоу и не прогадали. В «Битве за Версаль» победила красота, опровергающая любые каноны и не знающая границ.

Европа вновь открыла Новый Свет. С этого момента американским дизайнерам было позволено возглавлять европейские модные дома. Марк Джейкобс руководил “Louis Vuitton”, Том Форд был креативным директором “Gucci”, а Майкл Корс – “Celine”.

Только после этого опыта работы они получают возможность открыть именную дом моды. Однако дизайнеры из США по-разному представляют Америку в созданной ими одежде. Том Форд вдохновляется золотым веком Голливуда. Почти вышедшие с экрана черно-белого фильма модели одеты в бархат и шелк, а серебряный отсвет ткани, стеклярус и пайетки отражают блеск эпохи. Томми Хилфигер показывает повседневную Америку с упором на хип-хоп культуру, а Кельвин Кляйн демонстрирует потребление в Соединенных Штатах через логоманию – страсть к щеголянию маркой одежды. Обаянию бренда Кляйна подчинились многие: от рэперов до премьер-министров. Ральф Лорен стремится показать разную Америку. Не зря именно он шьет форму для олимпийской сборной США. У него есть Средний Запад с его ковбойскими сапогами, джинсами в облик и бахромой из замши. Для яхтсменов и любителей игры в гольф или теннис – легкие брюки и поло с узнаваемым логотипом. Шерстяной свитер и жилетка крупной вязки с V-образным вырезом под прямые вельветовые брюки – одежда для студентов элитных университетов Гарварда и Йеля. Ральф Лорен – это Америка, где каждому найдется место.

Особый взгляд американцев устремлен на тех, кого принято называть трендсеттерами. Более емкое английское слово заменило русское выражение «законодатель моды», которое, тем не менее, в полной мере отражает суть понятия «трендсеттер». Это те, кто задает новые тенденции, которым затем следуют и подражают. В США их еще принято именовать иконами стиля. Американцам свойственно идеализировать выдающиеся личности, которые сразу же признаются секс-символами, самыми красивыми людьми планеты и гениями своего дела (будь то кинематограф или спорт). Хотя это и не всегда соответствует действительности. Женщинам повезло в этом смысле больше, чем мужчинам. Все просто. И дамы, и джентльмены, которые в разное время обожествлялись в Америке, – все делали для женщин и ради них. Мэрилин Монро вызывала восхищение у американок, которые пытались и до сих пор продолжают копировать ее. Но и Кларк Гейбл как идеал мужчины пользовался поддержкой именно прекрасной половины. Мужчины редко следовали за своими кумирами. Женщины ценят прекрасное во всех, независимо от пола.

Если вы думаете, что речь пойдет исключительно о кинодивах, то это не так. Канонизация открыта по всем фронтам. Трендсеттеры есть даже в политике. Например, жена 35-го президента США Жаклин Кеннеди. Американцы до сих пор ласково называют ее просто Джеки. Первая среди первых леди. Она установила

невероятно высокую планку для своих преемниц. Сложно приходится даже бывшей модели Мелании Трамп. Соответствовать уровню Жаклин смогла, пожалуй, только Мишель Обама.

Жаклин Кеннеди отличалась вкусом, который принято называть «безупречным». В отношении нее это не пустой звук, а констатация факта. Простота форм и кроев, драгоценности – в меру, солнцезащитные очки как признак «звездности» и глубины сокрытых за ними глаз. Джеки не стеснялась выйти в платье без рукавов, а при случае накинуть жакет. Также она заботилась о красоте и благоустройстве дома, в котором жила. Именно при ней началась полномасштабная реставрация Белого дома и сада на прилегающих территориях. Но все это не имело бы такого успеха, если бы Кеннеди не поняла значения и степени влияния медиа. Она принимала активное участие в предвыборной кампании своего мужа. Джеки завела колонку в газете, где отвечала на письма читателей. Уже будучи первой леди, она сняла телевизионный фильм о Белом доме, за что была удостоена престижной премии «Эмми». Жаклин первой из супругов американских президентов наняла личного пресс-секретаря – так популярна была ее персона. Спустя годы журналисты, боготворившие ее, с тем же удовольствием смаковали подробности ее личной жизни после убийства Джона Кеннеди.

Если говорить о музыке, кино и других медийных селебрити, то список канонизированных займет добрые пару страниц мелким шрифтом. Давай так: это все от А (Aguilera, Christina) до Z (Zellweger, Renée). Роковые женщины и скромницы, блондинки и рыжие – все они, несомненно, заслуживают внимания, которым их и без того балуют.

В силу профессии иконами стиля становятся супермодели. О происхождении термина спорят. Причем не только историки, но и те, кто претендует на право называться первой из них. Все сходятся в одном. Супермодели – это героини комиксов о моде. Их сверхспособности: красота, обаяние и фотогеничность. Многие из них также обладают даром закатывать истерики (Тайра Бэнкс) и с силой бросаться телефонами в людей (Наоми Кэмпбелл выплеснула свой гнев на горничную, которой затем врачи наложили четыре шва). Но есть у этих суперженщин и слабые места. Одни из них страдают от наркозависимости (Кейт Мосс лечилась от пристрастия к кокаину), другие же не могут отказать себе в благотворительности (Наталья Водянова самозабвенно помогает детям с особенностями развития). Супермодели непостоянны, как сама мода. Единственное, что стабильно не меняется, – это их красота.

Другое дело – те, кто вопреки сложившимся идеалам, признавался иконой стиля. Например, многие актрисы, параметры которых отличались от голливудских стандартов, привлекали именно своей обычностью. Этакая соседская девчонка, с которой легко могли себя ассоциировать зрительницы фильмов. Если смогла она, смогу и я. Именно этим во многом объясняется канонизация Кейт Уинслет и Дженнифер Лоуренс, которые, помимо прочего, действительно талантливые актрисы.

Не вписывается ни в какие определения Айрис Апфель – коллекционер и владелица текстильного бизнеса. В свои 99 лет она не стесняется ни ярких тканей и обильной бижутерии (то, что молодит), ни круглых очков во все лицо и седых волос с лиловым отливом (то, что выдает годы). Айрис Апфель – идеал того, каким бы хотелось быть многим американкам в возрасте: активная, жизнерадостная и естественная в своем безумии. Она анти-икона на фоне молодых Ким Кардашьян и Селены Гомес.

Современные трендсеттеры – особое явление. Если раньше, чтобы войти в пантеон, помимо чувства стиля, необходимо было сняться в кино или быть певицей, то теперь все изменилось. Блогеры, на которых равняется поколение миллениалов, изначально преуспевают в демонстрации собственной жизни в соцсетях, а потом уже становятся артистами и начинают записывать песни. Вслед за этим приходит понимание, что виртуальное не всегда способно заменить реальное, а потому они создают именную линию одежды или выпускают парфюм своего бренда. Майка современности надета шиворот-навыворот, но никого это не смущает.

Чем вдохновляться?

Нет, это называется не гламурное чтиво на столике в парикмахерской. У модных журналов есть приличное название – глянцева журналистика. Забудьте про «10 способов снять макияж». На этом паразитируют непрофессионалы, которые есть в любой сфере. На потребу и без минимальных творческих вложений. Писать о моде – сложная задача. Ведь глянцева журналистика не просто информирует нас о популярных сейчас трендах, но, развлекая, просвещает: формирует вкус, исследует мир через визуальное и преобразует окружающую нас действительность. Таково ее истинное предназначение!

Соединенные Штаты – родина старейших в мире и наиболее авторитетных журналов “Vogue”, “Harper’s Bazaar”, “Cosmopolitan”. Именно эти издания отвечают у американцев за ежеме-

сячную регенерацию чувства прекрасного. Самая влиятельная персона в издательском модном бизнесе – Анна Винтур. Британка, которая последние 30 лет руководит американским “Vogue”, а вместе с ним впридачу управляет и всей индустрией. Неофициальная мэриша Нью-Йорка. Атомная зима. Тот самый дьявол, что носит Prada. Легко узнать субтильную Анну в первом ряду любого показа: каре с закругленной челкой, солнцезащитные очки, большой стакан кофе из «Старбакса» и, пожалуй, единственное, кроме акцента, английское наследство – скрещенные по-монаршьи руки. Она открыла миру столько же имен, сколько душ погубила в своей редакции. Ей обязаны своим восхождением Марк Джейкобс и Джон Гальяно. Мартиролог ее жертв бесконечен.

Винтур провидчески чувствует время – самое необходимое качество для человека, имеющего дело с модой. Она первая предугадала приближение эры звезд и стала приглашать селебрити для съемок в журнале. Первой поместила на обложку модель в джинсах. Первой же позволила чернокожей девушке смотреть на читательниц Vogue с витрины журнального прилавка.

Анна Винтур во многом стала продолжательницей направления, которое задала ее предшественница на посту главного редактора “Vogue” Диана Вриланд. Вриланд занимала должность каких-то восемь лет, но за это время успела кардинально преобразить журнал. Она не стала ограничивать его содержание исключительно пережевыванием темы моды, расширив рубрику обсуждаемых вопросов. Теперь на страницах издания можно было найти рекомендации по уходу за собой и статьи о художниках, размышления о политике и популярных артистах. Параллельно консультируя чету Кеннеди в вопросах стиля, Вриланд не гнушалась и провокаций, которые позитивно воспринимались поколением, объявившим о сексуальной революции в США. Развороты с Миком Джаггером произвели фурор. О чем было невозможно помыслить в прежние пуританские времена. Столь же дерзко она сделала огромный нос Барбары Стрейзанд символом индивидуальности. Привлекая внимание читателей ко всему уникальному и самобытному, Вриланд научила американцев быть собой и всецело принимать себя такими, какие они есть.

После ухода из “Vogue” Диана Вриланд становится куратором Института костюма Метрополитен-музея, где организует ежегодный бал Met Gala. В первый понедельник мая в музее открывается выставка. В разные годы это был оммаж известным дизайнерам (от Кристиана Диора до Джанни Версаче) или посвящение другим культурам (русские балеты Дягилева) и эпохам (Империя Наполеона). В 2019 г. Метрополитен-музей посвятил

экспозицию кэмпу. Особенностью мероприятия является то, что тема выставки также определяет дресс-код приглашенных на бал. Гости обязаны выдержать свой костюм в рамках установленной темы. Мадонна пару лет назад в знак протеста против эйджизма (дискриминация по возрасту) пришла на Met Gala в высоких кожаных ботильонах и прозрачной кружевной накидке поверх черного боди. Так певица отразила тему «технологической эпохи». В год, посвященный Китаю, Рианна принесла с собой 25 килограмм красоты: она предстала перед публикой в ярко-желтом платье с длинным шлейфом, отделанным золотом и мехом. Сара Джессика Паркер в том же году стала героиней мемов из-за высокой шляпки, имитирующей языки пламени. Так костюмированный бал в Метрополитен-музее привлекает внимание к истории одежды и закрепляет не всегда очевидную дружбу искусства и моды.

Особого упоминания заслуживают фотографы. Невидимые бойцы зримого фронта. Объектив их камер фиксирует красоту окружающего нас мира. С их помощью мы познаем красоту. Ирландский писатель Джеймс Джойс считал, что одежда является произведением искусства, поскольку она устремляется к некоей эстетической цели. А вот фотография – нет, так как реальность фиксирует не человек, а аппарат. Разумеется, он забрал бы свои слова назад, увидев снимки гениальных Ирвина Пенна и Ричарда Аведона. Это фотографы, чей художественный язык признавали Пабло Пикассо и Игорь Стравинский, Трумен Капоте и Альфред Хичкок, Элизабет Тейлор и Одри Хепберн – герои их работ. Как портреты русских писателей из кабинета русского языка и литературы всплывают у нас перед глазами при одном упоминании их имени, так большинство американских знаменитостей мы визуализируем с помощью именно их каноничных снимков.

Кроме того, многие фотографы открыли новые направления в модной индустрии. Билл Каннингем был первым, кто решил запечатлеть на пленке людей с улицы. На протяжении нескольких десятилетий он неизменно садился на велосипед в своей синей куртке и с фотоаппаратом в руках колесил по авеню в поисках случайных моделей. Его взгляд привлекали жители Нью-Йорка, вносящие разнообразие в повседневную жизнь города своей одеждой, поведением или привычками. Каннингем показал прекрасное в обычном и застолбил за собой право называться основоположником streetstyle-фотографии.

Многие легендарные обложки журналов увидели свет не благодаря отваге главных редакторов, но в результате импрови-

зации фотографов и их свободы на съемочной площадке. А до того, как первое фото появилось на обложке издания о моде (а это случилось в 1932 г. – спустя сто с лишним лет после изобретения фотографии), изображения вырисовывались от руки. Некоторые издания, вроде еженедельника “The New Yorker”, до сих пор следуют этой традиции. Иллюстраторы и художники принимали активное участие в создании модных журналов, а также помогали дизайнерам дорабатывать эскизы будущих рядов. Сальвадор Дали трижды рисовал титулы для “Vogue”, а смелые работы иллюстратора Антонио Лопеса до сих пор сподвигают американских кутюрье на новые образы. Влияние искусства на моду неоспоримо. Так что если искать вдохновение, то непременно в музее или галерее.

* * *

Мода не знает границ и национальностей. В этом смысле она типично американское явление. И если вы не читаете глянцево-журналы и полагаете, что вопросы стиля вас не касаются; если вы уверены в своей независимости от индустрии красоты, а ваш скепсис по поводу моды все еще крепок и непоколебим, – вот последний аргумент:

Эти «тряпки»? О, ясно! Вы думаете, что они не имеют к вам отношения. Вы подходите к шкафу и выбираете, не знаю, этот мешковатый голубой свитер, поскольку хотите всем показать, что вы человек серьезный и вас совсем не волнует, во что вы одеты. Но! Вы не знаете о том, что этот свитер не просто голубой, не лазурный, не бирюзовый, а небесно-голубой. И вам невдомек, что в 2002 году Оскар де ла Рента создал коллекцию вечерних платьев небесно-голубого цвета. А затем, кажется, Ив Сен-Лоран – коллекцию небесно-голубых френчей. И вскоре другие дизайнеры ввели небесно-голубой цвет в свою палитру. А затем он просочился в крупные магазины одежды. А потом, спускаясь все ниже, достиг какого-нибудь магазина уцененных товаров, где вы его и выудили. Однако ради появления этого оттенка были затрачены миллионы долларов и огромный труд. И хотя вы уверены, что сделанный вами выбор подчеркивает вашу независимость от моды, на самом деле... вы носите свитер, который был выбран людьми в этой самой комнате из горы тряпок⁷.

⁷ Дьявол носит Prada (реж. Дэвид Фрэнкел, 2006).

Для дальнейшего изучения

- Вайсбергер Л.* Дьявол носит Prada. М., 2014.
- Каннингем Б.* Модное восхождение: Воспоминания первого стрит-стайл-фотографа. М., 2019.
- Хилфигер Т.* Томми Хилфигер. Мой путь к мечте: Автобиография великого модельера. М., 2018.
- Bill Cunningham New York, 2010 (реж. Ричард Пресс).
- Givhan R.* The Battle of Versailles: The Night American Fashion Stumbled into the Spotlight and Made History. N.Y., 2016.
- The Devil Wears Prada, 2006 (реж. Дэвид Фрэнкел).
- The September Issue, 2009 (реж. Р. Дж. Катлер).
- The Tents, 2012 (реж. Джеймс Белцер).
- The Tie Cost, 2015 (реж. Эндрю Морган).
- Versailles '73: American Runway Revolution, 2012 (реж. Дебора Рили Дрейпер).
- Vreeland D. D.V.* N.Y., 2003.

Электронный ресурс

Видеолекция 3. Мода в США: одежда как высказывание [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/RngZ5mbaJdM>

Тема 4. Шопоголизм, купономания и другие приятные зависимости американцев

В Соединенных Штатах существует такое понятие, как «аффлюэнца». Термин образован в результате слияния слов *influenza* (с англ. грипп) и *affluence* (богатство). На русский язык *influenza* часто переводят как «потреблудие». О значении догадаться несложно. Аффлюэнца – это болезненное состояние, передающееся социальным путем и выраженное в навязчивом состоянии беспокойства и постоянной тревоги в результате стремления к обладанию большим. Аффлюэнца – типичное проявление развитого общества потребления. Лекарство от него ученым только предстоит изобрести, но многие симптомы данной болезни хорошо изучены. Их следует знать, чтобы вовремя оказать помощь себе и своим близким.

Страсть к накопительству

Обычно «синдром Плюшкина» связан с собирательством вещей малополезных и далеко не нужных. Скидки – лучший для этого стимул.

Экономия в России и США разительно различается. Мы не можем выбросить хлеб. Мы моем и храним одноразовую посуду. Мы собираем целлофановые пакеты, которые бесхозно копятся и только спустя годы отправляются в мусор. Американцы если и занимаются накопительством, то преимущественно благодаря развитому обществу потребления, где вещей и товаров гораздо больше, чем требуется человеку на самом деле.

Например, в России царит тотальное недоверие к любым видам скидок. «Ну, ясно, сперва подняли цену, а потом 10 процентов скинули!»; «Бесплатно? Только сыр в мышеловке!»; «Ага, снизили цены на просроченные товары!». Ну и так далее. У нас действительно нет экономии. По крайней мере, в сравнении с Соединенными Штатами.

В США действуют скидочные купоны, которые можно обменять на товар или при предъявлении сэкономить какую-то часть от его цены. Первые купоны появились в конце XIX в. бла-

годаря находчивости владельцев компании Coca-Cola. Новый по тем временам маркетинговый ход предлагал всем обладателям купона бесплатный стакан тогда еще малоизвестного напитка. Во времена Великой депрессии 1929–1933 гг. люди стали экономить вынужденно. А вот в 1960-х гг. началась настоящая купономания. Американцы хотели покупать все больше и за меньшую цену. А магазины и крупные супермаркеты таким образом боролись за клиентов.

Сегодня для многих американцев скидки не просто редкое испытание собственной удачливости, но каждодневный труд. Купоны на продукты различных производителей можно найти в специальном приложении воскресной газеты или в бесплатных брошюрах. Также купоны можно приобрести в интернете или запросить у самой компании. Во многих городах даже существуют специальные клубы по интересам, где прижимистые американцы рассказывают своим друзьям и соседям, как можно экономить, а еще обмениваются недостающими купонами и мониторят грядущие распродажи нужных товаров.

Что дают купоны? Экстремальные скидки! Нет, вы не поняли! Просто невероятные скидки! Причем, в отличие от российских супермаркетов, все акции и дисконты суммируются. Тут в ход идет все: и карта постоянного клиента, и разовая скидка на какую-то группу товаров, и купоны. Доходит до того, что магазин остается в минусе. Seriously! Эта схема требует неподдельного азарта и, конечно, тщательного расчета и планирования: акции имеют свойство заканчиваться, а срок годности купонов – истекать.

Предположим, двухлитровая бутылка кока-колы стоит \$1,79, но сегодня акция – скидка 50% – и вы можете купить колу за \$0,89. У вас есть купон на покупку кока-колы номиналом \$1. Предъявив его на кассе при покупке товара за \$0,89, магазин остается вам должен 11 центов. Эти деньги, конечно, вам никто не отдаст, но на эту сумму вы можете купить что-нибудь еще. Например, жвачку, доплатив оставшуюся сумму за вычетом 11 центов. Кстати, после покупки на кассе вам выдают купоны на следующую покупку.

Это стопроцентная экономия! И не при покупке на мизерную сумму в 5 долларов. Чек доходит до нескольких тысяч. Конечно, вы не всегда покупаете необходимые вам товары и продукты, но их можно отдать на благотворительность. Вещи найдут себе применение.

Важный ритуал покупок для американцев – это очереди. Они имеют сакральное значение. В России к очередям особое от-

ношение. Мы стремимся избежать долгого ожидания, которое кажется нам изначально несправедливым. Для этого мы используем различные уловки, вроде «Мне только спросить», «А я уже был», «У меня льготы» и прочее. Не только в магазине или больнице, но так же мы себя ведем по отношению к другим людям на дороге, в общественном транспорте и в госучреждениях. Это советское наследие, связанное с эпохой дефицита и привилегиями избранным.

Иначе обстоит дело с очередями в Соединенных Штатах. По крайней мере, в сравнении с другими странами. Так что Россия не одинока в своей любви нарушать порядок. Вот, например, что думает об этом индийский писатель Ранганатхан Магади:

Я люблю американцев, потому что они самые дисциплинированные люди в мире. Будь то публичное место или общественная дорога – они соблюдают высокую степень дисциплины. Приятно наблюдать за дорожным движением в США... Американец никогда не нарушит очередь. В Индии люди толкают друг друга и лезут без очереди. У них нет порядочности⁸.

С Магади согласен итальянский ученый и писатель Умберто Эко:

...[В США] все – на вокзалах, в супермаркетах – уважают очередь. Просто невообразимо, чтобы кто-то не уважал. Очередь – святое. Стоящий перед нами может занудствовать и занимать работника чуть ли не час. В очереди злятся, но не протестуют. Он занял место раньше, он имеет право на то, что ему заблагорассудится.

Помню, когда-то я прилетел со Среднего Запада в аэропорт Ла-Гуардия, и у меня было времени в обрез – как раз сесть в такси и доехать до аэропорта Кеннеди, чтобы успеть на рейс в Италию. А на такси была жуткая очередь, и я понял, что ни за что на свете не успею. Тогда в отчаянии я пошел в начало очереди и сказал первому ждущему: «У меня остались считанные минуты, чтоб доехать до аэропорта Кеннеди и улететь в Европу по срочному делу. Не будете ли Вы так любезны и не пропустите ли меня сейчас без очереди?»⁹

⁸ *Magadi R. The Literary Works of Ranganathan Magadi. Morrisville, NC, 2007. P. 265.*

⁹ *Эко У. Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ. М., 2012. С. 289–290.*

Никогда не видел таких растерянных лиц. Видно, в первый раз в жизни к ним обратились с подобными предложениями. Они были так потрясены, что первые десять человек показали руками – пожалуйста. Они, верно, подумали, бедные, что у меня горит дом, а в доме дети. Я прыгнул в первое подошедшее такси, сказал «спасибо» и только в машине понял, что отколол такое, против чего им было протестовать непредставимо... Настолько очередь в США священна.

Очередь еще и важная часть особых покупок. Без долгого ожидания невозможно обойтись, когда американцы хотят приобрести товары, которые желают иметь раньше остальных. Обычно это нечто хорошо разрекламированное, уникальное по своим характеристикам и отвечающее своему времени: техника, книги или предметы гардероба. Например, подобный ажиотаж сопровождает выход каждого нового iPhone.

Американцы, даже имеющие привилегии, не считают возможным пролезть без очереди. Так, Стив Джобс пришел в премьерный день продаж первого iPhone и увидел среди ожидающих открытия магазина двух своих разработчиков, которые принимали участие в создании телефона и получили положенные экземпляры. Но им нужно было больше одного iPhone. Вместо того чтобы попросить, они смиренно ждали в очереди.

Порядок превыше всего. Притом если уж у вас есть желание продвинуться быстрее, выход есть – вы можете купить место в очереди за круглую сумму. Типичный пример находчивости по-американски. Интересно, что некие предприимчивые энтузиасты пытались проводить в России подобные эксперименты. Они покупали места в начале очереди, чтобы потом перепродать их дороже. Но место так никто у них и не приобрел. Они попали в магазин одними из первых, но даже купить iPhone не смогли, ведь все деньги ушли на заветные места во главе каравана.

Трудно представить, что те самые американцы, которые так чтут очередь, во время распродаж выбивают двери магазинов и сносят все на своем пути в борьбе за вещи. Это настоящее массовое помешательство! Каждый год полиция задерживает ненормальных, которые, поддавшись всеобщей истерии скидок, применяют перцовые баллончики, лезут в драку с другими покупателями, а иногда даже стреляют в людей в пылу спора за дешевые товары.

Сезон распродаж в США открывает «черная пятница». После Дня благодарения, который традиционно отмечается в четвертый четверг ноября, американские торговые сети устраивают

невероятный по масштабам сейл, который продолжается вплоть до Рождества.

Название «черная пятница» не имеет никакого расового подтекста и, как это иногда пишут, не связано с рабовладельческими аукционами, которые проводились на Юге США до Гражданской войны 1861–1865 гг. В английском языке идиома *in the black* («в черном») означает прибыль. Считается, что бухгалтеры использовали чернила черного цвета для обозначения доходов, а красные – для убытков. Выгодная с точки зрения продаж пятница в отчетах значилась черной. Термин повсеместно вошел в обиход в 1980-х гг. Неоднократные попытки торговых сетей переименовать день распродаж в «Большую пятницу» провалились, и название не прижилось.

К «черной пятнице» присоединился «киберпонедельник». После головокружительных выходных в торговых центрах начинаются скидки в онлайн-магазинах. Однако самые активные продажи выпадают на 10-дневный период между 5 и 15 декабря. Потому что больше, чем получать и дарить подарки, американцы любят только покупать их.

А уж если после распродаж и купонных скидок накопилось слишком много вещей – не беда. В чем американцы действительно хороши, так это в умении делать деньги из всего, даже хлама. И речь здесь, конечно, не про ток-шоу, где люди перебивают друг друга в борьбе за право пожаловаться на свою жизнь. Когда в послевоенные 1950-е и 1960-е гг. население городов стало расти, многие приняли решение перебраться в пригороды. Там можно было жить в большом доме с доступом к природе. Тогда же американцы стали обживать вещицами, не всегда полезными и необходимыми. Чтобы разгрузить подвалы и гаражи, стали проводиться распродажи. Ненужные вещи хозяева выставляли на лужайке перед домом и отдавали их за символическую плату тем, кому они действительно могли понадобиться. Традиция прижилась и пользуется популярностью поныне.

Около 700 тысяч американцев каждую неделю на гаражных сейлах продают порядка пяти миллионов вещей, средняя стоимость которых не превышает одного доллара. Во второе воскресенье августа в США устраивают грандиозную распродажу. Вдоль шоссе 127, что тянется от Алабамы до Мичигана, – а это больше тысячи километров! – выстраиваются продавцы со всей страны. Там можно найти все, что душе угодно. Были случаи, когда покупатели приобретали за гроши настоящие сокровища: акции нефтяной компании, которые обошлись в пять долларов, но по факту стоили 130 миллионов; произведения искусства (от Энди

Уорхола до Ван Гога) и, как казалось, навсегда утерянные исторические артефакты. Копаться в барахле бывает полезно.

В 1970-х гг. также становится популярным секонд-хенд. Бывшая в пользовании одежда стала ответом на перенасыщение американского общества потребления. Но не потому что вещей было слишком много, а потому что вещи были одинаковыми. Все чаще дизайнеры стали обращаться к прошлому за вдохновением. Одежда прежних поколений могла подчеркнуть индивидуальность и независимость от массового рынка. Сегодня секонд-хенд также важная часть благотворительной поддержки нуждающихся.

На этом прибыль от хлама не заканчивается. Если вы оставили багаж в аэропорту и по какой-то причине не смогли забрать его в течение долгого времени, он уйдет с молотка! То же самое произойдет с конфискованным за долги домом. Или если арендованный контейнер на складе заброшен его владельцем. Будет устроен открытый аукцион, на котором любой желающий может поторговаться за ваши вещи. Одно «но». Никто не будет знать, что внутри. Люди приобретают кота в мешке. Только после сделки можно узнать содержимое купленного. И как вы понимаете, это может быть как редкий и дорогостоящий антиквариат, так и всякая ерунда вроде старых тряпок.

Эта забава настолько полюбилась американцам, что из этого даже сделали телевизионное шоу. Сначала зритель с интересом следит за ходом торгов и борьбу за этот «приз Шрёдингера», а затем упоенно предвкушает момент вскрытия. Что внутри: нечто ценное или совершенно ненужное? Чаще всего, конечно, второе. Но даже на эту ерунду найдутся покупатели. Американцы это знают точно.

Поощрение лени

Известно, что лень – это двигатель прогресса. Пока трудоголик намывает тарелки после ужина, лентяй изобретает посудомоечную машину. Пока активный шопоголик вырезает купоны и бегаёт по распродажам, пассивный покупатель совершает выгодные покупки не выходя из дома. Для бездеятельных шопперов в США есть все условия.

Сперва у лентяев появилась возможность приобретать товары в телемагазине. В Соединенных Штатах такого рода продажи называют инфомерцией или инфомершал. Это гибрид information (информация) и commercial (реклама). Впервые продажу с помощью медиа осуществил Боб Циркоста в далеком 1977 г. Ин-

интересно, что это произошло не на телевидении, а во время эфира на радио. Непривычный формат оправдал ожидания (Циркоста продал все, что у него было) и полюбился слушателям. Однако на ТВ он появился лишь в 1984 г. Президент США Рональд Рейган – тот самый, что назвал Советский Союз «Империей Зла», – отменил действовавшее ограничение времени на телевизионную рекламу и тем самым создал внутри своей страны «дьявольский оплот» коммерческого телевидения.

В этот момент телемагазин стал площадкой, где предприимчивые американцы получили возможность представить свои изобретения. Именно поэтому большинство товаров, которые продавались с помощью ТВ, невозможно было купить в привычных магазинах, что создавало у зрителей ощущение уникального предложения. Придумщики со всей страны продавали товары собственного производства. Обычно презентацию изобретения предвосхищало черно-белое видео, где беспомощные люди пытаются пропылесосить, не запутавшись в проводе, или открыть консервную банку, но терпят неудачу. Телемагазин предлагал зрителям избежать повседневных неудобств с помощью чудодейственных товаров. Например, домохозяйка из Нью-Йорка Джой Мангано изобрела швабру, которую не нужно было выжимать руками. За получасовой эфир она смогла убедить 18 тысяч таких же, как она, домохозяек купить ее творение. С этого момента началось строительство огромной коммерческой империи Джой.

В 1990-х гг. наступила эра суперзвезд в «магазине на диване». Одни селебрити становились рекламным лицом товаров, которые продавали в телемагазине. Например, успехом у зрителей пользовались видеокассеты, на которых оscarоносная актриса Джейн Фонда вела занятия по шейпингу. Другие знаменитости непосредственно вели программы. Так, Марта Стюарт, популярный автор поваренных книг, вместе с советами по готовке, шитью и оформлению дома рекламировала товары, без которых было не обойтись домохозяйкам.

Даже такие гиганты, как “Apple” и “Microsoft”, не гнушались участием в телемагазине. За счет популярности инфомерция быстро расширила ассортимент товаров. На телевидении стали продавать все: от религиозной продукции до путешествий в другие страны.

Неисчерпаемая привлекательность подобных кабельных каналов объяснима. Феномен телешопинга неоднократно исследовался учеными. Так что, если вы не хотите поддаться соблазну купить хлам в «магазине на диване», вот вам описание тех уловок, которые используют для того, чтобы убедить в необходимости

приобрести совершенно бесполезные вещи. Как только вы начнете считать их, манипулировать вами станет невозможно.

Исследования показывают, что зритель интуитивно чувствует, когда программа записана заранее, а потому теряет это чувство «здесь и сейчас» и покупает хуже. Большинство кабельных телеканалов привыкли продавать онлайн для поддержания контакта с потенциальными покупателями.

Обычно телемагазин ведут два человека. Первый ведущий выступает в роли эксперта, который знает все о рекламируемом товаре. Второй – «профан», задающий наводящие вопросы. В данном случае он транслирует голос телезрителя, желающего разобраться, что к чему. Вы уже на крючке, ведь человек в телевизоре отвечает на то, что вы спросили по другую сторону экрана. Сопереживание усиливается и за счет того, что ведущие подбираются с учетом образа среднего представителя целевой аудитории. Здесь важно все: возраст, пол, место жительства и достаток. Поэтому спиннинг будет продавать холеный мужчина средних лет, а овощерезку – типичная американская домохозяйка.

Именно потому, что одежду покупают преимущественно полные женщины, предметы гардероба демонстрируют корпулентные модели. При этом выглядят они превосходно! У них идеальный маникюр и макияж, а любые блузы и платья чудно на них сидят. Все дело в утягивающем белье, которое надевают под одежду. Так что на покупательницах обновка будет сидеть несколько иначе. Модели обычно поглаживают себя во время показа, чтобы усилить сопереживание и чувство тактильного контакта с товаром. Ведущие никогда не скажут про недостатки фигуры, которые скрывает рекламируемая одежда. Они мастера эвфемизмов, поэтому воспользуются более нейтральными и комплиментарными словами вроде «нюансы» и «особенности». Так же красиво представлены все остальные товары. Ведущие демонстрируют высокое качество, упирая на прочность материалов и долговечность их использования. В этот момент дается крупное и яркое изображение вещей.

Еще одна уловка – убедить зрителя в экономии. Ведущие уверяют, что рекламируемые товары идут со скидкой. Даже в случае, если ее на самом деле нет. Зритель тут же чувствует, что упускает свой шанс купить дешевле, чем мог бы. Кроме того, в телемагазине подчеркивается уникальность предложения и его ограниченность (вы никогда такое не купите, да и товар скоро закончится). Именно поэтому большинство американцев, которые совершают покупки в «магазине на диване», считают, что их достаток выше среднего, хотя это далеко не соответствует действи-

тельности. То есть они полагают, что более обеспечены, а потому могут позволить себе купить представленные вещи. Кроме того, ведущие наирают на личный опыт использования товара: всю продукцию они сами купили, опробовали и безмерно рады этому. Кому не хочется иметь то же самое, что есть у людей в телевизоре?! А если необходимости приобретать что-то для себя у вас нет, вас убедят купить это в подарок друзьям, родным или коллегам. Познакомившись с этими уловками, вы можете быть уверены, что теперь у вас есть иммунитет к покупкам в телемагазине.

Интернет – это еще один предлог для лентяев, чтобы отказаться от активного шоппинга. Мало того что онлайн-покупки теснят походы в торговые центры, так еще и инфомерция вынуждена дислоцироваться в виртуальном пространстве. Сейчас телемагазин переформатировался в онлайн-трансляции, где продавцы в прямом эфире распаковывают товары и опробуют их, отвечая на вопросы пользователей в чате. Иначе привычные способы продажи не способны выдержать конкуренции с крупными торговыми интернет-сервисами.

Кроме того, что онлайн-покупки дают возможность сэкономить не только деньги, но и время, важной составляющей интернет-шоппинга является пользовательская саморегуляция. Покупатели могут оставить отзыв, в котором поделятся дополнительной информацией о товаре и личным опытом пользования им. Так в США гражданское общество побеждает шоппинг, навязываемый торговыми гигантами.

Однозначный мировой лидер рынка интернет-продаж на данный момент – компания Amazon. Она была основана в 1994 г. как книжный онлайн-магазин. Затем ассортимент расширился до музыкальной и видеопродукции, пока не стало понятно, что люди готовы совершать дистанционные покупки всех необходимых товаров. Amazon дала возможность приобретать на сайте все: от детектора НЛО и средства для роста бороды до антиквариата и бриллиантовых браслетов.

С этого момента преобразилась не только компания, но и ее владелец Джефф Безос, который из гиковатого ботаника Принстонского университета превратился в самого завидного жениха Америки с многомиллиардным состоянием. Безос отстаивает определенные ценности в работе Amazon. Сервис несет ответственность за товары, которые продает на сайте, и за последствия их использования. Например, после того как неоконфедерат Дилан Руф в 2015 г. расстрелял афроамериканских прихожан в Чарльстоне, компания сняла с продажи флаг Конфедерации как символ националистических идеалов.

Во многом благодаря социальным обязательствам компания продолжает расти и развиваться, даже несмотря на войну с президентом Трампом, который неоднократно выступал против Amazon. Честный бизнес и ответственность перед людьми всегда были в чести у американцев.

Другой важный ресурс интернет-шопинга – виртуальный аукцион eBay. История компании началась в 1995 г. Программист из Калифорнии Пьер Омидьяр на своем личном сайте открыл аукцион по продаже ненужных личных вещей. Первым предметом, который он продал, была сломанная лазерная указка. Идея проведения онлайн-торгов пришлась по нраву американцам. Число посетителей сайта постоянно росло, и Омидьяр был вынужден расширять возможности своего аукциона. Сегодня любой может выставить на продажу свой товар, который уйдет тому, кто сделает лучшее предложение цены.

Просто удивительные вещи порой продают на eBay. Но еще большие чудачки их покупают. Среди самых странных приобретений значатся: кукурузная хлопюшка в форме штата Иллинойс и куриный нагетс в форме Джорджа Вашингтона; бутерброд с ликом Девы Марии; оконная рама, из которой Ли Харви Освальд стрелял в президента Кеннеди; место на теле для рекламной татуировки; имя для будущего ребенка; а также невинность, смысл жизни и привидение. Неоднократно пользователи пытались выставить на аукцион страны (от Новой Зеландии до России), но каждый раз администрация ресурса убирала лоты с торгов до того, как государства уходили с молотка. Самой дорогой покупкой, совершенной на eBay, стала яхта за 168 миллионов долларов. Ее владельцем стал российский олигарх Роман Абрамович. Если даже сильные мира сего ленятся ходить за покупками, как отказаться себе в слабости пошопиться онлайн?

Желание обладать

Если у американца нет денег на покупку чего-либо, у него все еще остается право на жизнь взаймы. Не лучший вариант, но, по крайней мере, он уравнивает всех в возможностях. Другое дело, как ими верно воспользоваться.

В США есть все необходимое, чтобы позволить себе привести собственное положение в соответствие со своими ожиданиями и желаниями. Кредиты всех мастей, ссуды, рассрочки, займы и залоговые – открыта масса перспектив. В долг покупается все: от фастфуда до тренингов по личностному росту. Пока в России

люди копят неподъемные суммы, а жизнь проходит мимо них в постоянных ограничениях, американцы разъезжают в собственных автомобилях и живут в домах, за которые рассчитываются долгие годы.

Первые кредитные карты, наиболее приближенные к современным, появились в США в 1950 г. Ральф Шнайдер и Фрэнк МакНамара создали Diner's Club Card, которую можно было использовать лишь в нескольких ресторанах и отелях Нью-Йорка. Потенциал новинки тут же оценила бизнес-элита. В 1958 г. Банк Америки выпустил собственную кредитную карту. Позже ее стали делать из привычного для нас пластика, а с появлением на ней магнитной полосы в 1960 г. возможность жить в займы покорила весь мир. До 1974 г. женщины в Соединенных Штатах порой не могли пользоваться картой, если ее совладельцем не значился мужчина. Хотя именно женщины, согласно исследованиям, рациональней тратят деньги и имеют меньшую задолженность. Сегодня все уравниены в праве на кредит.

Финансовая зависимость американцев начинается после окончания старшей школы. Высшее образование в США – не дешевое удовольствие, поэтому для оплаты обучения многие берут студенческий заём. Деньги может выдать как государство, так и частная компания. По окончании вуза молодые специалисты в среднем остаются должны порядка 18 тысяч долларов, которые они обязаны постепенно выплачивать. Часто задолженность продолжают погашать до 40 лет.

Во время обучения американцы заводят свои первые кредитные карты, до появления которых их называют призраками. Они как бы не существовали, пока чиста их кредитная история. За ней, кстати, стараются следить с особым вниманием, потому что на милость банков приходится рассчитывать добрую часть жизни, а без возможности взять кредит придется туго.

Тем не менее средний долг студента в Соединенных Штатах по кредитке составляет более 4 тысяч долларов. Но они не спешат его погашать. Кроме того, с началом работы возникает необходимость взять ипотеку на жилье и кредит на машину, а каждодневные траты (коммунальные услуги, еда и одежда) покрывают многочисленные карты. Американцы предпочитают платить по минимуму. В отличие от России, в США выплаты растягивают на максимальный срок. Так большая финансовая нагрузка превращается в разумные ежемесячные траты. Эта же логика применима, например, и к первоначальным взносам. Если мы привыкли копить крупную сумму, которую отдадим в самом начале, то американцы готовы вложить не более 20 процентов от крупного

кредита. Остаток равномерно распределяется на десятилетия. Переплаты по ним, конечно, будут выше, но в перспективе ограничений преимущество остается на стороне жизни «здесь и сейчас».

В целом отношение американцев к кредитам намного более спокойное, чем в России. Во многом это связано с определенными социальными гарантиями. Большинство уверены в завтрашнем дне. С другой стороны, кредиты стали настолько повседневной и рутинной обязанностью американцев, что переживать об этих выплатах все равно что нервничать каждый раз, когда чистишь зубы.

Однако причины для волнения все-таки есть. Любые исторические аналогии зыбки, но тем не менее. Соединенные Штаты вышли единственными победителями после Первой мировой войны. Пока разрушенная Европа восстанавливала силы, в Америке, которая не вела на своей территории боевых действий, началась эра процветания. Экономический бум продлился недолго. Перепроизводство, связанное с завышенными ожиданиями от уровня потребления, и махинации с акциями, на которых американцы надеялись заработать, обернулись жуткой катастрофой. Банки продолжали выдавать кредиты в условиях общего снижения денежной массы. США погрузились в самую затяжную в своей истории экономическую депрессию.

Сегодня более половины американцев имеют как минимум две кредитные карты. Три четверти американцев умирают с отрицательным балансом на счете. В прошлом году суммарный долг по кредитам в США превысил 13,5 триллиона долларов. «С миру по нитке» в данном случае не поможет. Чтобы возместить такую сумму, каждому американцу нужно скинуться по 40 тысяч долларов, что совершенно нереально. На данный момент американцы знают лишь один способ решить эту проблему – взять еще один кредит.

* * *

Аффлюэнца поражает преимущественно средний класс и бедные слои населения Америки. Казалось бы, богатые имеют значительно больше возможностей покупать, а потому более подвержены страшной болезни. Но именно они держат удар, наносимый обществом потребления. Они разделяют прежние ценности допотребительской эпохи, как бы парадоксально это ни звучало. В то время как среднестатистические американцы копят хлам в своих домах, миллиардеры занимаются коллекционированием. Пока малоимущие совершают покупки в интернете, сильные мира сего старомодно ходят по магазинам, предпо-

читая общение с людьми обезличенному шоппингу. Кроме того, состояние накладывает определенные обязательства на богатых американцев. В Соединенных Штатах обеспеченные люди обязаны помогать нуждающимся – это их гражданский долг. В таком случае потребление направлено на уравнивание возможностей в стране, где каждый имеет право на стремление к счастью. Правда, рассчитывать на помощь богатых в спасении среднего класса от аффлюэнцы не стоит. Обладание вещью несомненно лучше дефицита товаров. Но здравый смысл в пользовании этой вещью не идет по акции вместе с покупкой. Ответственность каждый несет самостоятельно.

Для дальнейшего изучения

The Big Short, 2015 (реж. Адам МакКей).

Brandt R.L. One Click: Jeff Bezos and the Rise of Amazon.com. London, 2012.

Cohen L. A Consumer's Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America. N.Y., 2003.

De Graaf J., Wann D., Naylor T. Affluenza: How Overconsumption Is Killing Us and How to Fight Back. Oakland, 2014.

Joy, 2015 (реж. Дэвид О. Рассел).

Lewis M. The Big Short: Inside the Doomsday Machine. N.Y., 2011.

Mangano J. Inventing Joy: Dare to Build a Brave & Creative Life. N.Y., 2018.

Stone B. The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon. Boston, 2014.

Электронный ресурс

Видеолекция 4. Шоппинг, скидки и кредиты: как формировалась культура потребления в США [Электронный ресурс]. URL: https://youtu.be/Lpl_CALLEOk

Тема 5. Америка по рецепту. Культура еды в США

Открыть Америку с помощью гастрономии – это особое удовольствие. Вы задействуете сразу все пять чувств одновременно. Запах жаркого с мясной подливкой и аромат только что испеченного яблочного пирога, яркие цвета свежих овощей и фруктов, звуки кипящего говяжьего бульона и шкворчащего на решетке стейка, упругий на ощупь хлеб и всевозможные вкусы: от сладкого кокосового торта под шапкой из сливок и терпкой печеной фасоли до освежающего мятного соуса, поданного к ягненку, и острых куриных крылышек.

Как вы сами видите, не стоит ограничивать свое представление об американской кухне исключительно фастфудом. В ином случае нам придется согласиться с Энди Уорхолом, который провокативно заметил: «Самое красивое в Токио – “Макдоналдс”. Самое красивое в Стокгольме – “Макдоналдс”. Самое красивое во Флоренции – “Макдоналдс”»¹⁰. Америка быстрого приготовления нам прекрасно знакома, но понимаем ли мы все многообразие гастрономии в Соединенных Штатах? Давайте разбираться вместе!

Рецепт

Читать предложенный далее текст вы можете как угодно. Например, начать можно с «Сервировки и подачи», а затем перейти к «Нескольким рекомендациям при походе в ресторан», опустив при этом все остальные разделы. В конечном итоге ваш выбор ингредиентов текста и их последовательность и будут той самой Америкой, которую вы сами захотели открыть. Приятного времяпрепровождения!

¹⁰ Уорхол Э. Философия Энди Уорхола (от А к Б и наоборот). М., 2016. С. 33.

Как выбрать кулинарную книгу

Выбрать правильную кулинарную книгу особенно важно. Рецепты из интернета часто грешат неточностями, а результат далеко не всегда соответствует ожиданиям. В США пособий по приготовлению еды огромное множество. Начиная от базовых книг и заканчивая сборниками рецептов региональной кухни.

Существуют и совсем необычные кулинарные книги, готовить по которым вряд ли кто-то осмелится. Например, автор одной из них предлагает рецепты блюд, которые можно приготовить прямо в вашем автомобиле. Дело в том, что двигатель машины разогревается до 100 градусов по Цельсию. Так что вы и яичницу можете пожарить, и суп сварить. Если вы заинтригованы, пожалуйста: *Maynard C., Scheller B.* *Manifold Destiny: The One! The Only! Guide to Cooking on Your Car Engine.* N.Y., 2008. Еще одно пособие содержит пошаговые инструкции по готовке здоровой и полезной пищи, которую едят супергерои из комиксов. Набирайтесь сил: *Saltsman M., Garlan J., Grodner M.* *DC Superheroes Super Healthy Cookbook.* N.Y., 1981. Если вы любите погорячее, то обратитесь к кулинарной книге для любителей насекомых: *Taylor R.L., Carter B.J., Tweed J.G.* *Entertaining with Insects, or: The Original Guide to Insect Cookery.* CA, 1999.

Однако лучше остановиться на двух базовых книгах, которые обязательно должны быть у каждого. Именно с их помощью можно научиться готовить, а затем и развивать свое мастерство. Оба руководства – фундаментальные для понимания американской гастрономической культуры.

Первая книга – «Радость приготовления пищи» Ирмы Ромбауэр. «Библия» в американской кулинарии. Это нечто вроде нашей «Книги о вкусной и здоровой пище», впервые опубликованной в 1939 г. Но без цитат И.В. Сталина. Абсолютный бестселлер, который с первого издания в 1931 г. есть на кухне у большинства американцев.

Ирма Ромбауэр первой превратила рутинную готовку в занимательное общение. Вместо бездушного перечисления ингредиентов блюда и четкого плана готовки она рассказывала о подмеченных ею самой хитростях, а также делилась с читателями историями. Она будто сама помогала на кухне каждой домохозяйке благодаря непринужденному стилю изложения простых и понятных рецептов. Приготовление пищи отныне действительно дарило только радость.

На книге выросло не одно поколение американцев. Среди них еще один автор обязательного для прочтения кулинарного руко-

водства – Джулия Чайлд. Она написала свой мажорный опус «Осваивая искусство французской кухни». На русском языке книга вышла под названием «Уроки французской кулинарии». Казалось бы, причем здесь Америка? Но разве это не типично для американцев – взять что-то из другой культуры и сделать это простым и понятным большинству? Джулия Чайлд в соавторстве с двумя своими подругами написала книгу для американских домохозяек, снабдив ее как можно более подробными рецептами французских блюд с точными пошаговыми указаниями. Все продукты можно было купить в обычном супермаркете. Зато результат был сногсшибательным! Если строго следовать книге, получались воздушные омлеты, таящая во рту говядина по-бургундски и нежнейшее безе.

Кроме того, у Джулии Чайлд было одно из первых в Америке кулинарных шоу – «Французский шеф-повар». Обязательно посмотрите, но будьте предельно осторожны! Вы непременно попадете под невероятное обаяние миссис Чайлд, и не взяться за готовку будет невозможно. *Bon Appétit!*

Где покупать продукты

В то время как большинство европейцев остаются приверженцами похода за продуктами на рынок, американцы даже из глухой сельской местности ездят за покупками в крупные сетевые супермаркеты. Магазинов шаговой доступности в США мало, и в них все дороже, поэтому, как правило, закупаются редко и с запасом. Американцы покупают продукты в больших объемах: газировку ящиками, овощи и фрукты коробками, мороженое ведрами, а молоко и сок канистрами. Не переживайте, что не сможете все это перемещать по магазину. Если вы испытываете трудности с передвижением в силу здоровья или возраста, для вас есть специальные электротележки.

Первые супермаркеты в США открылись на излете Великой депрессии, когда американцы стали экономически готовы к изменению самого характера шопинга: появилось самообслуживание и зонирование по отделам, а за ними последовал маркетинг и национальный размах магазинных сетей. После Второй мировой войны из-за нехватки продуктов питания полки стали забивать бытовой химией и прочим избыточным товаром, что позволило в конечном итоге значительно расширить ассортимент.

Сегодня там можно купить практически все: от одежды до бытовой техники (продукты где-то между этих двух полюсов). Разнообразие поражает! Если что-то для вас слишком дорого, вы

обязательно найдете его более дешевый аналог. Например, некоторые товары маркированы как органические. Министерство сельского хозяйства США выдает подобные акцизы производителям продуктов, которые не используют генную инженерию и пестициды. Соответственно, цена данных товаров возрастает минимум в два раза. Но есть и более дешевые неорганические варианты мяса, овощей и фруктов. Также найдутся продукты без сахара, лактозы и глютена.

Из алкогольных напитков в супермаркетах можно купить только вино, пиво и легкие ликеры. Крепкие напитки обычно продаются в специализированных магазинах, и в супермаркете их не найти. Как и в России, действует временное ограничение на покупку алкоголя.

Примечание: будьте готовы, что итоговая сумма в чеке вырастет примерно на 5%. Дело в том, что цены на товарах пишут без учета налога. Таким образом торговые сети снимают с себя ответственность за повышение государственной таксы.

Меры объема, длины и веса в США

Соединенные Штаты остаются одной из трех стран в мире, которые до сих пор используют так называемую традиционную систему мер. Неоднократно в Америке предпринимались попытки принять международные единицы измерения, но всякий раз они встречали сопротивление. С одной стороны, это дело привычки. Сложно поддается перестройке и изменению то, что воспринимается как данность. С другой – такого рода радикальные пертурбации несут серьезные экономические потери.

После Гражданской войны (1861–1865 гг.) США официально перешли на метрическую систему. Согласно Акту от 1866 г., во всех сделках, контрактах и других документах следовало использовать именно международную систему единиц. А воз и ныне там, на нулевой миле. Последний раз изменить систему пытался президент Рональд Рейган, но рекомендательный характер и ограниченность сфер применения закона не позволили метрифицировать Соединенные Штаты.

Американцы сохраняют преданность своим традициям. Тем не менее на упаковке обычно пишут все меры. В том числе и привычные для России «литр» и «килограмм». Но чтобы не оплошать в магазине при покупке продуктов или во время готовки не добавить лишка, нужно ориентироваться в принятой в Америке системе единиц.

Единицы измерения массы:

унция (ounce, сокр. – oz) = 28,35 г;

фунт (pound, сокр. – lb, lbs) = 16 унций

или 453,59 г (именно цена за фунт указана на продуктах в магазине).

Единицы измерения длины:

дюйм (inch, сокр. – in) = 2,54 см;

фут (foot, сокр. – ft) = 30,48 см.

Единицы измерения объема:

жидкая унция (fluid ounce, сокр. – fl oz) = 0,029 л

(жестяная банка колы – это ровно 12 жидких унций).

Вот почему в России это странный объем 0,33 л);

пинта (pint, сокр. – pt) = 0,473 л

(обычно это мера объема для пива);

кварта (quart, сокр. – qt) = 0,946 л

(к примеру, в квартах продают виски);

галлон (gallon, сокр. – gal) = 3,784 л

(галлонами покупают в США молоко или сок).

Ингредиенты

Здесь все просто. Берем лучшее, что есть в каждом американском штате. Этими продуктами поистине гордятся не только на региональном, но и на национальном уровне.

Айдахо: картофель

Айова: сладкая кукуруза

Алабама: королевский краб

Аляска: лосось

Аризона: латук и дыни

Арканзас: бройлерные цыплята и рис

Вайоминг: трюфели

Вашингтон: нерка и мидии

Вермонт: кленовый сироп

Вирджиния: ветчина

Висконсин: мягкий сыр с благородной белой плесенью brie-lieve

Гавайи: кофе, ананасы и австралийский орех макадамия

Делавэр: сладкий картофель
Джорджия: персики, орехи pekan
Западная Вирджиния: сморчки и дикий лук сорта рамп
Иллинойс: горох
Индиана: речной окунь и огурцы
Калифорния: вино, миндаль и томаты
Канзас: пшеница
Кентукки: бурбон
Колорадо: форель, арбузы
Коннектикут: яблочный сидр
Луизиана: креветки и соевые бобы
Массачусетс: чай и клюква
Миннесота: сливочное масло
Миссисипи: сом
Миссури: пиво и хмель
Мичиган: бобы
Монтана: вишня
Мэн: лобстер
Мэриленд: крабы
Небраска: чеснок и лук
Невада: ягнятина
Нью-Гэмпшир: коровье молоко
Нью-Джерси: черника
Нью-Йорк: яблоки
Нью-Мексико: острый перец чили
Огайо: папайя
Оклахома: мед
Орегон: ежевика сорта Марион
Пенсильвания: шоколад и тыква
Род-Айленд: кальмары
Северная Дакота: подсолнечник и его производные
Северная Каролина: форель и индейка
Теннесси: виски
Техас: отборная говядина
Флорида: апельсины и клубника
Южная Дакота: свинина
Южная Каролина: арахис
Юта: соль

Что приготовить

Нам кажется, что национальная кухня – это общее культурное наследие народа, хотя на самом деле своим появлением она всегда обязана вполне конкретным людям. Дело в том, что любая кухня – это прежде всего отбор определенных продуктов, общие принципы их приготовления и выработка единых стандартов. Отдельные блюда, пусть и популярные во всех областях страны, – это еще не кухня. Для появления канона без повара не обойтись. Отцом американской гастрономии является Джеймс Берд.

Начиная с 1940-х гг. улыбчивый толстяк в неизменной бабочке на протяжении полувека бережно собирал рецепты, издавал кулинарные книги, руководил рестораном, вел программы на телевидении и гастролировал по США со своей школой. Джеймс Берд создал американскую кухню, адаптировав разнородные блюда под национальный вкус. Он призывал импровизировать и проводить эксперименты, чтобы переосмыслить старые рецепты во имя «свежести и свободы». Берд емко сформулировал базовый принцип американской кухни: «Ешьте местное, сезонное, и, если вы хотите верно использовать хороший продукт, сделайте это наиболее экономным образом». После его смерти был утвержден именной фонд, который продолжает дело Берда и спонсирует талантливых молодых шефов, а также вручает ежегодную премию, которую называют «Оскаром среди поваров».

Если вы хотите попробовать на вкус настоящую Америку, то вам непременно стоит отправиться на Юг США, в который входят штаты Техас, Джорджия, Вирджиния и Западная Вирджиния, Северная и Южная Каролина, Теннесси, Кентукки, Арканзас, Луизиана, Миссисипи, Алабама, Мэриленд, Делавэр, Флорида, Оклахома. Пока другие американцы стремительно осваивали континент, строили новые города и возводили сети железных дорог через весь континент, именно домовитые жители Юга создавали национальную кулинарию.

Более консервативные во всех смыслах южные штаты сумели бережно сохранить все лучшие кулинарные традиции. Исторически именно этот регион Соединенных Штатов объединил в себе кухни разных культур, по которым со всей достоверностью можно изучать американское прошлое. Со свойственной им любознательностью южане включали в свой рацион новые продукты и исследовали способы их приготовления. Например, индейцы привнесли в национальную кухню США кукурузу, какао, перец, картофель, томаты, тыкву, кабачки и бобы, а афроамериканцы – арахис и курицу.

Мигранты из Европы также привнесли свое в гастрономию Соединенных Штатов. Например, англичане и ирландцы привили южанам любовь к овсяной каше. Выходцы из Франции и Испании сформировали креольскую кухню в Новом Орлеане, штат Луизиана. Именно здесь можно попробовать знаменитый густой суп гамбо (тушеное рагу из курицы, овощей и морепродуктов на основе коричневого соуса ру) и джамбалаю (рис, томленный с ветчиной и копченой колбаской). В Техасе на стыке англосаксонской и мексиканской культур возникла кухня, именуемая текс-мекс. Самое известное блюдо – фахита. Сперва обильно приправленные мясо и овощи жарят на гриле, а затем заворачивают в пшеничную лепешку, сдабривая все острым перцем и соусами.

Процесс смешения разных региональных, этнических и гастрономических культур не прекращается в Америке по сей день. Именно это создает совершенно уникальную кухню в США. Еда народов других стран не только вносит интересное разнообразие в рацион питания американцев, но и становится его неотъемлемой частью.

В конечном итоге есть вкусно хотят все, независимо от достатка и цвета кожи. Потому пища стирает классовые предрассудки, разрушает этнические и расовые стереотипы и предрассудки. Попробуйте приготовить какое-нибудь американское блюдо, чтобы убедиться в этом с помощью своего желудка!

Сервировка и подача

Правильно подать приготовленные блюда чрезвычайно важно. Здесь все зависит от повода.

Если завтрак делается на скорую руку, а обед, как правило, проходит в кафетериях и забегаловках, ужин – особый для американцев прием пищи. Даже приговоренные к смертной казни имеют право на последнюю трапезу по своему желанию: одни выбирают на прощание одинокую оливку с косточкой или мятное мороженое с шоколадной крошкой, другие просят сочный стейк, хвост лобстера, кусок традиционного яблочного пирога с шариком ванильного джелато в сопровождении трилогии «Властелин колец».

Американцы обожают семейные ужины, во время которых можно поделиться всем, что произошло за день, а заодно насладиться вкусной едой. Если европейцы стараются подать блюда последовательно (сперва закуски, потом первое и лишь затем основное блюдо), то американцы, равно как и русские, выставляют

на стол все одновременно. Каждый набирает себе то, что хочет. Тут вместе и легкий салат, и два вида гарнира, и обязательно что-то мясное. В общем, все мыслимое разнообразие! Маленькая Америка в каждой тарелке.

Если вы проводите вечер в одиночестве, компанию вам составит любимый сериал или ТВ-шоу. Это будет отличным дополнением к вашему блюду! В Соединенных Штатах обожают есть на весу перед телевизором. Традиция ужинать и что-то при этом смотреть или слушать связана с 32-м президентом США Франклином Рузвельтом. Начиная с 1933 г. он проводил так называемые Беседы у камина. Это были радиообращения, в которых президент объяснял политику в стране, находившейся в состоянии Великой депрессии (1929–1933 гг.), пресекал слухи и истолковывал непопулярные политические меры. Время этой «прямой линии с народом» выпадало на ужин. Затем радио сменил телевизор, а привычка «есть в компании» осталась. Тогда же в кинотеатрах начали продавать попкорн в дополнение к просмотру фильма. Еда и развлечение стали неразлучны.

Если вы с друзьями решили приготовить барбекю на заднем дворе, выберите что-то удобное для перемещения еды и себя с этой едой. Например, воспользуйтесь удобной одноразовой посудой. Она была придумана более века назад в результате борьбы за гигиену. В общественных заведениях металлическая посуда плохо промывалась. Царила антисанитария, спасением от которой стали одноразовые приборы и тарелки. Производителей пищевого пластика поддержало развитие фастфуда. Для китайской еды были придуманы картонные коробки, а для бургеров – пакеты-рукава, которые помогали не запачкаться соусом. В 1970-х гг. стали популярны красные стаканчики, из которых, как мы знаем по американским фильмам, студенты колледжей пьют пунш на вечеринках. Непрозрачная тара позволяла тинейджерам скрыть содержимое.

Примечание: выбирайте одноразовую посуду, сделанную из безопасных материалов (например, картона) или вторично переработанного сырья. Американцы берегут свое здоровье и природу!

О напитках

Если Европа делится на страны, которые любят пиво, и страны, которые предпочитают вино, то Америка органично сглаживает в себе это гастрономическое разногласие. Оба напитка прошли свой путь принятия в Соединенных Штатах по отдельности.

Пиво – неотъемлемая часть англосаксонской гастрономической культуры. Американцы привезли из Британии в Новый Свет любовь к легкому пенному напитку, который варили по собственным технологиям, определяемым особенностями природы США. Разработанные в XIX в. уникальные рецепты пива были загублены борьбой за трезвость в стране. Поэтому после отмены «сухого закона» в Америке начали производить универсальные сорта, ориентированные на средний вкус. Пиво стало повседневным напитком. При этом оно не отличалось изысканным характером и индивидуальной выразительностью.

В 1970-х гг. популярность пива вынудила американцев разнообразить ассортимент – стандартная для США вещь. Всего должно быть много, на любой вкус и кошелек. Стали возникать маленькие независимые пивоварни, поставившие себе цель возродить старые традиции американского пива. В Кентукки снова стали варить полнотельный эль, в Калифорнии солодовый паровой лагер, и это не считая медовых, тыквенных и сливочных элей, популярных во всех уголках Америки. Так что заводскому баночно-му пиву можно всегда предпочесть богатое по вкусу разливное.

При всей своей любви к пиву по общему объему потребления вина США занимают первое место в мире, обгоняя такие «винные страны», как Франция, Италия и Испания.

Вино лучше выбирать согласно 100-балльному рейтингу Роберта Паркера – крупнейшего в мире сомелье и винного критика. Его восторженное «Вау!» коронуется виноделов. Его скептическое «Хм...» рушит их судьбы и дело всей жизни. Высокой оценки Паркера удостоиваются калифорнийские вина. Стоит сказать, что это вполне заслуженно. И дело вовсе не в том, что он американец и хвалит родное. Последние 20 лет в США совершается настоящая винная революция.

Сегодня в Калифорнии можно встретить крепленые вина типа портвейна, приторно-сладкие рислинги позднего урожая, игристые вина, а также красные и белые сухие столовые вина, изготовленные из таких суперпопулярных сортов винограда, как шардоне и каберне совиньон. Несколько удачных урожаев винограда (с 1990 до 1997 г.) перевернули представление об американском вине.

В небольшом регионе к северу от Сан-Франциско – Долине Напа – вина могут быть средними, но никогда – плохими. Типично американская черта. Виноделие в Калифорнии обязано своим успехом ряду обстоятельств. На протяжении долгих лет американцы придерживались промышленной философии. Вино в США производилось как конвейерные автомобили. Созвучно

формулировалась задача – создать вино в соответствии с принятыми стандартами. Поэтому напиток получался стерильным и плоским по вкусу: лишенным индивидуального букета и аромата. Позитивный сдвиг произошел, как это ни парадоксально, в результате эпидемии тли, поразившей большую часть виноградников Калифорнии. Новая лоза дала урожай более высокого качества, что невозможно было игнорировать. Была принята менее травмирующая технология изготовления вина, что подразумевает минимальное вмешательство в естественные процессы брожения и созревания. Результатом стало увеличение количества необычайно богатых необработанных вин с природным вкусом, которые могли бы заставить поволноваться даже французские домены. Американцы изменили свое отношение к виноделию, а значит, и нам, потребителям, стоит внимательнее присмотреться к вину из Соединенных Штатов.

Совет: запаситесь льдом. Американцы предпочитают пить все без исключения напитки охлажденными. Даже годовалые младенцы потягивают из бутылочек с соской воду со льдом.

Несколько рекомендаций при походе в ресторан

В Соединенных Штатах огромное количество заведений, где можно поесть. Здесь вы найдете кухню по любой цене и на любой вкус: от аутентичных и недорогих национальных блюд в маленьких кафе до изысканной кулинарии в роскошных ресторанах, отмеченных тремя звездами Michelin. Вот несколько универсальных правил, которые помогут вам сойти за «своего» в любом американском заведении.

1. Забронируйте столик заранее. Планирование – обязательная часть американской культуры.

2. Помните, что вы можете заменить ингредиенты в блюде. Вам не смогут отказать. Как в «Макдоналдсе», где от огромного двойного бургера можно оставить лишь две булки или добавить в него все, что душе угодно, в ресторане вы также вправе попросить об изменении блюда. Вам же лучше знать, что вы хотите есть.

3. Если вас смущает посетитель за соседним столиком, не выражайте открыто свое недовольство. В США принято обратиться к менеджеру ресторана, который сам сделает замечание клиенту.

4. Если вам понравилось обслуживание в ресторане и вы хотите оставить на чай официанту, учтите, что поощрение должно составить минимум 20 процентов от общей суммы чека. Привыч-

ные для нас 10 процентов будут оскорбительными. В этом случае официант, скорее всего, позовет менеджера, который поинтересуется, что вам не понравилось.

5. Если вы не доели свой заказ (а порции в американских заведениях просто огромные!), попросите упаковать остатки ужина с собой. Вам все уберут в доги-бэг (собачьи пакеты). Вы можете оставить еду на завтра или поделиться ею со своим псом.

Критика кулинарной критики

Если глаза разбегаются от гастрономического многообразия в США и остановиться на какой-то конкретной кухне не получается, обратитесь за помощью к кулинарным критикам. В последнее время появилось слово «фуди», которым себя порой именуют некоторые гастрономические обозреватели. В более широком смысле «фуди» означает приверженность к определенной культуре еды и образу жизни, соответствующему этой культуре. Это своеобразное преклонение перед едой, что исключает, в свою очередь, перекусы на бегу, готовку из полуфабрикатов и диеты. Безусловно, часть критиков именно так и относятся к пище. Тем не менее кулинарные эксперты должны быть объективны, поскольку преимущественно занимаются журналистикой, а не вкусовщиной (хотя есть ли у них выбор, когда дело касается еды?).

Как бы ни было, американцы склонны полагаться на мнение критиков. Их задача не только и не столько посещение ресторанов, где они бесплатно наедаются до отвала, а потом пишут хвалебные отзывы о тех, кто смог их уважить. Гастроэксперты методично отбирают лучшие заведения из множества других, расширяя кулинарные горизонты. Так, к примеру, Джонатан Голд, первый кулинарный критик из Лос-Анджелеса, получивший Пулитцеровскую премию, отдавал свое предпочтение не изысканным ресторанам, а небольшим забегаловкам с уличной едой, семейным закусочным и этническим кафе, которые не могли похвастаться роскошным оформлением, но готовили вкусные блюда. Имя Джонатана Голда стало гарантом качества для тех, кто хотел попробовать настоящую Америку.

В то же время есть эксперты, которые не имеют права раскрывать свои личности, а потому сохраняют больше шансов быть объективными в своей оценке ресторана. Таков, например, французский гид «Мишлен», ежегодно присваивающий свои знаменитые звезды выдающимся поварам. В 2019 г. престижное издание отметило 172 американских заведения: 16 в Вашингтоне,

22 в Чикаго, 58 в Сан-Франциско и 76 в Нью-Йорке. Существуют и другие рейтинги. Например, американский гид Zagat и приложение Yelp. Но профессионализм и непредвзятость «Мишлен» признаны во всем мире. А все дело в высоких стандартах выбора критиков:

В «Мишлен» инспектирование ресторанов – это отнюдь не хобби людей, наделенных тонким вкусом, а серьезная, хорошо оплачиваемая и очень непростая работа. В инспекторы набирают людей, которые успели лет восемь-десять проработать в отеле и ресторане – это называется «базовым образованием». После этого они проходят двухгодичное обучение и только потом «выходят в поле». Работа «в поле» занимает у них все время, включая и выходные: за день должно быть проинспектировано два ресторана, причем непременно разного типа, поэтому за двухзвездочным ланчем может следовать обед в бистро. За одну неделю инспектор оценивает от десяти до двенадцати видов кухни. После двух недель такой работы он... пишет отчет. Чтобы их лица не примелькались, инспекторы постоянно меняют регионы, проезжая за год по двадцать тысяч миль. Каждый ресторан, у которого уже имеются звездочки, за год обязательно посещают шесть или более инспекторов¹¹.

Методом проб и ошибок вы можете выбрать критика, мнению которого вы будете доверять. В конечном счете это дело вкуса!

Послевкусие

Многие сравнивают Соединенные Штаты с салатом: разные составляющие под одним соусом. На самом деле Америка куда более сложное блюдо. В оригинальный рецепт отцов-основателей входило всего тринадцать ингредиентов. К ним последовательно добавлялись другие, постепенно преобразуя общий вкус при сохранении базового принципа. Любовь и гармония, с которыми все элементы выдержаны и поданы, создали уникальное по своим гастрономическим характеристикам блюдо: с интенсивным вкусом, но без лишней тяжести. Америка прекрасна именно своим многообразием, открытие которого является важнейшим шагом к пониманию истории и культуры США.

¹¹ Мейл П. Французские уроки: Путешествие с ножом, вилкой и штопором. СПб., 2016 [Электронный ресурс]. URL: <https://mydocx.ru/9-7037.html> (дата обращения 22.02.2021).

Для дальнейшего изучения

Child J. My Life in France. N.Y., 2012.

Child J., Bertholle L., Beck S. Mastering the Art of French Cooking. N.Y., 1964. URL: <https://archive.org/details/JuliaChildMasteringTheArtOfFrenchCooking>

Kraig B. A Rich and Fertile Land: A History of Food in America. N.Y., 2017.

Parker R.M. Parker's Wine Buyer's Guide. 6th ed. N.Y., 2002.

Rombauer I.S. The Joy of Cooking. London, 1957. URL: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.126676/page/n3>

U.S. society & values. Americans at the Table. Reflections on Food and Culture. July 2004. URL: <https://www.americancorner.org.tw/zh/ejournal-pdf/201101-americans-at-the-table.pdf>

Электронные ресурсы

Видеолекция 5. Культурный салат: что такое американская национальная кухня и как она родилась. URL: <https://youtu.be/af0gqclXPL8>

Подкаст 2. Хот-доги и кока-кола: какие мифы об американской еде стоит развенчать? URL: <https://youtu.be/VA39M-rpj6U>

Тема 6. Свой дом как воплощение американской мечты

Не вижу смысла выходить из дома.
Мы все равно каждый раз возвращаемся обратно.

*Гомер Симпсон*¹²

Всех американцев объединяет одно – желание иметь свой дом. И совершенно неважно, живут они в трейлерном городке на случай торнадо в Техасе или снимают двухэтажные апартаменты неподалеку от своей работы на Уолл-стрит. Это самая настоящая национальная идея! Неспроста экономический кризис 2008 г. начался именно с рынка недвижимости – все хотели иметь собственное жилье.

Итак, мечта сбылась! Прямо напротив – купленный вами дом. Ну, как «купленный» – кредит надо выплачивать еще порядка 30 лет. Ну, как «вами» – без услуг риелтора тут не обошлось. Тем не менее уже можно упиваться сладким чувством, что дом ваш. Самое время внимательнее осмотреть покупку!

Дом и территория вокруг него, или заметки о патриотизме

Вы в пригороде крупного мегаполиса. Отсюда легко добраться до работы, а вечером можно отдохнуть вместе с семьей в тишине и спокойствии. Дом расположен на улице, где редко проедет заплутавший автомобиль. Район построен недавно. Американцы, впрочем, как и русские, любят все новое. Жить в старых семейных имениях не в духе США. Нация первооткрывателей и осваивателей континента долго на одном месте не усидит, а потому жилище должно отвечать требованиям постоянного движения и комфорта. Новое место – новые возможности – новый дом.

¹² Сцены из классовой борьбы Спрингфилда // Симпсоны (реж. С. Диттер, 1996).

Жить по соседству с другими – это своего рода компромисс. В отличие от России, где люди держатся скученно (будь то квартира или деревня), американцы предпочитают огромные пространства. Поэтому если выпадает возможность, в США покупают участки в несколько гектаров в удалении от других людей. Тем не менее без общения и активного участия в жизни своего городка трудно представить себе американца. Даже украшение фасада своего дома на Хэллоуин и Рождество – это своего рода связь с окружающими.

Самое время освоиться на новом месте. На заднем дворе – место для барбекю и бассейн. Здесь будут проходить ленивые уикенды. Перед домом – лужайка с идеально постриженным газоном. Подъездная дорожка по обе стороны украшена кустами роз. Свободного места в аккурат хватает для того, чтобы поиграть всей семьей в мяч или другие подвижные игры. Вам может мешать только дерево. Мощный дуб удерживает на одной из своих ветвей самодельные качели, а у основания кроны укрывает дощатый дом, построенный детьми. Кстати, если вы хотите улучшить жилищные условия на дереве, в США действует около 30 компаний, которые возводят с нуля или ремонтируют такого рода постройки, кажущиеся нам лишь ребяческой забавой.

К слову, раньше американцы могли даже основной дом заказать по почте. В первой половине XX в. были популярны каталоги, в которых предлагали приобрести материалы для постройки типовых домов. Наиболее известные компании – “Sears”, “Montgomery Ward”, “Gordon-Van Tine” и “Harris Brothers”. В журнале можно было выбрать одну из 400 представленных моделей. Вам доставляли все необходимое для реализации проекта. Своими руками или при помощи местных плотников и подрядчиков за несколько недель работы вы могли возвести дом своей мечты.

Экстерьер американских домов вариативен. Чаще встречаются архитектурные стили, созданные под влиянием английских традиций: Викторианский и Георгианский стили, Тюдор или кейп-код. Так или иначе, все эти направления в оформлении фасадов и планировке самой архитектуры домов были адаптированы под реалии США. Типично американские стили – это бунгало, шингл, федеральный и фермерский дома. Они отличаются друг от друга формой крыши, расположением окон и материалами, которые используются при строительстве. Но есть одна интересная особенность, которая их объединяет, – все эти стили имеют отсылки к античности.

Кажется, где Америка, которой чуть более двухсот лет, и Древний мир, павший полтора тысячелетия назад? Дело в том,

что с конца XVIII столетия в Новом Свете была широко распространена мода на античность. В начале 1780-х гг., когда шла Война за независимость североамериканских колоний от Великобритании (1775–1783 гг.), для городов и штатов строящейся нации общественные здания с античными колоннами стали средством выражения серьезности их демократических устремлений. Несколькими годами позже нацию захватила мода на возрождение греческого и римского стилей, которые прочно укрепились в американской архитектуре. Отсюда Капитолий и монументальные обелиски в Вашингтоне. Так что даже внешний вид дома учит американцев демократическим принципам и ценности свободы. В таком случае неудивительно, что на каждом участке реет американский флаг.

Гостиная и семейные ценности

Итак, мы входим в дом! Можете не разуваться на входе. Многие американцы ходят дома в уличной обуви. Дело в том, что тротуары и дорожки тщательно и довольно часто убирают. Каждый хозяин также следит за территорией вокруг своего дома. Сточные каналы и ливневки (там, где сидел Пеннивайз из «Оно») исправно работают, а грязь с проезжей части не попадает на пешеходную зону за счет удобного расположения бордюра. Вместе с тем в США перемещаются преимущественно на автомобиле. Выход из гаража прямо в дом. Так что шансов испачкать обувь у вас не очень много. Кроме того, американцы должны быть наготове в случае, если нагрянут гости или соседи. Приличия ради их следует встречать при полном параде. Да и национальная практичность не позволяет тратить много времени на переобувание, когда возникает необходимость куда-то срочно отправиться. В крайнем случае можно вытереть ноги о приветственный коврик у входной двери.

Гостиная обставлена. В США продают дома сразу с мебелью. Например, бывшие хозяева дома могут забрать одежду да предметы гигиены, оставив при этом книги, элементы декора и технику. Планировка стандартная. Гостиная совмещена с кухней. Перегородки между комнатами визуально сужают пространство, что не отвечает американскому свободолобию и открытости. По той же причине диваны и кресла не придвинуты к стенам. Не считая семейных фотоснимков, декора – минимум. Отсюда много свободного места для игр с друзьями и детьми. Телевизор и камин – места притяжения всей семьи.

До конца XIX в. гостиной в сегодняшнем понимании не существовало. Попросту не было такой функциональной необходимости. Вместо нее в соответствии с викторианской традицией использовалась приемная, где собирались гости и проводились общественные мероприятия. Например, гроб с телом умершего выставлялся именно в этой комнате. Поэтому в наши дни прощание с усопшим также проходит в гостиной.

Сегодня гостиная – самое важное место в доме. Здесь проводят время с близкими за просмотром фильмов и устраивают семейные советы, на которых решают жизненно важные вопросы: в какой колледж поступать детям и где сегодня заказывать пиццу. Неспроста именно в гостиной каждую серию собирает семья Симпсонов из одноименного мультипликационного сериала. Вообще говоря, по телевизионным программам можно изучать дома американцев. И дело тут совсем не в том, что они отражали и продолжают отражать жизнь в США, как она есть. Скорее, сериалы и ТВ-шоу меняли сами представления о домашнем уюте и комфорте. И в соответствии с идиллической картинкой на экране американцы перестраивали свой интерьер.

Например, в культовых американских ситкомах 1950-х гг. «Приключения Оззи и Харриет» и «Отцу лучше знать» создавался скромный идеал житейского счастья, максимально приближенный к реальному положению дел. Телесемьи жили в просторных домах, что было, скорее, исключением, но зато внутренняя планировка и материальные блага (один телевизор на семью) соответствовали действительности. В них себя узнавали американцы.

В 1980-х гг. сериал «Династия» и «Шоу Косби» продемонстрировали, в каких роскошных условиях могут жить американцы в эпоху легкого кредитования. Большой диван в центре гостиной все так же притягивал всех членов семьи, но обстановка была значительно богаче среднестатистической. В начале XXI в. потребность ко всему более дорогому и шикарному, но стремительно отдаляющемуся от настоящей жизни привела к появлению шоу о безмятежных обеспеченных подростках из «Лагуна Бич» и сериалу «Отчаянные домохозяйки». Одноэтажная Америка по-прежнему смотрит в гостиной телевизор, чтобы вдохновиться красивой жизнью, которой, по своему глубокому убеждению, заслуживает.

Кухня и борьба за гендерное равенство

Кухня смежна с гостиной. Пространство зонировано с помощью «острова». Это не только дополнительная рабочая поверхность во время готовки, но и удобное место для хранения всего необходимого, а также стол, за которым завтракают или пьют дижестив после плотного ужина. Появившись пару веков назад, «остров» позволял управляться на кухне сразу несколькими поварами. Американцы сумели приспособить буржуазный атрибут под практичные домашние нужды.

Кухня способна рассказать американскую историю. Причем не history (его история), а herstory (ее история). Эмансипация женщин проявляла себя через изменение этого пространства в доме, стереотипно воспринимаемого как «женское место».

До XIX в. в США кухни варьировались в зависимости от региональных, культурных и социально-экономических факторов. В городах из-за недостатка места кухни располагались в подвалах. Некоторые семьи готовили на открытом воздухе, чтобы сохранить прохладу в доме во время летнего марева. Владельцы больших южных плантаций почти всегда размещали свои кухни в хозяйственных постройках, отделенных от главного дома – это было проявлением расовой сегрегации.

Промышленная революция изменила характер работы на кухне (изобретение плиты на угле сильно упростило процесс готовки), а заодно семейный уклад в целом. Дети обучались не на дому, а ходили в школу. Мужчины работали в офисах и на фабриках. Кухня стала уделом женщин среднего класса и домашней прислуги. В этот самый момент гостиная и кухня стали объединяться. Известная американская писательница Гарриет Бичер-Стоу, написавшая роман «Хижина дяди Тома», вместе со своей сестрой Кэтрин разработала эффективный и практичный дизайн кухни, который должен был помочь женщинам экономить семейный бюджет и собственное время на ведении домашнего хозяйства. Дамы, будучи горячими противницами рабовладения в США и поборницами женского образования, не желая того, поддерживали патриархальную систему ценностей, которую обосновывали в своих книгах: “A Treatise on Domestic Economy” (1841) и “The American Woman’s Home: Or, Principles of Domestic Science” (1869). Истинным посылом данных работ была борьба сестер за свободное время женщины. Они применили научные методы для эргономичного использования про-

странства на кухне. Современники их новаторство не сумели оценить по достоинству.

В эпоху зарождающегося движения за гендерное равенство целая плеяда американок выступила с идеей так называемой социализированной домашней работы. Мелусина Пирс, Эллен Ричардс и Шарлотта Джилман требовали создания кооперативных хозяйств (аналогично советским коммунальным квартирам с общим для всех жильцов местом для готовки), поскольку, по их мнению, только «дом без кухни» мог бы освободить женщин от экономического неравенства.

В начале XX в. прогрессивные реформаторы вроде Кристины Фредерик стали применять менеджерские принципы управления для ведения домашнего хозяйства, что включало четкое следование временному графику и перепланировку кухни для повышения эффективности работы. Более рентабельные методы домоводства избавляли женщину от многочасового каждодневного труда. На подмогу пришел шкаф “Hoosier”, объединивший рабочую поверхность и места хранения кухонной утвари и продуктов. Газовые и электрические плиты заменили печи. Модернизированные модульные конструкции с монолитными столешницами, а также встроенные шкафчики со множеством полок вместо громоздких кладовых значительно упростили жизнь американок. Для них наступило время подумать о себе! В 1960-х гг. на фоне сексуальной революции кухня перестала быть пространством, ограничивающим сферу интересов женщины. Дальнейшее развитие общества потребления (от изобретения микроволновой печи до полуфабрикатов и доставки еды) все больше отдаляло американок от плиты. Готовка теперь доступна всем, даже детям. Кухня стала лишь функцией.

Спальня как личное пространство

По количеству спален в США определяется число комнат в доме. Гостиная, столовая и помещение для игр и отдыха не в счет.

У каждого члена семьи должно быть свое отдельное место для сна. Гостиная – только для приема. Размещать там кого-то на ночь не принято. Спальня – это история американского индивидуализма и приверженности личной свободе. Частная жизнь, которая включает не только сферу интересов и убеждений, но также и секс, охраняется границами собственной комнаты даже под одной крышей со своей семьей.

Впрочем, так было не всегда. Первые переселенцы в Новый Свет не выделяли специальной комнаты для сна в своих домах.

Внутреннее пространство поддерживало патриархальное устройство общества: глава дома спал в гостиной, в то время как другие члены семьи, включая гостей, слуг и рабов, спали в неотапливаемом общем холле. Лишь к середине XVIII в. спальня стала отделяться коридором или лестницей, что позволяло создавать частное пространство, где можно было умыться и переодеться. В этот же период спальня становится местом, где на время размещают больных для ухода за ними и женщин для приема родов.

Первыми индивидуализировать пространство в доме стали квакеры – протестанты, прибывшие в Америку для миссионерской деятельности. Именно квакеры, убежденные в необходимости послушания «внутреннему божьему свету», стали разделять мужские и женские спальни во избежание искушений.

В XIX в. в американских домах среднего класса было уже несколько спальных комнат. Главная из них – супружеская – располагалась на первом этаже. Несколько других спален для детей были на втором этаже. Обстановка комнат была преимущественно женской, поскольку именно хозяйка занималась оформлением интерьера. Украшение детских спален не делилось по гендерному признаку. Во всех комнатах были однотипные умывальники и шкафы для хранения одежды. Появление отопительной системы в домах повлияло на внутренний декор. В целях пожарной безопасности ушли в прошлое драпировки и многослойные шторы.

Мода XX в. на одноэтажные бунгало и ранчо, а также их городские аналоги, вроде многоквартирных зданий, предполагала наличие изолированной спальни, отделенной от других комнат. Например, планы некоторых бунгало включали даже специально оборудованные спальные веранды: пространство на свежем воздухе ограждалось экранами, защищавшими от насекомых и света. Одновременно массовое производство матрасов и кроватей снизило стоимость мебелировки спальни. В то же время руководства по воспитанию детей и пособия о психологии семейной жизни все чаще утверждали, что характер человека формируется и развивается должным образом только в условиях свободы и уединения, доступных исключительно в собственной спальне. Вместе с тем эволюционируют и представления о гендере. Делить комнату, но не кровать могут дети только одного пола и только в том случае, если семья не может позволить себе спальню для каждого ребенка. Таким образом, стандартизация XX в. не сделала всех одинаковыми, как пугала фантастическая и антиутопическая литература. Наоборот, она позволила реализовать скрытый в каждом индивидуализм.

Журналист Владимир Познер верно замечает, что в русском языке отсутствует аналог английского слова “privacy”. А если нет такого слова, значит, и нет такого понятия. Мы используем различные средства для того, чтобы найти эквивалент privacy: это и уединение, и секретность, и частная жизнь. Но ни одно из них не отражает в значительной степени тот комплекс смыслов, которые вкладывают в это понятие американцы. Чаще в России используют разного рода запреты, чтобы вынудить других уважать чужие границы: «Проход строго запрещен», «Частная территория. Проезда нет», «Вход посторонним категорически воспрещен». Однако самосознание, ответственность и гражданское общество вырабатываются не охранительными мерами, а уважением другого и принятием его индивидуальности.

Ванная комната, или Как стать американцем

Еще один критерий, по которому определяют общее число комнат в доме, – это количество ванных. У каждого должно быть свое приватное пространство. Общую ванную разделяют только муж и жена. Специально для этого в ней устанавливают две раковины, благодаря чему они могут параллельно умываться утром и ночью перед сном. Для всех остальных членов семьи и гостей полагаются отдельные ванные комнаты. В Соединенных Штатах есть даже такое понятие, как половина ванной: то есть там установлены раковина и унитаз, но отсутствует душ. К слову, душ и ванна в США не одно и то же. В отличие от России, американцам невдомек, как можно принимать душ не в специальной кабине, а в ванной за шторкой. Стоит отметить, что и никакой стиральной машинки вы не увидите в американской ванной. Большинство стирает в прачечной, поскольку это экономит воду, электричество, а заодно деньги и время.

Соединенные Штаты в глазах большинства иностранцев остаются самой чистоплотной страной в мире. И это правда! В среднем американцы моются дважды в день. Кроме того, согласно переписи населения, у 99,5% полностью сантехнически оборудованные ванные. Это самый высокий показатель в мире!

Не так давно президент Трамп заявил: «На данный момент у нас самая чистая страна на планете! Нет никого чище нас, и будет только лучше и лучше!»¹³. Этот полный эмоций и патриотизма

¹³ Gauja A., Gittins R., O'Connor B., Smith D., Tiffen R. How America Compares. Singapore, 2020. P. IX.

пассаж весьма показателен, поскольку мыться – это значит быть настоящим американцем.

Дело вот в чем. Борьба за гигиену в Америке связана с двумя событиями, которые напрямую сформировали национальное самосознание.

Первое из них – Гражданская война в США 1861–1865 гг. Авраам Линкольн сравнил Соединенные Штаты с домом, разделенным надвое, который не сможет устоять. Внутренняя распря рабовладельческого Юга и свободного Севера по-настоящему выковала американскую нацию, укрепив несущие конструкции общего здания. И научила гигиене! До середины XIX в. большинство американских семей использовало в качестве туалета постройки во дворе или ночные горшки. О ваннных комнатах в доме и речи не шло. Самые резкие выражения были уготованы для тех, кто в то время устанавливал в доме новомодные туалеты.

Когда разразилась Гражданская война, антисанитария распространилась со страшной силой. Американки не стали отсиживать дома, пока их отцы, мужья, братья и дети воевали. Вместо этого они сформировали группы по оказанию медицинской помощи раненым солдатам. Заодно американки прививали общие знания о принципах гигиены. Они были исполнены решимости бороться с болезнями и снижать уровень смертности. В результате была создана специальная санитарная комиссия, которая выработала общие стандарты гигиены, принятые затем и для организации туалетов и ваннных комнат в каждом американском доме. К концу войны чистота стала рассматриваться исключительно как прогрессивная патриотическая мера.

Второе событие, изменившее отношение к помывке, – это реакция Соединенных Штатов на волну иммиграции в конце XIX в. Запах, не похожий на собственный, – типичное и, пожалуй, самое яркое отличие человека другой культуры, связанное с иным образом жизни и особенностями питания. Мыло же объединяло людей, поскольку позволяло очистить социальное положение (не только богатые могли теперь позволить себе ванную в доме) и, таким образом, американизировать прибывающих в Новый Свет европейцев. Нищие выходцы из Италии, Ирландии, Греции и Польши селились в многоквартирных домах, условия в которых были не многим лучше, чем на их родине. Но они следовали американскому пути, чтобы совершенствовать свою жизнь и, таким образом, вписаться в новое общество. Чистота стала величайшей добродетелью Соединенных Штатов, а здоровье – национальным богатством.

Чердак и подвал как хранилище и убежище

Самая высокая и самая низкая точка дома. Пример американского универсализма, который реализован в пространстве. Чердаки и подвалы свободно меняли свое назначение в зависимости от потребностей хозяев дома.

О многофункциональности чердака говорит и разнообразие слов, которое используется в английском языке для его обозначения: *attic* (фронтон), *loft* (верхний этаж), *garret* (мансарда). Чердак был не только частью архитектурной композиции дома, но и местом хранения несезонной одежды и предметов домашнего обихода. До XIX в. включительно чердаки в летнее и осеннее время обеспечивали оптимальные условия для хранения продуктов и сушки трав. А еще там развешивали белье и вели хозяйственные работы (например, устанавливали ткацкий станок, на котором работали женщины).

Кроме того, чердак – это место, где хранится все ставшее ненужным. При этом он связывает настоящее с прошлым, будучи частью семейной истории. Именно на чердаке в американских фильмах часто находят семейные фотографии, старые письма и даже исторические реликвии. Так, американцы обнаружили на своих чердаках аудиозапись ранее неизвестного интервью Мартина Лютера Кинга, скрипку Страдивари и фигурку, сделанную Фаберже для Николая II.

Появление помещения ниже уровня земли в американских домах связано с особенностями архитектурных стилей, предполагающих невысокий фундамент постройки. В Америке понятия «подвал» и «погреб» взаимозаменяемые, что лишний раз доказывает универсальность подвалов, которые использовали как склад, прачечную и подсобное помещение под разные нужды.

В американской культуре ужасов чердаки и подвалы были самыми страшными местами, населенными призраками бывших хозяев дома и всякой нечистью. В действительности же эти помещения всегда были связаны с безопасностью семьи. Например, с появлением технической возможности поддерживать на чердаке одинаковую температуру круглый год помещение стали использовать под детскую спальню или игровую комнату. Самое уединенное помещение в доме гарантировало спокойствие и безопасность. С введением системы отопления и установкой створчатых окон в 1920-х гг. подвалы стали использовать как комнаты отдыха, где можно было провести время в тишине и спокойствии.

Подвалы охраняли не только от назойливых домочадцев. В штатах, где часто бушуют торнадо, подвалы до сих пор служат для американцев надежным укрытием. Кроме того, в разгар напряженности с СССР подвалы стали частью государственной политики безопасности Соединенных Штатов.

15 сентября 1961 г. президент США Джон Кеннеди обратился к согражданам с открытым письмом на страницах журнала “Life”. Кеннеди рекомендовал всем американским семьям строить в своих домах бомбоубежища для защиты от радиоактивных осадков в случае ядерной атаки Советского Союза по Соединенным Штатам.

В условиях холодной войны, которая в любой момент могла обернуться гуманитарной катастрофой мирового масштаба, Министерство обороны США стало выпускать буклеты с подробными инструкциями по строительству укрытий в подвалах домов как самом безопасном месте. Помимо того, что по всей стране были построены бункеры, рассчитанные на несколько сотен человек, правительство призывало при возможности оборудовать убежище у себя в доме. Буклеты содержали пошаговые планы по переоборудованию подвалов в укрытия для всей семьи и советы регулярно снабжать их водой, продовольствием и медицинскими средствами. Тем не менее очень немногие построили в своих домах бомбоубежища.

Государственное спонсирование программы по информированию американцев о ядерной атаке и обеспечению каждой семьи атомным убежищем было прекращено в конце 1970-х гг. В Нью-Йорке таблички на общественных зданиях с указанием укрытий стали убирать лишь в 2017 г. Напоминание о холодной войне уходит в прошлое.

Сегодня ютьюберы записывают ролики, в которых рассказывают, как построить в подвале укрытия, но уже на случай зомби-апокалипсиса, и обследуют бомбоубежища в заброшенных домах, где могли бы укрыться люди во время ядерной атаки полвека назад. Все чаще атомная война сопряжена с развлечением, хотя угроза все так же актуальна, о чем нам не стоит забывать.

Дом и разрушение американской мечты

Без сомнения, большинство американцев остаются приверженцами идеи о том, что для полного счастья в их жизни нужно иметь свой дом. Тем не менее поколение миллениалов, то есть тех, кто родился между 1981 и 1996 гг., все чаще сомневается в этой необходимости.

Миллениалы сейчас в том возрасте, когда их родители брали ипотечный кредит для приобретения недвижимости. Но кризис 2008 г., а также поколенческая смена приоритетов в значительной мере обесценили американскую мечту. Молодые люди больше не нуждаются в универсальной конвейерной идее о просторном и комфортабельном доме для всей семьи.

Кроме того, вместе с мировоззренческими подвижками изменилось и отношение юных американцев к ограничениям. Каждый домовладелец подписывает условия пользования землей, которые включают регулируемые местной властью нормы и законы. Нет, нарушать их никто не хочет. Просто не все готовы строго следовать им. А потому миллениалы все чаще выбирают свободу.

Требования, предъявляемые владельцам домов, действительно жесткие. И они разительно отличаются от тех, что приняты в России. По правде говоря, мы их и не знаем толком, полагая, что это освобождает нас от любой ответственности. В США правило «что хочу, то и делаю у себя дома» не работает.

Например, особое внимание уделяется чистоте и порядку, поскольку данные вопросы касаются не только вас, но и влияют на жизнь ваших соседей. Уборкой мусора занимаются местные власти, которые прописывают специальные правила. Все отходы тщательно сортируются. Действует ограничение на утилизацию определенных категорий мусора. Баки с мусором опустошают в конкретное время в оговоренный день недели. Регулируется также уборка придомовой территории, за что несет ответственность владелец. То есть постригать газон, чистить тротуар от наледи и снега зимой и убирать осенью опавшие листья – ваша обязанность, за несоблюдение которой муниципалитет вас накажет.

Если вы решите, как Мишель Обама, завести небольшой огородик у себя на заднем дворе, чтобы вырастить органические овощи и зелень, будьте готовы враждовать с местным муниципалитетом. Дело в том, что в большинстве штатов запрещено содержать хозяйство на участке возле дома. Это касается и домашнего скота. Во Флориде, к примеру, запрет сняли только в мае 2019 г. после нескольких судебных тяжб. Семейная пара вынуждена была выкорчевать свой огород, иначе им грозил ежедневный штраф в размере 50 долларов. В других штатах за аналогичное преступление до сих пор предусмотрено тюремное заключение. Последний раз эта мера была применена в Мичигане в 2011 г.

Кроме того, важно не только не беспокоить соседей (никто не придет к вам с жалобой на громкую музыку, но полицию вызо-

вут моментально), но быть как все в вашем окружении. Это своего рода гражданский долг американца. Как бы это ни парадоксально звучало в отношении страны, которая возвела индивидуализм в национальную идею. Никто не ограждает свои участки двухметровым забором, как в России, дома выкрашены в один цвет для сохранения общего единства района, а украшение дома на праздники – непреложное правило для всех. В США, только следуя этим общим положениям, можно полноценно вписаться в американское общество.

А еще не стоит забывать о местных запретах! В некоторых штатах действуют весьма странные законы. Например, во Флориде нельзя принимать душ в обнаженном виде (а как еще?), в Вирджинии детям не разрешается выпрашивать сладости у соседей на Хэллоуин, а в Аризоне ослам запрещено спать в ванной комнате. Конечно, никто не будет следить за соблюдением этих устаревших норм и правил. Но оставаться законопослушным гражданином – долг любого американца.

* * *

Дом – это отражение своего хозяина. Не всегда точное, надо сказать. Вспомните, сколько личных трагедий скрывал идеальный семейный особняк Скарлетт О’Хара в романе «Унесенные ветром» Маргарет Митчелл. А сколько ужаса вселял в маленьких героев романа Харпер Ли «Убить пересмешника» дом затворника «Страшилы» Рэдли, который в итоге спас детей от смерти! Внешнее соответствие принятому идеалу и воплощение американской мечты в жизнь не обязательно приносят счастье. Но сама возможность – одно из главных достижений Соединенных Штатов.

Для дальнейшего изучения

- Морозова И.В. «Южный миф» в произведениях писательниц Старого Юга. СПб., 2004.
- Clark C.E., Jr. The American Family Home, 1800–1960. Chapel Hill, 1986.
- Fallout protection for homes with basements, 1966. URL: <https://dahp.wa.gov/sites/default/files/Fallout%20Protection%20Homes%20with%20Basements.pdf>
- Hoy S. Chasing Dirt: The American Pursuit of Cleanliness. N.Y., 1996.
- Ierley M. Open House: A Guided Tour of the American Home, 1637–Present. N.Y., 1999.

Matthews G. “Just a Housewife”: The Rise and Fall of Domesticity in America. N.Y., 1989.

Plante E.M. The American Kitchen, 1700 to the Present: From Hearth to Highrise. N.Y., 1995.

Rybczynski W. Home: A Short History of an Idea. N.Y., 1986.

Schafer G., Williams B. The Great American House: Tradition for the Way We Live Now. N.Y., 2012.

Wright G. Building the Dream: A Social History of Housing in America. Cambridge, MA, 1983.

Электронный ресурс

Видеолекция 6. Право на личную жизнь и секреты на чердаке: как устроен идеальный американский дом. URL: <https://youtu.be/bDVwAAAdvYVU>

Тема 7. Несколько вопросов про рекламу в США

Реклама – это навигатор американцев в изобилующем обществе потребления Соединенных Штатов. Реклама создала в США уникальную массовую культуру, которая помогает людям ориентироваться в многообразии товаров. Вместе с тем это не просто способ продавать и развлекать. Это средство общения. Реклама всегда задает вопросы: «Кто идет за “Клинским”?», «Вы все еще кипятите?» и «Сколько вешать в граммах?» Настало время задать встречные вопросы рекламе и получить на них ответы*.

Что связывает рекламу и мыло?

Мыло стало широко доступным в конце XIX в. В то самое время, когда в США только зарождалась современная реклама. Поскольку мало что отличало одно мыло от другого, они росли и развивались вместе. Все приманки, которые позже использовались для самых различных продуктов (отзывы знаменитостей, призы при покупке, слоганы и музыкальные джинглы), впервые появились именно в рекламе мыла.

Первый большой успех ждал американскую марку “Ivory”. Они выпустили культовую рекламу «Оно плавает!» (мыло действительно не тонуло в воде) и «Чистое на 99,44 из 100%» (оно было лучше и мягче, чем его конкурент – кастильское мыло).

К 1920-м гг. в США мужчины и женщины начали работать вместе в офисах: чистота и опрятность стали способами влиять на других людей, а также найти себе пару. В это же время на американском радио начинают выходить многосерийные любовные драмы, которые стали называть «мыльными операми». Рекламы мыла там было больше, чем сюжетных поворотов в самих сериалах. Отсюда и название. Позже «мыльные оперы» захватили телевидение, а вместе с ними проскользнуло на экраны каждого телевизора страны и мыло.

* Автор статьи высказывает свое независимое мнение и не сотрудничает с упомянутыми в тексте рекламодателями в их интересах (а жаль).

К тому моменту оно было настолько популярным благодаря рекламе, что стало напрямую ассоциироваться с Соединенными Штатами. В 1948 г. в фильме «Зарубежный роман» Марлен Дитрих сухо попрощалась со своим американским любовником, сказав: «Итак, ты улетаешь домой. Мыть руки. Ну, конечно. У вас так много мыла в Соединенных Штатах»¹⁴.

Выгодна ли реклама?

На рекламу в США в 2018 г. суммарно потрачено порядка 200 млрд долларов. Это больше, чем в любой другой стране. Американские компании понимают, что эти траты стоят той прибыли, которую в итоге принесет им реклама. На ней, к примеру, Facebook делает 90% своей выручки (это 36 млрд долларов).

Компания “Chanel” для легендарных духов № 5 выпустила самую дорогую в мире рекламу. Четырехминутный фильм с участием Николь Кидман, снятый австралийским режиссером Базом Лурманом, стоил 33 млн долларов. Именно в такую сумму обошлись гонорары режиссера и новоиспеченной оскароносной актрисы, а также права на музыку и использование костюмов, созданных Карлом Лагерфельдом. Рекламу крутили на американском телевидении и в кинотеатрах перед каждым сеансом.

Использование самих каналов распространения рекламы также требует немалых денег. Секунда самой дорогой рекламы на ТВ стоила 90 тысяч долларов. Компания “Pepsi” заплатила 8,1 млн долларов за полутораминутный ролик с участием Бритни Спирс, который был показан на Супербоуле 2002 г. – финале Национальной футбольной лиги США. Для сравнения: в 1960-х гг. компания заплатила бы за весь ролик столько же, сколько в 2002 г. отдала за одну секунду времени.

Знаете ли вы “Pepsi” и “Chanel”? А покупали когда-нибудь или хотели бы купить их продукцию? Вот и решайте теперь, выгодна ли реклама.

Как работает реклама?

Конечная цель рекламы – это, безусловно, потребление. Не имеет никакого значения, чего именно: товара, услуги или идеи. Но достигается эта цель разными способами. Именно расширяя свои возможности воздействия на потребителя, реклама продолжает оказывать значительное влияние на людей.

¹⁴ Зарубежный роман (реж. Б. Уайлдер, 1948).

Некоторые американские компании (обычно это совсем молодые стартапы) делают акцент на узнавание бренда. Такая реклама не вынуждает вас напрямую покупать, но знакомит с продукцией. Когда же возникает необходимость сделать выбор, вы отдадите свое предпочтение тому, что видели или о чем уже слышали ранее. Получается, что узнавание бренда во многом связано с его экономическими успехами. Так что в рейтинге самых известных компаний будут те же, что являются и самыми дорогими в мире: “Apple”, “Google”, “Amazon”, “Coca-Cola” и др.

Другой тип рекламы, который также не призывает совершать покупки, – это поддержание определенного имиджа. К примеру, некоторые люксовые бренды одежды не сотрудничают с блогерами. Казалось бы, крепкая многомиллионная аудитория подписчиков может позитивно отреагировать на рекламу любимого блогера и стать потребителем товара. Но такого рода расширение может сказаться на тех, кто уже давно покупает продукцию этой марки. Интернет с его доступностью в каком-то смысле обесценивает значение брендов. Популярность быстро уходит, а компания может от этого только потерять. Успех непродолжителен, а репутация нарабатывается годами.

Как реклама отражает время?

Многие вспомнят деревни Вилларибо и Виллабаджо, которые пытаются отмыть посуду, и Лёню Голубкова – не халявщика, а партнера «МММ». Реклама не просто отражает эпоху и становится частью общей памяти общества о ней, но и формирует ценностные представления людей.

В 1960-х и 1970-х гг. в США “Coca-Cola” рекламировалась как семейный напиток, который подавался во время ужина. Сегодня в центре внимания компании подростки, утоляющие жажду после занятий спортом. Изменились социальные нормы и семейные ценности, а вслед за ними сместился и фокус рекламы.

Однако рекламе еще предстояло раскрыть свой потенциал в умении следовать за новыми потребителями и создавать для них предложение, опережающее время. Например, исполнительный продюсер американского канала CBS в 1970-е гг. установил негласное правило, по которому на телевидении не должно быть четырех категорий людей: еврея, разведенного, жителя Нью-Йорка и человека с усами. Для полного комплекта Вуди Аллену не хватало растительности на лице. Глупые самоограничения причиняли финансовый ущерб и значительно сужали потребительскую аудиторию.

Выдающийся рекламщик Дэвид Огилви изменил правила игры в маркетинге. Он показал, что покупать хотят и могут все. Надо думать о людях и давать им то, что они хотят. Это и есть проявление истинной демократии:

Потребитель не идиот; потребитель – это ваша жена. Вы унижаете ее умственные способности, считая, что простой рекламный слоган, содержащий несколько банальных эпитетов, убедит ее что-нибудь купить. Ей нужна полная информация о товаре¹⁵.

С тех пор как американская реклама усвоила это правило, она уравнила шансы каждого человека в США на потребление, независимо от их возраста, пола, цвета кожи, вероисповедания, политических взглядов и пр.

Как реклама становится провокацией?

В 1890-х гг. Американская табачная компания разместила на сигаретных пачках изображения полуголых женщин. Принципы привлечения потребителей мало изменились. Сегодня все американские компании стремятся создать рекламу, которая привлечет внимание людей. Некоторые делают из этого самоцель. Совершенно неважно, как будет воспринята реклама, главное, чтобы она была воспринята как можно большим числом людей. Иногда такая задача не ставится, но необдуманность в маркетинговой стратегии приводит порой к ужасным последствиям, когда страдают и потребители, и имидж самой компании.

Экстремальные способы стали основой всей рекламы сайта казино “Golden Palace”. В 2005 г. они выкупили место на лбу у Каролин Смит из Юты. Женщина за 15 тысяч долларов согласилась набить себе татуировку с адресом сайта. Деньги нужны были ей, чтобы отправить сына учиться в частную школу. Сейчас она носит густую челку, прикрывающую тату. После этого случая, который широко освещался медиа, компания решила продолжить шокировать публику. В том же году за ту же сумму Терри Илаган сменила свое имя на домен сайта. С этого времени все чаще компании стали прибегать к подобным рекламным ходам. Например, недавно 18-летний житель Троицка сменил имя на Пельмень, чтобы получить в подарок... 200 килограммов пельменей.

¹⁵ *McLaughlin T. Street Smarts and Critical Theory: Listening to the Vernacular. Madison, 1996. P. 111.*

Но это хотя бы решение самого человека. Совсем другое дело, когда люди вовлечены в рекламу, не подозревая об этом. Речь идет о розыгрышах, которые снимаются на скрытую камеру. В преддверии выхода фильма ужасов «Последнее изгнание дьявола: Второе пришествие» маркетологи провели пранк в салоне красоты. Клиенты сперва видели в зеркале привидение девушки (это был специальный экран), а затем в зале появлялась сама убиенная. В устрашающей позе «кораблика» она двигалась на посетителей, от ужаса не находивших себе места. Кошмар случился наяву – простые американцы стали частью рекламы.

Кто такой амбассадор?

Это посол бренда. Обычно звезда, которая представляет ту или иную продукцию. Вещи, которые ассоциируются с любимцами публики, пользуются большим спросом у покупателей.

Так, большинство американских селебрити ездят на автомобилях и появляются на светских мероприятиях в нарядах, предоставленных им бесплатно компаниями, амбассадорами которых они являются. Подобные рекламные обязательства накладывают ряд ограничений на своих представителей: это и участие в мероприятиях компании (от роликов на ТВ до раутов), и запрет на использование аналогичной продукции конкурентов, и поддержка собственного имиджа, который сказывается на восприятии компании.

В теннисе, к примеру, огромное число спонсоров финансирует не только турниры, но и отдельных спортсменов. Фирма ракеток, которыми пользуются игроки, бренд одежды и даже часы, в которых выступают на корте, – все это реклама. До дисквалификации за допинг теннисистка Мария Шарапова в среднем на рекламных контрактах зарабатывала 25 млн долларов в год, что позволяло ей возглавлять список самых высокооплачиваемых спортсменок мира.

Порой бренд пополняет ряды своих представителей без своего на то желания. Фанаты различных продуктов сами рекламируют компании просто из своей привязанности к ним. Например, Дэниэл Моррис с детства собирал бутылки “Coca-Cola”. Его внушительная коллекция привлекла внимание людей в интернете и самой корпорации. Любитель сети кофеен “Costa Coffee” Карен Ллойд был похоронен в гробу, оформленном в стиле компании. За такое точно не заплатят.

Как реклама связана с политикой?

Реклама кандидатов на главный пост в США является важной частью предвыборной гонки. Например, действовавший президент Соединенных Штатов Дональд Трамп активно использовал социальные сети для продвижения своей политической программы, так же как до него это делал Барак Обама. При этом одним из главных факторов, который помог Дональду Трампу обойти Хиллари Клинтон, стала популярность мемов с лозунгом «Сделаем Америку вновь великой» (“Make America Great Again”). Распространение картинок пользователями соцсетей невозможно контролировать, но их влияние во многом определило исход голосования. При этом такого рода реклама в интернете с трудом спонсируется. Либо содержание вирусное и люди оценят его, либо нет. Таким образом, использование социальных медиа позволяет провести не только более экономную, но и более успешную предвыборную кампанию.

Другой формой рекламы, связанной с политикой, является лобби. В США оно разрешено и регулируется различными законами. Политик может представлять интересы определенной группы лиц (коммерческой компании или общественной организации), но должен открыто уведомить об этом власти, чтобы не допустить конфликта интересов. Крупные корпорации оказывают влияние на принятие многих решений, хотя и оказываются бессильными в ряде случаев. Например, лобби не помогло табачным компаниям спасти рекламу сигарет на ТВ. Ответственность перед обществом пока выигрывает у желания разбогатеть.

Чем реклама обязана науке?

Именно Соединенные Штаты первыми в мире признали маркетинг наукой и стали преподавать его в университетах. Неудивительно, что американцы добились таких грандиозных результатов в рекламе.

Один из пионеров рекламного бизнеса в США, Клод Хопкинс, разработал научные методы тестирования рекламы, которые не только изложил в своей книге «Научная реклама» 1923 г., но и применял на практике, доказывая эффективность такого подхода.

На протяжении века компании из Соединенных Штатов обращались и продолжают обращаться за помощью к психологам и бихевиористам (тем, кто исследует поведенческие особенности человека) для создания рекламы, основанной на научных исследова-

дованиях. Именно они выяснили, что, подержав в руках товар, мы полагаем, будто он уже принадлежит нам (эффект владения), что мы берем скидочные товары, а на кассе внимательно осматриваем стенд со жвачкой и прочей ерундой, удовлетворяя свое импульсивное желание покупать (неприятие потери), и прочее.

По заголовкам новостей в американских изданиях можно узнать, сколько всего интересного дает наука маркетологам в США. Так, за последние пару лет ученые выяснили, чем эффективна реклама табака; что сексуальные модели не дают сфокусироваться на товаре; что мужчины внимательнее и более эмоционально смотрят рекламу; что реклама алкогольных напитков не побуждает пить больше взрослых, но способствует подростковому алкоголизму. Правда, иногда исследования не были честными. Например, в 2015 г. журналисты “The New York Times” выяснили, что “Coca-Cola” платила ученым, которые доказывали безвредность их продукции. Компания признала ошибку и для сохранения имиджа после инцидента гарантировала прозрачность всех взаимодействий и партнерств с учеными. Тем не менее в 2019 г. французская газета “Le Monde” изучила опубликованные “Coca-Cola” данные о финансовых вложениях в научные исследования и заключила, что практика подкупа продолжилась. Наука, призванная быть независимой и объективной, иногда изменяет своим идеалам.

Как распознать нативную рекламу?

Нативная – значит естественная, по которой и не поймешь, реклама это или нет. Тем не менее в Соединенных Штатах подобного рода реклама всегда специально отмечается спонсором публикации. Поэтому под нативностью рекламодатели в США понимают не возможность «что-то втюхать» потенциальному потребителю, вызвав тем самым раздражение, а, исходя из интересов потребителя, предложить ему новый товар. Легче разобрать на неудачном примере.

Американская саентологическая церковь спонсировала материал в журнале “The Atlantic”. На сайте издания вышла статья, в которой рассказывалось об успехах этой религиозной организации за все недолгое время ее существования. Это вызвало шквал негодования со стороны постоянных читателей, которые привыкли к высокому уровню журналистики и совсем не ожидали наткнуться на очевидную пропаганду саентологов. Реклама не только не сработала, но и подмочила репутацию “The Atlantic”. Нативная

реклама должна отвечать в первую очередь потребностям своей аудитории и только во вторую – убеждать ее в чем бы то ни было.

В России существует такой термин, как «джинса». Он возник в 1990-е гг., когда журналисты получали прибыль от публикаций в интересах тех или иных бизнес-элит. Статьи и сюжеты по телевидению либо поддерживали позитивный имидж компаний, которые за это платили, либо были направлены против их конкурентов. К сожалению, эта модель сохраняется и по сей день. И именно так воспринимается нативная реклама в России. Она построена на обмане потребителя и дискредитации отечественной журналистики.

Схема «подсунуть» применима и в интернете. Неоднократно блогеры по своей невнимательности публиковали рекламные посты, полностью скопировав текст, присланный заказчиком. В сообщении оставались предложения из внутренней переписки с маркетологами. Реклама изобличала коммерческие интересы тех, кто пытался «нативно» убедить своих подписчиков в необходимости приобретать товары или услуги. Зарабатывать не грех, грех – обманывать.

Как законы регулируют рекламный рынок в США?

В соответствии с Первой поправкой к Конституции США Конгресс не имеет права ограничивать свободу слова и печати. Реклама, бесспорно, является неотъемлемой частью средств массовой информации. Тем не менее в Соединенных Штатах существуют законы, которые регулируют сферу маркетинга, поскольку по общему согласию судебной и исполнительной власти реклама должна быть ограничена больше, чем другие формы свободы слова и печати.

Существует даже специальный тест «Централ Хадсон». Он помогает определить, не противоречат ли в конкретном случае ограничения рекламы Первой поправке. В 1973 г. в США случился энергетический кризис. Правительства ряда штатов запретили рекламу в целях экономии. В Орегоне, например, губернатор не разрешил использовать неоновые вывески и подсветку билбордов. Компании обратились в Верховный суд, который выработал правила, определяющие, законна ли такого рода охранительная политика со стороны государства. Тест включает четыре положения. При принятии решений об ограничении рекламы следует ответить на следующие вопросы:

1) относится ли реклама к правомерной деятельности (например, не реклама ли это наркотиков), и не вводит ли она в заблуждение;

2) является ли заявленный интерес государства существенным;

3) обеспечивает ли ограничение прямое продвижение заявленных государством интересов;

4) не является ли ограничение более обширным, чем это необходимо для удовлетворения интересов государства¹⁶.

Компании выиграли суд у правительства. Тем не менее в последующих разбирательствах тест «Централ Хадсон» дал неоднозначные результаты, защищая рекламу в одних случаях и поддерживая ограничения со стороны государства в других.

При этом многие американские компании, не желая принятия жестких законов, контролирующей рекламу, соблюдают негласные правила. Таким образом они избегают охранительных мер со стороны государства, беря на себя ответственность.

Правдива ли реклама?

До какой-то степени. Например, в США нельзя продавать сок из концентрата под видом свежевыжатого или называть печенье низкокалорийным, когда оно таковым не является. Откровенной лжи в рекламе нет (это запрещено законом), но замалчивание какой-то части правды ничем не лучше. И если с риторическими уловками мы еще как-то научились справляться (например, мы не верим, что звезды пользуются тем, что рекламируют), то визуальные махинации продолжают манить нас.

Желанную картинку, к примеру, создают фуд-стилисты, которые появились в Америке в 1980-х гг. Они готовят еду специально для съемки в рекламе. Недостаточно налить охлажденное пиво в стакан: пена быстро осядет, конденсат начнет стекать. Для практичности фуд-стилисты на основе моющих средств создают похожий на пиво напиток, который способен выдержать изнурительную многочасовую фотосессию. Именно поэтому купленный вами в магазине продукт не совпадает с рекламным изображением.

Как именно творят фуд-стилисты? Возьмем для детального рассмотрения бургер. Обычно он разваливается, часть ингредиентов выпадает при надкусывании, а булочки размягчаются от

¹⁶ Central Hudson Gas & Elec. Corp. v. Public Serv. Comm'n of NY, 447 US 557 – Supreme Court 1980 [Электронный ресурс]. URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/447/557/> (дата обращения 24.02.2020).

мясного сока и томатов. Чтобы решить эти проблемы, были придуманы различные уловки. Например, салат и томаты фиксируются булавками, каждый слой прокладывается тонкими пластиковыми пластинами, а весь бургер фиксируется прищепками. Кроме того, булочка покрывается яичным желтком для блеска и вручную оклеивается кунжутом, иначе не выйдет красиво. Котлета жарится не на сковороде, а с помощью горелки для придания аппетитного цвета, а отметки гриля делаются паяльником. Сыр размягчается ручной пароваркой: так он сохраняет форму, но вместе с тем дает эффект плавления. Соус добавляется в самом конце по краям. Таким образом, фуд-стилисты создают еду, которую невозможно съесть. Но ее изображение столь привлекательно, что даже реальные бургеры не портят нам аппетит.

Американская психологическая ассоциация выступила с призывом запретить рекламу, целевая аудитория которой – это дети до восьми лет. Исследования показали, что человек до этого возраста не способен критически оценивать рекламу. Соответственно все, что рассказано и показано, воспринимается ими как правда. В общем, не будьте детьми!

Что такое продакт-плейсмент?

Это неявная реклама продукта, размещенная в фильмах, книгах, играх и пр. В перенасыщении своих работ такой рекламой в России часто обвиняют режиссера Тимура Бекмамбетова. Хотя использование продакт-плейсмента вполне оправдано.

Еще с зарождения кинематографа создатели фильмов озадачивались вопросом о том, реквизит какого производителя использовать в кадре. Сам кинопроцесс – дело затратное. Поэтому доходы от скрытой рекламы покрывают часть расходов на создание фильма. Это выгодно всем.

Тем не менее не все американские компании согласны с тем, как именно их продукт будет показан в кадре. Например, представители “Mars” не разрешили использовать конфеты “M&M’s” в картине Стивена Спилберга «Инопланетянин», поскольку сочли главного героя несуразным и уродливым. Тогда договорились с компанией “Hershey’s”. После выхода фильма в прокат продажи конфет “Hershey’s” выросли на 65%. А, например, корпорация “Apple” вообще не платит деньги за использование «яблочной» продукции в кино и на телевидении, но для съемок «всегда готова раздавать бесконечное множество своих компьютеров, iPads и iPhones совершенно бесплатно».

Другие создатели фильмов выдумывают собственные бренды, чтобы не ввязываться в юридические разбирательства с существующими компаниями. Так, в мультфильмах “Looney Tunes” («Хитрый койот и Дорожный бегун», «Пинки и Брейн» и «Кто подставил кролика Роджера») используется вымышленная марка “Асте”. Она занимается всем, чего требует сюжет мультфильма: от производства теннисных мячей до генной инженерии. Герои фильмов Квентина Тарантино курят сигареты “Red Apple”, которые выдумал сам режиссер. Видимо, всем им хватает денег на создание своих картин. И это прекрасно!

Может ли реклама быть искусством?

Безусловно! Многие именитые американские режиссеры снимали рекламные ролики: от Дэвида Линча до Мартина Скорсезе. Коммерческие проекты стали отличным финансовым подспорьем для творческих людей и имиджевым решением для компаний. Причем подход именитых режиссеров к созданию роликов отнюдь не был поверхностным. Например, Ридли Скотт снял для “Macintosh” антиутопическую историю по сюжету романа «1984» Джорджа Оруэлла. Режиссер создал рекламу, которая считается классикой маркетинга и образцом высокого искусства в бизнесе.

Американский художник Энди Уорхол открыл целое направление поп-арта, которое канонизировало бренды, не будучи при этом настоящей рекламой. Уорхол изображал то, что, по собственному признанию, любил сам, и видел в этом проявление истинной демократии:

Ты смотришь телевизор и видишь кока-колу, и ты знаешь, что президент пьет кока-колу, Лиз Тейлор пьет кока-колу, и, только подумай, ты тоже можешь пить кока-колу. Кока-кола есть кока-кола, и ни за какие деньги ты не купишь кока-колу лучше, чем та, что пьет бродяга на углу. Все кока-колы одинаковы, и все они хороши. Лиз Тейлор это знает, президент это знает, и ты это знаешь.

Как не подхватить рекламный вирус?

Никак. Спасение от него американским ученым только предстоит открыть. А пока вы пользуетесь интернетом и общаетесь с другими людьми, даже не думайте, что сможете отделаться от темнокожего качка на белом коне или от шпагата Ван Дамма между двумя грузовиками под лиричную композицию Энии.

Вирусная реклама распространяется стремительно. По принципу сарафанного радио. Если раньше американцы советовали друг другу товары различных брендов, которыми пользовались сами, то теперь они делятся роликами в своих социальных сетях и таким образом стимулируют продажи компании. Реклама бьет не прицельно по своим потенциальным потребителям, а заражает всех без разбора.

Иногда не только крупные корпорации во главе с ведущими маркетологами мира способны создать рекламу с миллионными просмотрами. Американец Макс Лэнман решил помочь своей девушке продать старенький автомобиль 1996 г. Спросом предложение не пользовалось совсем. Тогда Лэнман снял небольшой ролик, в котором пародируется дорогая реклама машин X класса: пролетные виды дрейфующего авто по уходящей вдаль дороге, ненавязчивая музыка и цепляющий слоган «Роскошь – это состояние души». Сильно! Особенно для подержанной «Хонды». Креативность понравилась людям, и машину удалось продать за 20 тысяч долларов.

Можно ли укрыться от рекламы?

Даже если вы, как многие, утверждаете, что не смотрите телевизор, то даже это не спасет вас от рекламы. Она ищет вас и поджидает повсюду.

Например, любые ваши запросы в Google формируют персональное рекламное предложение, которое потом возникает на баннерах различных сайтов – это контекстная реклама. Так что чаще удаляйте историю в вашем браузере и используйте режим «инкогнито».

Также всем на электронный или обычный почтовый адрес приходит спам. Само слово произошло от рекламы американских консервов “SPAM”, производители которых использовали все возможные способы рассказать о своей продукции потенциальным покупателям: билборды, радио, витрины в магазинах и пр. За эту назойливость столь агрессивный способ рекламы и получил свое название. К слову, тушенку именно этой компании США поставляли в Советский Союз в качестве продовольственной помощи во время Второй мировой войны. Но в России этот «спам» воспринимали с благодарностью. Вот что об этом писал Н.С. Хрущев в своих мемуарах:

Ходило немало анекдотов, в том числе неприличных, об американской тушенке. И все-таки она была вкусной. Много появилось на этот счет прибауток, но тушенку-то мы ели. Без нее нам было бы очень трудно кормить армию¹⁷.

А если и интернет вам чужд, то наружная реклама на улице все равно настигнет вас. Для тех, кто привык не обращать внимания на плакаты и вывески, была создана эмбиент-реклама (от англ. ambient – окружающий). Креативщики используют городскую среду для размещения сообщений о компании. Неожиданность хода привлекает внимание людей. Например, марка кофе “Folgers” поместила на крышки люков в Нью-Йорке наклейки с чашкой бодрящего напитка. Через отверстия в наклейке валил канализационный пар. Ну, кто после этого откажется от кофе?

Чем реклама полезна?

Социальная реклама, то есть та, что не преследует цели заработать, но ставит задачу изменить представления людей по какому-то вопросу, действительно важна и полезна. И совершенно неважно, что именно она продвигает: призыв мыть руки после туалета или помощь тяжелобольным. Главное, что мир становится лучше.

Первой социальной рекламе мы обязаны американцам. В начале XX в. в США сразу две кампании привлекли внимание людей к общественным проблемам: одна из них была направлена против использования детского труда, другая – в защиту экологии Ниагарского водопада. Оказалось, что реклама может не только убеждать людей делать покупки, но и менять их мнение. У понятия «гражданский долг» появились новые смыслы.

В эпоху соцсетей и интернета социальная реклама столкнулась с таким вызовом, как слактивизм (от англ. slack – лентяй, activism – деятельность). Креативность подхода к созданию роликов и картинок, привлекающих внимание людей, больше не стимулирует реально помогать кому-то. Пользователи готовы поставить лайк и сделать репост, но жертвовать деньги или что-то делать они уже не способны. Сопереживание ограничивается виртуальным поощрением. При этом люди считают, что это их вклад в благое дело, а не проявление пассивности и самоуспокоения.

¹⁷ Хрущев Н.С. Время, люди, власть. (Воспоминания). Кн. 1. М., 1999. С. 607.

К примеру, критику некоторых журналистов и общественных деятелей вызвал Ice Bucket Challenge. Многие вспомнят, как пять лет назад ледяной водой себя обливали Билл Гейтс, Рианна и Джордж Буш. Но не все вспомнят, что эта акция была придумана в поддержку людей, страдающих латеральным амиотрофическим склерозом. Еще меньше людей вспомнят, что все участники челленджа должны были пожертвовать 10 долларов в фонд. Безусловно, популярность сделала свое дело, и благотворительная организация собрала значительную сумму, которая, тем не менее, не соответствовала числу участников челленджа. Общество все еще нуждается в героях.

Для дальнейшего изучения

Лукьянчикова М.В., Бердникова Э.Н. История рекламы и PR в США. М., 2018.

Hopkins C. Scientific Advertising [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scientificadvertising.com/ScientificAdvertising.pdf>

Ogilvy D. Confession of an Advertising Man. London, 2012.

Trout J., Ries A. Marketing Warfare. N.Y., 1987.

Vivaldo D., Flannigan C. The Food Stylist's Handbook: Hundreds of Media Styling Tips, Tricks, and Secrets for Chefs, Artists, Bloggers, and Food Lovers. N.Y., 2017.

Электронный ресурс

Видеолекция 7. Реклама: как коммерческий инструмент превратился в разговор о ценностях. URL: <https://youtu.be/vtGP33Vg4Pk>

Тема 8. Детокс для Америки: очищение общества потребления

К 1970-м гг. в Соединенных Штатах Америки сформировалось общество массового потребления. Когда каждый получил все, что ему было необходимо, и даже больше, возник закономерный вопрос – что дальше?

Итальянский ученый и писатель Умберто Эко высказал идею о прогрессе наоборот. По его мнению, исторические процессы, характерные современному обществу, демонстрируют поступательное движение назад, возвращение к прошлому. Этот откат заметен во многих сферах: переход на цифровое телевидение, когда беспроводной способ передачи заменили на старый добрый кабель; после долгой «холодной войны» развернулись горячие конфликты в Ираке, Ливии и Сирии; как в Средневековье, христиане сегодня воюют против ислама. Поступательное движение вперед сменилось консервативным отступлением назад.

Вместе с тем эта тенденция не столь пессимистична, как кажется на первый взгляд. Некоторые вещи и явления попросту не поддаются совершенствованию. Например, промышленный дизайнер Филипп Старк решил переосмыслить ручную соковыжималку. Он изменил ее конструкцию, из-за чего в сок стали попадать семечки и мякоть. Прогресс навыворот в действии. Или, скажем, никому в голову не придет модернизировать ложку или стакан. Что-то должно оставаться неизменным.

США насытились потреблением, а поэтому все более усердно пытаются проанализировать свое настоящее и наметить пути будущего развития. Многие американцы все чаще отказываются от благ массового производства в свою пользу и ради следующих поколений. Делая шаг назад, Соединенные Штаты делают два шага вперед.

Экстремальные способы экономии

О необходимости пересмотреть приоритеты потребительской культуры стран Запада ученые начали говорить еще в 1970-х гг. Уже тогда, когда производство и покупательская способность не вышли на свой максимум, ученые делали неутешительные прогнозы о будущем человечества. Американская достойная жизнь создала счастливый средний класс, который мог себе позволить все, что только пожелаешь. Но как быть с растущим населением развивающихся стран и их потребностями? Как распределить природные ресурсы до того, как они будут полностью исчерпаны? Что сделать, чтобы поддержать высокий уровень жизни, не погрузив экономику в кризис? На эти и многие другие вопросы искали ответы американские исследователи.

В 1972 г. в рамках Римского клуба был сделан доклад «Пределы роста», авторами которого выступили ученые из США Донелла Медоуз и Деннис Медоуз в числе большой международной научной группы. Исследователи поделились своими прогнозами по вопросам роста населения Земли и ограниченности природных ресурсов при увеличении уровня потребления. Доклад предлагал несколько разных сценариев развития. Среди них были и оптимистичные, призывавшие пока не поздно принять ряд политических решений, которые позволили бы в перспективе упразднить проблему перенаселения и последующего экономического кризиса. Это отличный пример того, как американцы устремляются в будущее, анализируя и меняя свое настоящее.

Доклад вызвал массу дискуссий как в научной среде, так и за ее пределами: обсуждались методы и сделанные выводы, возможности разрешения ситуации и этические вопросы, сопряженные с социально-экономической проблематикой. Именно в докладе «Пределы роста» впервые была высказана идея так называемого «золотого миллиарда» – именно столько на тот момент составляло население развитых стран, где было построено общество потребления.

В России идея обрела конспирологическое измерение. Во многих аспектах спорный доклад Римского клуба был воспринят как одно из направлений «холодной войны» между капиталистическими странами во главе с США и социалистическим блоком вместе с СССР.

Нашлись такие, кто интерпретировал «золотой миллиард» в экспансионистском ключе. Якобы нехватка природных ресурсов побудит Запад посягнуть на ресурсы развивающихся стран: России, Китая и др. Доклад – это одновременно призыв к дей-

ствию и его программа. Другая теория заговора предполагала, что страны, успешно построившие общество потребления, уничтожат большинство населения Земли, сократив его до того самого одного миллиарда, чтобы таким образом решить глобальный популяционный кризис и проблему исчерпаемости нефти, газа и металлов.

Ничего общего с действительностью подобные теории, конечно, не имеют. Но они весьма симптоматичны, поскольку дают хоть и жалкую, но объяснительную модель напряженности в международных отношениях. В России люди хотят понять причины возникновения существующего противостояния. И эта причина, как многим кажется, должна быть простой и ясной. А так бывает только в сказках. Сложные геополитические процессы не уместятся в короткий и увлекательный рассказ. Теория заговора о «золотом миллиарде» такая же сказка. В нее можно верить, но она всего лишь забава.

Настоящая проблема – это охрана природы. Вопрос экологии стоит в США весьма остро и относится в числе прочего к повседневной культуре. Многие рядовые американцы сортируют мусор, не льют попусту воду, когда чистят зубы, и сдают на переработку пластик, бумагу и стекло, что на две трети сокращает объемы направляемых на свалки отходов. Персональная ответственность за будущее страны и мира сильна в Соединенных Штатах.

Все чаще американцы обращаются к альтернативным источникам энергии. Это также демонстрирует прогресс наоборот. Ветер, солнце и вода используют вместо нефти и газа, как это было раньше. Тем не менее появляются и некоторые новые технологии, которые позволяют получать энергию порой из совершенно неожиданных источников. Например, унитаз-электростанция, получение энергии из краски и даже от вибрации дороги. В Сан-Франциско городские власти вместе с частной компанией разработали программу по переработке собачьих экскрементов. Специальные биогазовые установки позволяют извлекать из этого материала метан, который затем используют для производства электричества и тепловой энергии. В России подобные технологии также существуют, но работают они на некоторых птицефабриках и животноводческих хозяйствах и не интегрированы в повседневную практику. Для начала надо хотя бы научиться убирать за своими питомцами на улице.

Обостренное чувство тревоги за судьбы человечества для некоторых американцев делает вопрос экологии целью, а не средством. Особо впечатлительные, не желая лишний раз тратить воду, не спускают бачок в туалете после использования по назна-

чению, а в ванной делают отметки крайнего уровня воды, чтобы ровнехонько хватило искупать себя, а затем там же помыть посуду. Вся жизнь превращается в извращенное самопожертвование во имя будущего. Именно поэтому в США правительство старается сделать все способы заботы о природе простыми и удобными для каждого человека. Мы не можем жить как прежде, но должны не потерять лучшее в себе прошлых.

В американском обществе потребления страсть к накопительству вещей сопровождается экономностью – чаще из бережливости, но порой из скупости. Например, американец Рой Хайнс из города Хантингтон, что в штате Вермонт, энциклопедический жлоб. Он экономит на всем: просит у других посетителей кафе забрать остатки еды (для себя, разумеется, а не для собаки); бесплатный порционный кетчуп из забегаловок переливает дома в большую банку (это экономит 70–80 долларов в год); стирает одноразовые полотенца, сушит их и затем использует повторно 3–5 раз; туалетную бумагу разделяет на слои, чтобы она дольше не заканчивалась; на праздники ищет подарки в помойке; он даже женился, потому что медицинская страховка в США слишком дорогая, а его будущая супруга могла бесплатно сделать ему операцию на деснах. Таких примеров в Америке не то чтобы много, не подумайте. Парадоксально здесь то, что подобная экстремальная бережливость возможна только в развитом обществе потребления. Только в условиях массового производства получится экономить так, как это делает мистер Хайнс. И это должно нас отрезвить. Зачем мы потребляем больше, чем нужно? Для чего покупаем, когда есть бесплатно? Почему мы выбрасываем в мусор новые вещи? Есть над чем поразмыслить.

Жизнь с минимумом вещей

В последние 15 лет американцы все чаще выступают за разумное потребление. Для многих осознанное ограничение себя становится образом жизни. Обилие вещей и продуктов превысило критический уровень, когда люди становятся зависимыми от самого факта обладания. Сколько нужно пар обуви и видов чипсов, чтобы человек чувствовал себя полноценным и счастливым? В Америке стали предпринимать разные меры, чтобы привлечь внимание людей к этой проблеме. Например, с 1997 г. в Соединенных Штатах в противовес скидочному ажиотажу вокруг «черной пятницы» стал проводиться День без покупок. В 2008 г. Дэйв Бруно запустил челлендж, смысл которого сводился к тому, что-

бы ограничить себя на год сотней вещей и посмотреть, как при этом изменится жизнь человека.

В это же время в США возникает движение минималистов, проповедующих аскетизм потребления. Это своего рода современные францисканцы, выступающие за бедность. Двое друзей, Джошуа Мильберн и Райан Никодемус, отказались от высокооплачиваемой работы и роскошных домов ради простой жизни в гармонии с собой. Тяжелый каждодневный труд приносил им хорошие деньги, которые позволяли обживать все необходимым и желанным. А дальше работа только поддерживала установленный образ жизни. Многие американцы так и не выходят из этого замкнутого круга, но Мильберн и Никодемус все-таки решились. Они объединили людей, которые также не желают зависеть от вещей, вокруг которых строится все их существование.

У минималистов появилось множество последователей. Многие из них пишут книги и ведут блоги, рассказывая о своей жизни без всего лишнего. Один из них – Колин Райт. Список его скарба насчитывает 72 вещи:

...зеленая майка, темно-синяя майка с V-образным вырезом, серо-зеленая майка с длинным рукавом, коричневая майка, белая майка с V-образным вырезом и надписью “Google”, светло-голубое поло, желтое поло, серое поло, светло-голубая рубашка в стиле милитари, голубая рубашка, рваные джинсы, джинсы рок звезды, модные джинсы, повседневная куртка зеленого цвета, причудливая темно-синяя куртка, 5 пар трусов-боксеров, 6 пар носков, коричневый кожаный ремень, наручные часы, тонкий бумажник, паспорт, удостоверение личности, дебетовые и кредитные карты, песо, визитная карточка с пометками на ней, солнцезащитные очки, кепка восьмиклинка, кожаные шлепанцы, коричневые туфли, мокасины для занятий спортом, зонтик, фитнес-браслет, тренировочные шорты, 2 спортивные футболки без рукавов, журнал путешествий, средние и маленькие записные книжки, набор ручек, карандашей и маркеров, iPod Touch, наушники, телефон-раскладушка, коричневая кожаная сумка, чехол для ноутбука, ноутбук, беспроводная мышь, USB-разветвитель, 3 жестких диска, видеоадаптер, диск с программным обеспечением, цифровая фотокамера, видеокамера, штатив, запасные карты памяти и ткань из микрофибры для очистки экрана, аккумуляторная батарея, зубная щетка, зубная паста, зубная нить, бритва, средство для укладки волос, очки и чехол для них, запасные контактные линзы, контейнер для них и специальный раствор, сумка, аэрактор для вина.

Во время чтения этот скромный перечень пожиток кажется бесконечно долгим, но в действительности он отличается завидным прагматизмом. Несколько позиций, конечно, можно было бы и поджать, чтобы отвечать исповедуемому минимализму. Но если задуматься, то еще больше вещей, которыми мы пользуемся ежедневно, там отсутствуют.

На самом деле общество потребления, возникшее в США в XX в., создало мало чего нового, но зато расширило и разнообразило уже существующее. Основные изобретения, которыми мы пользуемся до сих пор, были сделаны в XIX в.: автомобиль, самолет, фотография, кинематограф, радио, телефон, а также холодильник, авторучка, унитаз и много всего другого. Общество потребления усовершенствовало эти вещи, запустило их в массовое производство, но не создало. Куда более фундаментальные вещи, существовавшие с древности, в XX в. стали терять свою универсальность. Самый обычный нож, которым в былые времена чистили картошку, точили карандаши и даже убивали, перестал отвечать простым человеческим нуждам и желаниям. Теперь есть скальпель для хирурга, механическая точилка для карандашей и овощечистка. Специализация заставляет нас покупать и обживаться вещами, которые раньше объединялись в одном предмете. Вместе с этим и человек перестает развивать свою всесторонность, концентрируясь на желании обладать. А ведь если обратиться за советом к древним римлянам, знавшим толк в богатой, а вместе с тем полноценной жизни, девизом современного американца должен стать афоризм «Все свое ношу с собой».

Бегство из города

С урбанизации Америки началось строительство общества потребления. Население городов росло, а вместе с ним в геометрической прогрессии развивалась экономика. Пригороды крупных мегаполисов стали периферией, обеспечивающей американцам компромисс между бурной жизнью каменных джунглей и спокойным сельским укладом. Город навязывал определенные ценности через образ жизни: от одежды, которая должна соответствовать установленному дресс-коду, до статусных покупок дорогого автомобиля и большого дома. С наступлением XXI в. перенасыщение товарами и услугами, усталость от ускоряющегося темпа развития и напоминающая шум информация вынудили американцев пересмотреть собственные приоритеты. Город перестал отвечать представлениям о комфорте и удобстве.

Так в США возникло движение за упрощение своей жизни – дауншифтинг. Помните, как Гоша из фильма «Москва слезам не верит» рассказывал историю про римского императора Диоклетиана, который отказался от власти и уехал в деревню выращивать капусту? Так и для некоторых американцев в современном обществе потребления самореализация в любимом деле стала важнее всех благ цивилизации и признанного успеха.

Термин «дауншифтинг» впервые появился в 1994 г. Само понятие имеет множество интерпретаций. Интересно, что в каждой стране оно определяется по-разному. Например, в России под дауншифтингом часто понимают бегство от социальных и финансовых проблем, в то время как в США – сознательный отказ от денег и карьеры. В отличие от минимализма, который призывает к умеренности потребления, дауншифтинг предполагает также отрешение от материального через укрепление связи с природой. Именно поэтому многие дауншифтеры покидают города и отправляются жить в уединенную местность, где могут посвятить все время себе.

Большинство американцев, проповедующих дауншифтинг, уезжают на постоянное пребывание в теплые страны: Индию, Таиланд, островные государства Карибского бассейна. Благоприятные погодные условия сильно упрощают жизнь. Нет необходимости в большом гардеробе, а свежие продукты всегда под рукой. Кроме того, в развивающихся странах цены значительно ниже, а значит, отсутствует мотивация завязывать свою жизнь на работе ради поддержания определенного уровня достатка. Американцы, выбравшие данный путь, добывают средства с помощью дистанционной работы через интернет. Гибкий график и сдельная оплата позволяют посвятить больше времени себе и своим увлечениям.

В Америке поиск себя через гармонию с природой имеет глубокие исторические корни. Задолго до развитого общества потребления в США возникло философско-литературное направление с трудновыговариваемым названием «трансцендентализм». В 1836 г. поэт Ральф Эмерсон опубликовал эссе «Природа», в котором сформулировал свои мировоззренческие взгляды: уединение, тождество человека и природы, достижение божественного через природу. Эти идеи легли в основу идеологии трансценденталистов.

Сподвижник Эмерсона американский писатель Генри Торо в 1845 г. поселился в хижине возле Уолденовского пруда. Как истинно первый дауншифтер, он два с лишним года провел

в одиночестве, описав свой опыт в книге «Уолден, или Жизнь в лесу».

В только набирающей промышленные обороты Америке Генри Торо видел нравственный упадок общества, которое побуждает лишь производить и владеть:

Большинство людей даже в нашей относительно свободной стране по ошибке или просто по невежеству так поглощены выдуманными заботами и лишними тяжкими трудами жизни, что не могут собирать самых лучших ее плодов... Я вижу моих молодых земляков, имевших несчастье унаследовать ферму, дом, амбар, скот и сельскохозяйственный инвентарь; ибо все это легче приобрести, чем сбывать с рук. Лучше бы они родились в открытом поле и были вскормлены волчицей...¹⁸

Потребительское во всех смыслах общество побудило Торо уединиться, чтобы познать себя:

Я ушел в лес потому, что хотел жить разумно, иметь дело лишь с важнейшими фактами жизни... Я не хотел жить подделками вместо жизни – она слишком драгоценна для этого; не хотел я и самоотречения, если в нем не будет крайней необходимости. Я хотел погрузиться в самую суть жизни и добраться до ее сердцевины... свести ее к простейшим ее формам, и – если она окажется ничтожной – ну что ж, тогда постичь все ее ничтожество и возвестить о том миру; а если она окажется исполненной высокого смысла, то познать это на собственном опыте...¹⁹

Здесь Генри Торо выходит на важный этический вопрос, который актуален для современного американского общества потребления. Отъезд из города – это попытка избежать сиюминутных соблазнов и задуматься о вечном. Познание себя необходимо, но человек живет не в безвоздушном пространстве и нуждается в других людях: врачах, авиапилотах, писателях, в конце концов. Если каждый отдельный человек спасет себя, поняв смысл жизни, то кто спасет все человечество?

¹⁸ Торо Г.Д. Уолден, или Жизнь в лесу. М., 1962. С. 219.

¹⁹ Там же.

Избавление от информации

Люди на протяжении всей своей истории стремились сохранить знание и передать его будущим поколениям. Еще в Античности одним из самых страшных наказаний было так называемое «проклятие памяти», когда уничтожались все материальные носители, способные рассказать о каком-то человеке. Знание всегда было высшей ценностью. Средневековые монахи вручную переписывали тексты. В эпоху Просвещения зародилась мода на библиотеки. Затем появились музеи, кабинеты редкостей и частные коллекции.

Американское общество потребления дало мощный импульс развитию информационного пространства, которое за короткий срок расширилось с печатных газет и журналов до виртуальной вселенной интернета. Вместе с этим отпала и необходимость в накоплении знаний, поскольку физически человек не способен за свою жизнь усвоить столько информации, сколько есть в нашем распоряжении.

Главной целью современного мира стал отсев знаний и их систематизация. Люди уже почти не пишут от руки, музеи стали частью индустрии развлечений, книги покупают редко, а если покупают, то мало кто их хранит. Социальные сети и в целом интернет ежедневно производят огромное число смыслов, что усложняет поиск среди них действительно значимых и важных.

Как отсеивать информацию – главный вопрос. Американцы пытаются найти на него ответ. Уже доподлинно известно, что контролировать этот процесс сверху невозможно. В 2003 г. Барбра Стрейзанд обратилась в суд с требованием удалить с сайта фотографа Кеннета Адельмана снимок ее дома. Адельман фотографировал калифорнийское побережье. В его объектив попал и особняк певицы в числе других домов. Если бы не работа адвокатов, то никто бы и не обратил внимания на эти фото. Но пресса предала дело огласке. Эта попытка изъять из общего доступа какую-либо информацию, которая только больше распространяется благодаря этому, стала феноменом современной американской действительности и получила имя Стрейзанд. От того же пострадала певица Бейонсе, чей агент так страстно желал удалить неудачный снимок исполнительницы, что сделал его популярным мемом. Ведь еще создатель детективного жанра Эдгар Аллан По в своем рассказе «Похищенное письмо» вывел формулу, что если надо что-то спрятать, необходимо это сделать на самом видном месте. Поэтому провалились всякие попытки И.В. Сталина вытравить с фотографий неугодных ему людей. Коллективной памятью нации

сложно манипулировать. Перефразируя англо-американского поэта Уистена Хью Одена, можно резюмировать, что есть факты, незаслуженно забытые, но нет ни одного, который бы мы незаслуженно помнили. Интернет ничего не забывает.

Более острый вопрос касается информации, которую принято считать секретной. Доступ к ней ограничен по различным причинам, но имеет ли право общественность знать о сведениях, затрагивающих, к примеру, национальные интересы США. Именно общество потребления породило у американцев представление о том, что это знание принадлежит всем и каждому. Информация стала таким же товаром, как и кока-кола. Важно ли, где именно я купил колу: в супермаркете или в «Макдоналдсе»? Пожалуй, нет, она везде одинаковая. Но для знания (достоверного, конечно) источник остается значимым. Так, журналисты Кэтрин Грэм и Бен Брэдли в 1972 г. опубликовали в газете «The Washington Post» материалы, компрометирующие президента Ричарда Никсона, который был вынужден уйти в отставку. Журналисты распорядились эксклюзивной информацией в соответствии со своим профессиональным долгом. Другой случай – дело Эдварда Сноудена. Сотрудник американских спецслужб рассекретил разведанные, на что он не имел законного права. Сноуден посчитал это своей гражданской обязанностью. Общество потребления в США позволяет американцам реализовывать свою свободу слова, публикуя всякий вздор в соцсетях, но значимая информация подвергается ограничениям.

Американские спецслужбы ведут наблюдение за своими гражданами – рядовая практика для всех стран. Facebook по просьбе правительственных организаций сообщает запрашиваемую информацию о пользователях. Как американцы могут рассчитывать на конфиденциальность в интернете? С одной стороны, никто никого не заставляет регистрироваться в соцсетях. По доброй воле люди публикуют информацию о себе в открытом доступе. С другой – они не дают разрешения на обработку этой информации: где и как она будет обнародована. Простые американцы все чаще становятся жертвами секстинга – обмена личными фотографиями, которые затем шантажисты угрожают распространить. Таким образом, главной остается проблема ответственного потребления.

Именно поэтому в США все чаще анонимность становится товаром, который дорого продается. Не всегда именно эту цель ставят перед собой те, кто упирает на приватность. Например, американские писатели Томас Пинчон и Джером Сэлинджер сознательно изолировали себя от внешнего мира. Они тщательно

скрывали любую информацию о своей жизни, что несомненно подогревало интерес публики к их персонам. Порой засекреченность оборачивалась трагедией. Печальная судьба была уготована значимой фигуре в жанре киберпанк Джеймсу Типтри-младшему. Под этим псевдонимом скрывалась бывшая сотрудница ЦРУ Элис Брэдли-Шелдон, на досуге развлекавшая себя написанием фантастических рассказов. Писательница боялась предвзятого отношения к себе со стороны мужчин, а также того, что прежняя работа в спецслужбах повлияет на восприятие ее творчества. Когда в 1977 г. журналисты деанонимизировали ее личность, Шелдон на долгое время отказалась публиковать свои рассказы. Через 10 лет она покончила с собой.

Иначе обстоит дело с теми, кто по определению должен быть публичной персоной. К примеру, анонимность противоречит самой сути артистов. В США, с их открытостью и искренностью, подобная модель в шоу-бизнесе не работает. Зато импортные образцы воспринимаются на ура: французские электронщики Daft Punk, группа из Англии Gorillaz и британский уличный художник Бэнкси. Вместе с ними и многие американцы начинают задумываться о необходимости исключить себя из информационного поля. Хотя, скорее, это редкость. У американцев есть выбор: либо возможность быть пассивным элементом интернета через собственный виртуальный образ, либо отказаться от этого совсем в своем стремлении к реальному и подлинному. В фильме «Матрица» наглядно показано это разделение: пока одни люди подключены к сети и спокойно спят, другие – находятся под землей в постоянной опасности. Сдаться или бороться – право каждого. Какая тактика верна – покажет время.

* * *

Соединенные Штаты тихой поступью движутся назад. Уже сейчас они прокладывают путь в будущее человечества. Редкие люди оглядываются, чтобы рассмотреть на горизонте новые возможности. Предприимчивые американцы не могут их упустить.

У европейцев же менее оптимистичный взгляд. Французский философ Жан Бодрийяр начинает свою работу «Общество потребления» цитатой из повести Ф.М. Достоевского «Записки из подполья»:

Да осыпьте его всеми земными благами, утопите в счастье совсем с головой, так, чтобы только пузырьки вскакивали на поверхности счастья, как на воде; дайте ему такое экономическое довольство, чтоб ему совсем уж ничего больше не оставалось делать, кроме как

спать, кушать пряники и хлопотать о прекращении всемирной истории – так он вам и тут человек-то, и тут, из одной неблагодарности, из одного пасквиля мерзость сделает²⁰.

На самом деле общество потребления ничуть не развратило людей. Человечество слабо изменилось за тысячи лет. Все те же страсти и мысли заботят нас, что волновали древних греков много веков назад. Современные люди живут в других обстоятельствах. Американцы предпочитают комфорт и благоустроенность. Иногда это не только сиюминутное наслаждение, но и стремление идти в славное будущее с оглядкой на прошлое.

Для дальнейшего изучения

Baudrillard J. The Consumer Society: Myths and Structures. Trowbridge, Wiltshire, 1998 [Электронный ресурс]. URL: https://monoskop.org/images/d/de/Baudrillard_Jean_The_consumer_society_myths_and_structures_1970.pdf

Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens W.W.III. The Limits to Growth. N.Y., 1972 [Электронный ресурс]. URL: <http://donellameadows.org/wp-content/userfiles/Limits-to-Growth-digital-scan-version.pdf>

Milburn J., Nicodemus R. Essential: Essays by the Minimalists. 2015 [Электронный ресурс]. URL: <https://drive.google.com/file/d/0Bw8HpiohnO5rX2padktUNtlvZUU/view?usp=sharing>

Thoreau H.D. Walden; or, Life in the Woods. Boston, 1854 [Электронный ресурс]. URL: <https://archive.org/details/waldenorlifeinwo1854thor/page/n4>

Электронный ресурс

Видеолекция 8. Детокс для Америки: новые тренды в культуре потребления [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/h-VUsEES5Sc>

²⁰ Бодрийяр Ж. Общество потребления. М., 2006. С. 4.

Тема 9. Почему американцы верят в то, что каждый может стать богатым и успешным

Самая высокая цена для приложения в App Store составляет приличные \$ 999,99. Одной из первых за эту сумму в США появилась программа “I Am Rich”, абсолютно бесполезная функционально. Владельцы iPhone, купившие приложение, видели на экранах мерцающий красный кристалл и кнопку, при нажатии на которую выводилась мантра:

Я богат
Я заслужил это
Я хороший,
здоровый и успешный.

Приложение было удалено через день после появления, но восемь человек успели скачать его. Кто-то из «богачей» оставил гневный отзыв, что купил программу, посчитав это просто шуткой разработчиков. Видимо, он переоценил собственное чувство юмора.

И все же богатство не шутка. В Соединенных Штатах богатство является важной составляющей американской мечты. Это своего рода конвертация успеха, поощрение проделанной работы и признание обществом ваших достижений. Именно поэтому многие американцы не стесняются денег, которые честно заработали. Именно поэтому обеспеченные люди становятся в США примером для многих не из собственного честолюбия, но в силу их личной ответственности перед другими.

Америка гордится своими сынами: Стив Джобс, Билл Гейтс, Марк Цукерберг... Перечислять можно бесконечно долго. Но разве можно представить, чтобы они купили себе такое приложение, которое бы напоминало об их богатстве? Едва ли. Для них ли созданы онлайн-курсы по саморазвитию и опубликованы книги по достижению успеха? Конечно, нет. На самом деле все это потребительская культура среднего класса в США. Простые американцы хотят верить в лучшую жизнь, и все надеются, что когда-нибудь обязательно станут успешными и богатыми. Вопрос лишь в том, что за страстное желание движет ими. Об этом и пойдет речь.

Совет: Аллен Карр в своей книге «Легкий способ бросить курить» призывает не заканчивать с сигаретами во время чтения – к концу книги вы, мол, придете к этому самостоятельно. Так и мы призываем вас пока не становиться успешным и богатым. Успеется!

Думай и богатеи

Необходимость в поиске мотивации для работы возникла еще во время зарождения капитализма. Фабриканты были заинтересованы в повышении продуктивности труда, а рабочие – в улучшении своих условий. Когда промышленники поняли, что бесконечно долго они не смогут эксплуатировать людей, возникли система поощрений, прогрессивная оплата труда и другие институты (столовые, детские сады и пр.). В это время также появилось множество средств, стимулирующих людей качественно выполнять свою работу. Все помнят забавную историю про Генри Форда, который платил ремонтникам на одном из своих предприятий только за время отдыха: пока все оборудование работает как надо, они получают свою зарплату.

В XX в. для изучения психологии труда привлекались ученые-бихевиористы (психологи, исследующие поведенческие особенности человека), которые помогали промышленникам повысить производительность. С 1927 г. Элтон Мэйо проводил эксперименты в компании “Western Electric”, руководство которой хотело создать максимально комфортные условия для рабочих с наибольшей прибылью для владельцев. Мэйо работал на протяжении пяти лет. И перевернул представление об управлении предприятием. Он указал на влияние индивидуального и группового факторов на результат труда. Условно, если ваш сосед филопит, то и вы стараться не будете. А вот трудоголик задает нужный тон в коллективе. Сегодня его выводы кажутся очевидными, но именно благодаря стараниям Мэйо мы знаем, что хорошая работа – та, на которую с радостью спешишь утром и с которой радостно же идешь домой.

Вместе с тем американскую мечту никто не отменял. Простые люди в США хотели жить так же достойно, как богачи, сделавшие себе состояние. Еще в середине XIX в. появляются первые статьи и книги, посвященные теме успеха. В Англии в 1859 г. вышла книга Сэмуэля Смайлса «Самодетельность». Смайлс построил концепцию саморазвития человека на основе максимы отца-основателя США Бенджамина Франклина – «Бог

помогает тем, кто сам себе помогает». Книга имела грандиозный успех в Америке и России. Причем в Соединенных Штатах поч-ву для этого подготовил американский писатель Ральф Уолдо Эмерсон. В 1841 г. он опубликовал эссе «Компенсация», в кото-ром призвал сограждан следовать своей собственной индивиду-альной воле вместо того, чтобы соответствовать каким бы то ни было социальным ожиданиям. Американцы уверовали в личный успех каждого.

С конца 1860-х гг. воображение нации захватили романы Горацио Элджера-младшего. Истории о простых людях, которые разбогатели благодаря упорному труду, нашли отклик у амери-канцев, преисполненных надежд после окончания Гражданской войны 1861–1865 гг. Пресса тоже пестрила примерами молодых людей, преуспевших в жизни.

В то время как промышленники стимулировали рабочих трудиться, уверяя, что усердие обратит их всех в миллионеров, не менее предприимчивые американцы повально стали изда-вать статьи в журналах об инстинкте обогащения. Если чело-век работает хорошо и с отдачей, он не станет богатым, но будет хорошим работником. Однако литература об успехе убеждала в обратном:

В старину этот инстинкт был хорошо известен. Греки выразили его в легенде о царе Мидасе, превращавшем в золото все, к чему он прикоснется. Он непрестанно богател, ибо что бы ни попало ему, обращалось в золото. Викторианские мудрецы называли это глупой сказкой; мы назовем правдой. Мы знаем таких людей. Мы встречаем и в жизни, и в газетах тех, кто обращает все в золото. Успех идет за ними по пятам, жизненный путь ведет вверх. Они не знают поражений²¹.

Чудная риторика затмевала логику. Царь Мидас, этот не-счастливый с ослиными ушами, который обращал в золото даже еду, что хотел положить себе в рот, едва ли преуспел в жизни. Совсем другое дело – наглядные для американцев примеры. Вот, скажем, отрывок из той же статьи об одном из богатейших в XIX в. пред-принимателей Америки Корнелиусе Вандербильте.

Сама фамилия Вандербильт наводит на мысли о богатстве и предприимчивости. Корнелиус, первый из Вандербильтов, поло-жил начало прославленному американскому дому. Родился он в семье бедного фермера, умер миллионером.

²¹ Честертон Г.К. Эссе. Тюмень, 2012. С. 140.

У него был врожденный инстинкт обогащения. Он не упускал случая, а случай этот предоставил ему применение парового двигателя в мореплавании и рождение железных дорог в богатых, но отсталых Штатах. Благодаря всему этому он нажил огромное состояние...

Само собой разумеется, мы не можем в буквальном смысле слова идти по стопам железнодорожного монарха. Возможности, открывшиеся ему, не открываются нам. Обстоятельства изменились. Однако в своей сфере, в своих обстоятельствах мы можем использовать его методы; можем ловить то, что отпущено нам, и честно обрести богатство²².

Уже тогда богачам приписывалась скромность и простота, а свойственные обычному человеку действия и поступки привлекали интерес публики. Эта литература об успехе с новой силой запустила американскую идею о человеке, который сделал себя сам (self-made man). Впервые она была высказана в 1832 г. видным государственным деятелем США Генри Клеем о Бенджамине ФранкLINE, который независимо от внешних условий и обстоятельств смог преуспеть в жизни. Идея эта является базовой для понимания национальной культуры, которая объединяет всех живущих в Соединенных Штатах. Именно она двигала и все еще двигает американцами, которые несмотря ни на что продолжали упорно трудиться и верить, что их ждет заслуженный успех, признание и счастье.

Именно такими примерами настоящих американцев, которые сделали себя сами, вдохновлялся журналист и психолог Наполеон Хилл – пионер литературного жанра саморазвития. В 1937 г. он издал книгу «Думай и богатей». В ней Хилл приводит интервью с преуспевающими американцами, с чьей помощью он пытается вывести универсальную формулу успеха. У него получилось 13 шагов, следование которым должно помочь в достижении богатства:

- | | |
|------------------------|-------------------------------------|
| 1) желание; | 8) настойчивость; |
| 2) вера; | 9) мозговой центр; |
| 3) самовнушение; | 10) трансформирование |
| 4) специальное знание; | сексуальных желаний/
сублимация; |
| 5) воображение; | 11) подсознание; |
| 6) организованное | 12) мозг; |
| планирование; | 13) шестое чувство. |
| 7) решение; | |

²² Там же. С. 139.

Эти 13 шагов известны многим. На сегодняшний день во всем мире продано более 100 млн экземпляров книги «Думай и богатей». Среди всех читателей реального успеха благодаря Хиллу добился один. Американский боксер Кен Нортон в 1973 г. выиграл бой у легендарного Мухаммеда Али. На победу Нортон мотивировала книга «Думай и богатей». Остальные люди, преуспевшие с подачи Наполеона Хилла, либо молчат, либо вообще не существуют. Но кто знает, возможно, и одного примера достаточно, чтобы считать миссию Хилла выполненной. Думайте сами!

Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей

Американское общество потребления с его индивидуализмом и одновременно массовым производством превратило личностную мотивацию в прибыльный товар. В последней трети XX в. только число книг выросло более чем в два раза, а вся индустрия саморазвития к началу XXI в. составляла около 2,5 млрд долларов. Сегодня в США издаются книги, проводятся семинары, а также выпускается различная аудио- и видеопродукция на более чем 11 млрд долларов. Успех стал выгодным продуктом, и все большее число американцев покупают его. Вернее, думают, что покупают. Нет совершенно никаких гарантий, что приобретение книги или личный коучинг помогут вам стать богатым и знаменитым. Так почему же в Соединенных Штатах люди продолжают мотивировать себя на успех, позволяя другим делать на себе деньги?

Важной составляющей процветания индустрии успеха стала религия. В последней трети XIX в. в США возникает движение «новое мышление», которое объединяет идеи позитивного настроения, визуализации желаний, а также другие религиозные и оккультные представления, направленные на личностное саморазвитие. Манифестом «нового мышления» стал журнал “Success”, который начал издаваться в 1897 г. Его основатель Орисон Суэт Марден применил основные принципы «нового мышления» для собственной концепции достижения богатства:

Золотая возможность, которую вы ищете, находится в вас самих. Она не в вашем окружении, не в удаче или случайности, или помощи вам других; она в вас одном²³.

²³ Success Magazine. 1905. P. 834.

В XX в. в США открывалось все больше возможностей для простых людей. Образование становилось более доступным, социальное положение, гендер и раса постепенно переставали быть препятствиями при устройстве на работу. Хотя ситуация до сих пор далека от идеала, социальный лифт в США работает с каждым годом исправнее. Стартовые возможности для достижения успеха уравнивались, а значит, возрастала и конкуренция. Приходилось искать новые способы борьбы за свое право на счастье.

В 1936 г. Дейл Карнеги опубликовал книгу «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей». Советы Карнеги касались психологии общения и соответствующих инструментов, с помощью которых любой человек может расположить к себе других и добиться желаемого. К слову, только один из последователей теории Карнеги, как и в случае Наполеона Хилла, действительно преуспел. Крупнейший в мире инвестор Уоррен Баффет обязан своим богатством системе Дейла Карнеги.

После кровопролитной Второй мировой войны в Соединенных Штатах возникает движение за развитие человеческого потенциала, которое подчеркивает значимость жизни каждого человека и необходимость реализации имеющихся у него способностей. Воплотить эту гуманистическую концепцию смогло первое послевоенное поколение 1960-х гг., не знавшее ужасов нацизма и Холокоста. Именно в этот период возникают первые групповые тренинги, в рамках которых люди пытаются раскрыть весь свой потенциал с помощью особых психологических практик. Коллективное стало формировать индивидуальное, что позволило успеху стать полноценной индустрией с высоким спросом и массовым производством.

В это же время в Калифорнийском университете разрабатываются первые методики нейролингвистического программирования (НЛП). Группа американских исследователей исходила из идеи о том, что существует четкая связь между неврологическими процессами, языком и поведенческими особенностями, основанными на опыте человека. Гонцы за успехом тут же приспособили эту теорию для собственных нужд. НЛП предлагало копировать движения и речь тех, кто уже стал богатым и знаменитым. Таким образом можно было чисто механически привлечь к себе желанные успех и славу. В действительности же подобные методы, эффективность которых научно не доказана, позволяли ораторам выглядеть и говорить уверенно, что скорее убеждало людей в истинности их речей, чем на самом деле притягивало богатство.

Именно в этот момент произошло слияние религиозного «нового мышления», практических инструментов психологии

и идей финансового благополучия. Появляются первые мессии успеха, которые проповедуют богатство, как священник в церкви ратует за христианскую скромность и самопожертвование. Тренеры по саморазвитию и глашатаи славы стали преподавать в крупных городах по всей Америке.

В Соединенных Штатах позитивно восприняли новую веру общества потребления – успех и деньги. Корысть и жажда наживы тут вовсе ни при чем. В ее основе лежит глубокое этическое представление о том, что, развивая себя, человек делает лучше мир вокруг себя. И став лучше сам, может помочь другим людям. Не всегда так выходит и не каждый к этому на самом деле стремится, но и право на личное счастье никто не отменял. Ведь если не ученики, то сами тренеры становились богатыми.

Зиг Зиглар, Джим Рон, Брайан Трейси. В США появилась целая плеяда успешных ораторов, которые выпускали книги по саморазвитию и публично выступали со своими тренингами и курсами по достижению богатства. Америка принимала их на ура. Веру простых людей в возможность стать богатым и успешным подпитывала красивая жизнь, не только окружавшая их в повседневности, но и та, которую они видели в кино и по телевидению. А вот в России индустрия успеха прижилась лишь частично.

Популярный в США оратор и бизнес-тренер Тони Роббинс провалился в Москве. Нет, своего он добился. Он собрал «Олимпийский» (даже не всем отечественным артистам это удастся) и заработал на билетах, цена за которые достигала полумиллиона рублей (действительно богачи собрались!). Но вот завоевать друзей так и не получилось. Ожидания зрителей не оправдались. Харизма и обаяние Роббинса не подействовали даже на зрителей в первом ряду (там сидели известные российские журналисты, медиаменеджеры и политики). Конечно, не чета Анатолию Кашпировскому и Алану Чумаку, которые когда-то могли заморозить страну, желавшую верить если не в коммунизм, то в другое чудо. Язык стал основным препятствием для действия психологических уловок, которыми владеет оратор (это единственное, чему у него можно было бы поучиться). Осталась только суть. А суть сводится к набору банальностей и очевидных вещей, которые вы и бесплатно не захотели бы слушать. Но придется (а вдруг действительно поможет):

- Позитивное мышление – это стратегия!
- Внутренний мир делает вас успешным.
- Вы не должны фокусироваться на том, чего боитесь.
- «Сосредотачиваться на том, что у вас есть» vs. «Сосредотачиваться на том, чего вам не хватает».

- Разочарование разрушает вас!
- Если вы делаете то же самое, что раньше, то и результат будет прежним.
- Если вы лидер, вы не можете быть пассивным.
- Если вы не воспользуетесь своим шансом, вы его упустите.
- Преодолевайте ваш страх!

Так что нет ничего удивительного, что за 1000 долларов люди пожелали увидеть мантру на экране своего смартфона. Есть вещи куда более дорогие и бесполезные.

История на миллион долларов

В свои 21 год Дэни Джонсон добилась немногого. Муж от нее ушел, оставив с четырехлетним ребенком на руках и долгами по кредитным картам. Жилья не было, поэтому приходилось спать в машине – это еще хорошо, что на Гавайях тепло. А без образования и опыта Дэни была вынуждена работать официанткой, а ночью заниматься проституцией, чтобы хоть как-то прокормить себя и дочь.

В канун Рождества (традиционное время чудес) Дэни решила взять себя в руки и навсегда изменить свою жизнь. На это ее вдохновил... рекламный буклет препарата по снижению веса. Заиграла американская предприимчивость и замотивированность на успех. Дэни, не имевшая даже трех долларов в кармане, вложила в дело единственный доступный ей тогда ресурс – собственное желание раз и навсегда стать счастливой. На этом энтузиазме Дэни придумала продавать препарат по предоплате, а доставлять его почтой. Первая же попытка увенчалась успехом. Сначала 40 клиентов пожелали купить средство для похудения, а затем и тысячи. За два года Дэни стала миллионершей, не позволившей прошлой жизни утянуть себя на дно.

Такова вдохновляющая история родом из США. Сегодня Дэни Джонсон – одна из немногих американских мотиваторов, чья теория успеха подкреплена собственным примером. Важно здесь и то, что нацеленности на достижение богатства недостаточно, чтобы добиться чего-то в жизни. Нужно еще уметь приложить свое стремление к чему-то конкретному и найти себя в том, что действительно ваше. Американцы убеждены, что если расти и развиваться в любимом деле, то обязательно станешь богатым и успешным. Многие вдохновляются историями Билла Гейтса, Стива Джобса и Марка Цукерберга, которые не закончили университет, но все равно стали богатыми и успешными.

Но все понимают, что при этом они получали знания самостоятельно и учились из природного любопытства, а не строили свои миллионные империи исходя из школьных знаний по математике. К слову, Билл Гейтс регулярно публикует список книг, которые он прочитал за год. Обычно это порядка 50 книг по самым разным темам: от истории и социологии до медицины и физики. Неудивительно, что Гарвардский университет, откуда Гейтса отчислили после двух лет обучения, много лет спустя все же вручил ему диплом об окончании, а затем присвоил почетную докторскую степень.

В общем, достигнув твердой уверенности в собственной мотивации, люди начинают развиваться в конкретной области. Без знаний тут не обойтись. Но здесь вы включаетесь в малый потребительский круг индустрии успеха. Легче разобрать на примере. Допустим, вы, как и многие, мечтаете снимать фильмы, подобные тем, что делают в Голливуде. Задача не из простых, да еще и требующая специальных навыков и умений. Где их получить? Конечно, можно, как Квентин Тарантино, работать в видеопрокате (если они еще существуют) и смотреть целыми днями фильмы, набивая руку на написании сценариев. Или, например, как Стивен Спилберг, снимать малобюджетные картины за свой счет, пока тебя не заметят. Но большинство американцев все равно предпочитают централизованно получать знания о киноиндустрии.

Для этого в Соединенных Штатах существует множество книг, курсов и образовательных программ. Пожалуй, самый известный пример – это лектор Роберт Макки. В 1983 г. он начал преподавать в Школе кино и телевидения при Университете Южной Калифорнии. Макки ввел интенсивный курс по драматургии. Разбирая известные примеры из кино и литературы, Макки на практике учил студентов развивать историю, выстраивать сюжет и верно раскрывать героев. Ничего подобного не было раньше! Семинары Макки быстро вышли за границы университетской аудитории и стали популярны во всем мире, а выпущенная им в 1997 г. книга «История на миллион долларов» без преувеличения считается библией сценаристов. Теперь большинству американских кинематографистов сложно себе представить, как без книг по сценарному мастерству создавали свои шедевры Орсон Уэллс и Альфред Хичкок.

К слову, сам Роберт Макки не написал сценария, который бы заслуживал хоть мало-мальского упоминания. Но, как мы знаем, учитель не всегда сам хороший ученик. Зато среди его последователей много звучных фамилий: режиссер «Властелина колец» Питер Джексон, автор сценария «Истории игрушек»

Эндрю Стэнтон и многие-многие другие. Надо сказать, что выхлоп у Макки оказался больше, чем у Хилла и Карнеги.

Чем обусловлена такая популярность Роберта Макки? Дело в том, что он в доступной форме рассказывает о весьма сложном творческом процессе, что создает порой ложное представление, будто, механически сложив одно с другим, можно создать хороший фильм. Нет, все советы Макки дельные. И проблема, скорее, в самих потребителях его советов. Макки получил прекрасное филологическое образование. В своих книгах и на семинарах он ссылается на классическую литературу и разбирает лучшие образцы кинематографа. Но, к сожалению, не все его слушатели понимают, что, усвоив 400 страниц, в которые упакована вся тысячелетняя история драматургии, можно и не стать отличным сценаристом. Это лишь краткий конспект, который поможет с навигацией. К Макки можно обращаться как к справочнику, но не как к инструкции.

Так же дело обстоит в любой другой сфере, не только в кино. Множество книг и курсов затягивают американцев в образовательные процессы, питающие надежды людей на легкий успех. Дилетанты, которым интернет дал слово, есть всюду: от кулинарии до телевидения. Многие из них уверены, что станут богатыми.

Тем не менее деньги не всегда делают людей счастливыми. Можно, например, стать миллионером в 70 лет, как Крейг Коули. 21 млн долларов ему выплатили власти города Сими-Вэлли в Калифорнии за то, что Коули отсидел в тюрьме 39 лет за преступление, которого не совершал.

Кроме того, не стоит забывать, что с большими деньгами приходит большая ответственность. В Америке знают это очень хорошо. Миллиардеры должны верно расставить приоритеты. Есть вещи поважнее богатства, а деньги лишь средство для их достижения. Наглядный тому пример – Клятва дарения. В 2010 г. два богатейших на тот момента человека в мире, создатель Microsoft Билл Гейтс и крупный инвестор Уоррен Баффет, решили

...помочь решить самые насущные проблемы общества, предложив самым богатым людям и семьям мира пожертвовать более половины своего богатства на благотворительность либо в течение своей жизни, либо в соответствии с их последней волей.

Как и полагается, начали они с себя. Половина всех денег Гейтса уйдет в благотворительный фонд, а его дети получат все-

го лишь по 10 млн долларов. А вот Баффет жертвует 99% своего состояния. Клятву дарения дали уже более 200 миллиардеров со всего мира. Среди них Илон Маск, Марк Цукерберг и даже российский предприниматель Владимир Потанин. Правда, некоторые среди этих миллиардеров-альтруистов руководствовались отнюдь не благими намерениями. Так, например, дедушка Пэрис Хилтон, которому принадлежала международная сеть отелей и гостиниц Hilton, решил оставить внучку без наследства в качестве наказания. Пэрис на протяжении долгих лет упорно доказывала общественности и своим родным, что не умеет должным образом распоряжаться деньгами, которые ее только портят. В итоге она упустила крупную сумму, которая пойдет на благотворительность.

А что делать тем, кто родился и вырос в менее обеспеченных семьях? Упорно работайте – и вам воздастся! Ни в коем случае не отчаивайтесь! Пусть сейчас никто не может по достоинству оценить то, что вы делаете. Не опускайте руки, даже если уже поняли, что жизненной дистанции не хватит для нужного разгона и достижения в конечном итоге успеха. Всегда есть возможность быть признанным после смерти! Вам будет все равно, но это хоть какое-то утешение. В Америке множество примеров людей, получивших сполна славы, не доданной при жизни: музыкант Джефф Бакли, художник Генри Даргер, писатели Эдгар Аллан По и Генри Дэвид Торо. Все они едва сводили концы с концами, не сумев достаточно заработать на своем творчестве. Но после смерти они стали культовыми фигурами. Соединенные Штаты продолжают выплачивать свой долг тем, кого не смогли по достоинству оценить при жизни.

* * *

В 1907 г. президент США Теодор Рузвельт выступил против использования на монетах девиза “In God We Trust”. Рузвельт посчитал, что деньги – неподобающее место для упоминания имени Господа. Очевидно, президент забыл, что когда-то это был своего рода компромисс. Во время Гражданской войны 1861–1865 гг. имя Божие хотели включить в Конституцию США (что противоречило бы праву на свободу вероисповедания), но попытка провалилась, и Богу предоставили почетное место на монетах страны. Такова Америка. Страна, где деньги и богатство – это часть национальной культуры и истории, так же как и право на счастье простых людей, превращающих мечту о лучшей жизни в реальность.

Для дальнейшего изучения

Генри Форд. Моя жизнь, мои достижения. М., 2018.

Carnegie D. How to Win Friends and Influence People. N.Y., 1936.

Hill N. Think and Grow Rich. Meriden, Conn., 1937.

McKee R. Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting. N.Y., 1997.

Rockefeller J.D. Random Reminiscences of Men and Events: Autobiography. N.Y., 1909 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gutenberg.org/files/17090/17090-h/17090-h.htm>

Электронный ресурс

Видеолекция 9. Yes, I can! Психология достижений в американской культуре [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/ocwM6yhpaZw>

Тема 10. Как медиа в США
превращают идеи в товар.
Инструкция по применению

Американцы – пожалуй, самая предприимчивая нация в мире. Недаром в США научились извлекать выгоду из всего, будь то пост в Твиттере или чувство патриотизма. Случись что (особенно если дело касается социально значимых событий), тут же раскручивается медийный маховик: главный герой становится популярным в социальных сетях, затем в дело вступают журналисты, шокирующие нас добытыми подробностями, а кинопродюсеры покупают права на экранизацию произошедшей истории.

Общество потребления предлагает нам удобоваримые продукты: простые в понимании, привлекательные внешне и всецело захватывающие наше внимание. От нас больше не требуется думать, но только потреблять. Осознанным становится не восприятие тех или иных событий и явлений, но само потребление. Выберите то, что вы хотите, а «дальше действовать будем мы». Интересно про Чернобыль? Пожалуйста! Специально для вас одноименный сериал. Дополнительно можно ничего не читать и не смотреть, ведь вы и так все знаете, верно? Что-то более актуальное? Пожалуйста! Вам тут и документальные фильмы, и художественное кино, и журналистские расследования. В общем, выбирайте!

Правда, теперь и сам выбор остается, увы, не за нами. Система рекомендаций в социальных сетях все более точно определяет наши интересы, о которых порой мы сами даже не подозреваем. Она предлагает нам соответствующий контент, тем самым сужая нашу картину мира, делая ее менее разнообразной.

Нижеследующая инструкция предлагает несколько правил, которые помогут пользователям понять, как именно телевидение, кинематограф и интернет монетизируют американские идеи и ценности, превращая их в товар. Данная инструкция не является руководством к действию, но обрисовывает общие закономерности того, как именно американцы (а вместе с ними и мы) потребляют информацию. У читателя есть уникальная возможность принять участие в творческой лаборатории и стать соавтором текста, сформулировав на основе изложенных далее фак-

тов и историй собственное мнение об острых социальных проблемах и культуре США в целом. Непозволительная роскошь в наши дни, скажу я вам!

Примечание: американцы всегда с большим вниманием относятся к различным правилам. Раз написано – будь любезен соблюдать. В России же не любят читать инструкции. Но правила знать надо хотя бы для того, чтобы их нарушать. А это дело мы любим!

Правило № 1: где больно, там и прибыльно

В 1936 г. американский кинопродюсер Ирвинг Тальберг, которого называли «вундеркиндом Голливуда» за его нюх на успешные картины, не стал приобретать права на экранизацию романа Маргарет Митчелл «Унесенные ветром», заявив, что «ни один фильм о Гражданской войне никогда не принес ни цента». Позже Гэри Купер отказался от главной мужской роли в «Унесенных ветром», посчитав, что картина станет «самым сокрушительным провалом в истории Голливуда». А затем добавил: «Я рад, что все шишки посыплются на Кларка Гейбла, а не на меня»²⁴.

Как же они ошибались! В наши дни трудно себе представить, чтобы американские продюсеры и актеры так опрометчиво обошлись с фильмом, рассказывающем о столь важных исторических и социальных проблемах США (и, следовательно, обладающим коммерческим потенциалом), и отвергли предложение с подобной формулировкой.

Сегодня в Голливуде востребованными оказываются картины, затрагивающие актуальные общественные вопросы. Американцы склонны к саморефлексии, которая в значительной степени помогает им усваивать демократические ценности и идеи равноправия, а также отвечать на социальные вызовы. Теперь киноистории в обязательном порядке должны быть связаны с актуальным настоящим. Контекст стал определять кассовый успех картины. Американских сценаристов учат писать о том, что они хорошо знают (т. е. кино перестает быть исследованием нового), а голливудские продюсеры считают рентабельными только картины о социальных проблемах, если это, конечно, не разбитый

²⁴ Эко У. Картонки Минервы. Заметки на спичечных коробках. СПб., 2010. С. 307.

на несколько частей блокбастер. Раньше Альфред Хичкок шокировал людей спуском воды в туалете («Психо» стал первым американским фильмом, в котором показали унитаза) и убийством главной героини на сорок восьмой минуте фильма. Сегодня же кино обязательно должно убеждать зрителя в чем-то, хотя о практической пользе искусства давно уже никто всерьез не говорит.

Кроме того, социальность становится критерием оценки художественной ценности. На премии Оскар в 2019 г. из восьми картин, претендовавших на статуэтку в номинации «Лучший фильм», только одна картина не имела ярко выраженного социального подтекста – ремейк одноименного фильма 1937 г. «Звезда родилась». А последний раз фильм, не затрагивающий актуальной проблематики, получал главную награду пять лет назад – это картина Алехандро Иньярриту «Бёрдмэн, или Неожиданное достоинство невежества». Отныне на вручении Оскара именно такие фильмы становятся объектом дискриминации.

Симптоматичен и тот факт, что профессионалы кино- и телеиндустрии раскритиковали развязку «Игры престолов» из-за того, что сценаристы предложили главному конфликту сериала, который носил социальный характер, психологическое разрешение. Создатели изменили сам способ рассказывания истории, которого придерживались на протяжении нескольких сезонов, основанных на литературном источнике. В финальном сезоне из героев-функций, чьи мотивы и действия определялись исключительно их социальным положением, сценаристы попытались создать живые характеры, противоречивые в своих желаниях и поступках. Этот эксперимент обернулся недовольством всех: и артистов, снимавшихся в «Игре престолов», и фанатов сериала.

Французский философ Жан Бодрийяр, исследовавший изменения, связанные с возникновением общества потребления, полагал, что художественные достоинства никоим образом не связаны с той социальной проблемой или тематикой, которых касается произведение искусства. Все потому, что после банок с супом Энди Уорхола искусству

...не надо больше задаваться вопросом о красоте или безобразии, о реальном или вымышленном, о превосходстве или несовершенстве, подобно тому, как византийские иконы позволяли не задаваться больше вопросом о существовании Бога, но люди при этом не переставали верить в Него. Это и есть чудо. Наши образы похожи на иконы: они позволяют нам продолжать верить в искусство,

избегая при этом вопроса о его существовании. Таким образом, быть может, следует рассматривать все наше современное искусство как ритуал, придавая значение лишь его антропологической функции и не высказывая никаких суждений эстетического характера²⁵.

Таким образом, для современного американского общества более важным оказываются только затрагиваемые в кино и сериалах проблемы, нежели их художественная ценность. Чем лучше эти проблемы высвечены, тем качественнее кажется содержание. Поэтому на телевидении и в кинематографе социально значимые вопросы из второстепенных или вовсе периферийных стали центральными.

Во многом этим объясняется возросший в Голливуде спрос на жанровые фильмы, которые будто возвращают нам понятия «добра» и «зла», утраченные в реальном мире. Авторское кино такие вопросы не интересуют: оно глубже и сложнее извечного противостояния «тьмы» и «света», где нет места для оттенков и полутонов. Даже истории злодеев, природа которых исследуется во многих картинах (например, «Малефисента», «Гадкий Я», «Джокер» и др.), неизбежно приводят нас к простой мысли о банальности зла. В этом плане анализ актуальных вопросов дает возможность американцам усовершенствовать систему, решив существующую проблему. Но в то же самое время медиа не всегда верно рассказывают об этой самой проблеме. Почему? Читай правило № 2.

Правило № 2: как нельзя освещать проблемы

Итак, мы выяснили, что медиа в США нацелены на освещение актуальных социальных вопросов. Теперь давайте узнаем, как именно представлены эти самые проблемы в американской культуре и почему способы их репрезентации несовершенны. Рассмотрим на примере жестоких преступлений.

В последние несколько лет в США все более популярными становятся многосерийные документальные фильмы о реальных преступлениях (на английском языке жанр называется “true crime”). С одной стороны, такая тенденция связана с абсолютной верой американцев в ценность человеческой жизни. Соединенные

²⁵ Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М., 2014. С. 28.

Штаты с их планетарными устремлениями, тем не менее, лучше других вняли завету Иосифа Бродского, что «мир, вероятно, спасти уже не удастся, но отдельного человека – всегда можно»²⁶. Если современные российские медиа (от телевидения до интернета) не могут существовать без звезд (даже в форматах тех шоу и программ, где их участие не обязательно: например, в «Кто хочет стать миллионером?»), то американские медиа все чаще говорят о пресловутом «маленьком человеке» – воплощенном символе идей гуманизма.

С другой стороны, преступления, в частности серийные убийства, стали в определенной степени приметой настоящего времени. Общество потребления, зародившееся в США в 1920-е гг. и окончательно сложившееся к 1970-м, в значительной мере изменило способы взаимодействия людей. Возникновение транснациональных корпораций (от McDonald's до Google) и процесс глобализации (от чартерных рейсов до появления Интернета) ослабили значение государства как такового и способствовали созданию нового социального порядка и, соответственно, развитию нового типа личности – уже не гражданина своей страны, но потребителя. Потребление и связанное с ним чувство эйфории стали определяющими факторами в общении людей. Мы больше не подавляем собственные желания и влечения, но выражаем их внешне и без всяких посредников. В самом акте потребления человек сливается с товаром. То, что мы едим, одежду какой марки носим, какие сериалы обсуждаем – все это определяет нас, отвечая на вопрос «Кто я есть?». Серийный убийца аналогичным образом сливается со своей жертвой.

Примечательно, что именно в 1970-х гг. Америка переживает серьезный кризис идентичности. С одной стороны, достигнуты грандиозные успехи в борьбе за гражданское равноправие. С другой – война во Вьетнаме проиграна, экономика переживает не лучшие времена, а Уотергейтский скандал приводит к отставке президента Ричарда Никсона.

Именно в это нестабильное время Соединенные Штаты накрыла волна насильственных преступлений нового типа. Нераскрытые дела множились. Росла общественная напряженность. В попытке поменять привычную тактику следствия Федеральное бюро расследований (ФБР) создает Отдел бихевиористики – науки, которая занимается изучением поведенческих особенно-

²⁶ Бродский И.А. Нобелевская лекция [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nobelprize.org/prizes/literature/1987/brodsky/25498-joseph-brodsky-nobel-lecture-1987/> (дата обращения 24.04.2021).

стей человека. Два специальных агента – Джон И. Дуглас и Роберт Ресслер – приступают к созданию психологических портретов преступников. Для исследования их мотивов и выяснения более детальных обстоятельств дел Дуглас и Ресслер проводят интервью с 36 пойманными на тот момент серийными маньяками. В ходе разговоров с убийцами становятся очевидными связь преступника с жертвой, влияние детских травм на их поведение, а также способ совершения и сокрытия преступления исходя из личностных особенностей маньяка.

Таким образом, серийный убийца определяется не числом совершенных преступлений, но самим характером убийств. Задолго до появления общества потребления, скажем, орудовал Джек Потрошитель. В наше время убийство становится товаром. Причем сразу в двух смыслах. Во-первых, преступления широко освещаются американскими СМИ и тем самым популяризуют маньяков. Тема насильственной смерти увеличивает продажи газет, повышает рейтинги телевизионных каналов и помогает фильмам собрать приличную кассу в кинотеатрах. При этом большинство преступников борются именно за внимание прессы, поскольку считают себя обделенными должным признанием их «заслуг». Медиа собственными руками порождают монстров. Кроме того, особо впечатлительные женщины, испытывающие обостренное чувство материнской заботы, влюбляются в серийных убийц. Пожалуй, это мало чем отличается от импульсивного желания купить себе платье «Жизель» в магазине на диване.

Во-вторых, журналистское смакование подробностей преступлений будоражит особо впечатлительных, которые с целью столь же оглушительного успеха повторяют убийство в точных деталях. Общество потребления по инерции продолжает соблазнять публику, даже когда речь идет о человеческой жизни, а не о сорте томатов. Эта суггестивная особенность, т. е. способность убеждать и быть внушаемым, – пожалуй, самое опасное из всех последствий разнообразия в супермаркете и доступности информации.

Рассмотрим на примере. В 1985 г. житель округа Манитовок, штат Висконсин, Стивен Эйвери был приговорен к 32 годам тюрьмы за изнасилование и попытку убийства молодой девушки. Эйвери настаивал на своей непричастности к этому преступлению. Через 18 лет на основании теста ДНК Эйвери был признан невиновным. В 2003 г. он выходит на свободу и подает иск против округа с требованием многомиллионной компенсации за годы, проведенные в тюрьме. Начинается судебная тяжба с властями штата.

31 октября 2005 г. пропадает Тереза Холбак. Последний раз девушку видели у Эйвери. Затем на его территории следователи обнаружили автомобиль Холбак и округ, как и много лет назад, предъявил обвинения Стивену Эйвери, который продолжал стоять на своей невинности и в ответ обвинять округ Манитовок в попытке избежать финансовой ответственности, связанной с его иском. Тем не менее в 2007 г. Эйвери был признан виновным в убийстве Терезы Холбак и приговорен к пожизненному заключению.

В 2015 г. Netflix выпустил о деле Эйвери документальный сериал «Создавая убийцу». Тут-то и начинается самое интересное! Неоднозначность истории привлекла внимание американской общественности. Популярные артисты выступили в поддержку Стивена Эйвери (правда, на постах в Твиттере все благополучно и закончилось). Журналисты обратились к действующему в то время президенту США Бараку Обаме с просьбой помиловать невинного (Обама ответил отказом, поскольку дело находилось в компетенции штата, а не федеральных властей). Соединенные Штаты в едином порыве требовали восстановить справедливость, которая долгих восемь лет до выхода сериала никого не заботила.

Чем объясняется такое внимание к делу Эйвери? Истории известны случаи, когда невинность затрагивала важные общественные проблемы. Так, например, случилось с Жаном Каласом, ставшим жертвой религиозной предубежденности и нетерпимости. Тогда французский писатель Вольтер смог посмертно реабилитировать невинного. Аналогичным образом развивались события в «деле Дрейфуса» – обвинении, сфабрикованном на основании антисемитских настроений. Уголовное преследование Эйвери оспаривало саму идею справедливого и независимого правосудия в США. Американцы хотели удостовериться в честности судебной системы, которая, тем не менее, допустила конфликт интересов, возникший в ходе разбирательств: могут ли следователи, обвиняемые в махинациях в рамках одного дела, расследовать другое преступление, совершенное якобы тем же человеком? На этом вопросе вся неоднозначность истории Стивена Эйвери заканчивается. И начинается манипуляция общественным сознанием.

Документальное кино как жанр обладает одной очень важной особенностью – оно убеждает зрителя в достоверности изображаемого. Следственные эксперименты, допросы, съемки с заседаний суда – все эти видеоматериалы, фиксирующие важные этапы расследования, на самом деле подлинно не отражают ре-

альность. Даже судебные разбирательства, которые транслируются по американскому телевидению в прямом эфире, не способны дать объективной картины. Во-первых, потому что это монтаж, т. е. отбор значимой информации. Онлайн-трансляции также монтирует режиссер (он выбирает планы и переключается между камерами). Во-вторых, даже очный свидетель не может объять всю полноту момента: например, увидеть реакцию свидетеля и одновременно выражение лица обвиняемого. Так что в большей или меньшей степени документальное кино субъективно, хотя и должно стремиться к сбалансированной истории.

«Создавая убийцу» позволил многим американцам обмануться. Создатели сериала доказывали не отсутствие вины подсудимого, а незаконность обвинения. Они убеждали, что улики подбросили полицейские, а показания свидетелей были выбиты под давлением. Будьте уверены, что, если бы этот процесс широко освещался непосредственно во время следствия, а не много лет спустя, журналистам удалось бы перетянуть на свою сторону симпатии общественности, которая в подобных случаях, оказывая давление на суд присяжных, и решает исход дела, как это было в случае О. Джей Симпсона. Но увы. Эйвери приходится бороться из тюрьмы.

Вышедший в 2018 г. второй сезон полностью построен на аргументах адвоката Эйвери Кэтлин Зеллнер, которая использует сомнительные, а порой и вовсе псевдонаучные методы для доказательства невинности своего клиента. Авторы сериала не подвергают их даже минимальному сомнению и продолжают уверять зрителя исключительно в невинности Стивена Эйвери. И это верно! Ведь кто бы в таком случае стал смотреть документальный фильм про раскрытое преступление, где все чинно и благородно? Другое дело – невинно осужденный!

Кроме того, не следует путать доказательство вины в рамках системы правосудия США и реальное положение дел. Кто-то действительно мог убить другого человека, но доказать в суде это, например, нельзя (у обвинителей не хватает доказательств), и преступник остается на свободе. Такова презумпция невинности – один из основных правовых принципов. Согласно ему, Эйвери является убийцей. Но под сомнением остается вопрос о том, действительно ли он совершил это преступление.

Власти округа Манитовок считают, что да. Создатели сериала уверяют в обратном. Каждый исходит из предпосылок о виновности или невинности Эйвери и соответственно трактует факты. Но факты – это то, что сопротивляется интерпретации. Чтобы понять, что же случилось на самом деле с Терезой Холбак, необхо-

димо сопоставить всю имеющуюся информацию. Это было бы справедливо, как минимум, по отношению к жертве.

В 2017 г. Netflix выпустил пародию на «Создавая убийцу» – псевдодокументальный мини-сериал «Американский вандал». В центре этой вымышленной истории – старшеклассник Дилан Максвелл, которого администрация школы из-за его репутации задиры и двоечника обвиняет в акте вандализма – якобы Максвелл баллончиком с краской нарисовал пенисы на автомобилях учителей. Если для преподавательского состава школы дело более чем ясное, то для одноклассника Дилана Питера Мальдонадо все не так уж очевидно, и он решает детально расследовать, что же на самом деле произошло и кто в этом виноват. Питер Мальдонадо преисполнен желанием стать профессиональным журналистом, а потому опирается исключительно на факты, не боясь подозревать ни собственных друзей, ни пользующихся авторитетом учителей.

Главное, что показывает «Американский вандал» – это то, каким именно необходимо было сделать сериал «Создавая убийцу». Здравый смысл, лишенный предубеждений и ложной миссии, стал пародией на жизнь. Реальному миру следовало бы поучиться у мира вымышленного. И будьте уверены, что Америка не постесняется и возьмет пару уроков!

Правило № 3: как замаскировать проблему

Как мы видим, неточное отражение в медиа проблем американского общества осложняет пути их решения. Кто-то и вовсе не ставит перед собой задачу найти ответы на насущные вопросы, но упорно пытается адаптироваться к изменяющимся социальным и культурным условиям, а это дело не из легких. Потому неудачных попыток встроиться в актуальную повестку более чем предостаточно. Давайте же рассмотрим их! С меня примеры, а выводы остаются за вами!

Вот канонический случай. Американский бренд Victoria's Secret, известный в первую очередь благодаря своим коллекциям женского нижнего белья, испытывает значительное давление общественности в последние несколько лет. Компания на протяжении долгого времени отбивалась от требования соблюдать принципы инклюзивности. Не рассчитав репутационные риски, маркетинг-директор Victoria's Secret Эдвард Разек в грубой форме отвергал саму возможность допуска к участию в шоу, например, моделей plus-size. Позже Разек осознал свою ошибку, публично

принес извинения и анонсировал первую корпулентную манекенщицу, которая на поверку оказалась девушкой средних форм. Положение бренда это не исправило. Ко всему прочему Victoria's Secret обвиняли в использовании детского труда и ядовитых веществ при производстве нижнего белья. В довершение к этому несколько моделей заявили о домогательствах со стороны организаторов показа, а исполнительный директор бренда оказался связан с делом Джеффри Эпштейна. Напряжение достигло такого предела, что компания сперва отказалась от телевизионной трансляции ежегодного шоу, а затем и вовсе отменила показ в 2019 г. Victoria's Secret не захотела адаптироваться к изменяющемуся социальному контексту. Позиция компании, которая не менялась с 1990-х гг., стала не просто неактуальной в 2019 г., она стала оскорбительной. Это раньше мало кого смущал, к примеру, антисемитизм Генри Форда. Сегодня же идеология определяет успех бизнеса.

Есть более удачные примеры адаптации. Хотя и они грешат некоторой манипулятивностью. Недавно 45-летняя модель Тайра Бэнкс снялась в откровенной фотосессии для американского журнала "Sports Illustrated Swimsuit", став самой возрастной моделью когда-либо появлявшейся на обложке издания. Таким образом она выразила поддержку всем тем, «кому говорят, что они недостаточно хороши из-за того, что у них неподходящее тело, возраст или что угодно еще». Позиция Тайры Бэнкс была принята общественностью на ура, по-видимому забывшей, как на протяжении многих лет в телевизионных шоу Бэнкс страдала моделей за лишний вес и особенности внешности. Быстро же умеют переобуваться манекенщицы!

Другой пример связан с не менее актуальным вопросом экологии. В июне 2018 года британское отделение "McDonald's" объявило о замене пластиковых соломинок на бумажные как части предпринимаемой компанией политики по защите окружающей среды. Через год "McDonald's" пришлось признать, что новые бумажные соломинки не подлежат переработке, в отличие от замененных пластиковых. Оказалось, что сам материал переработать можно, но трубочки настолько тонкие, что существующие аппараты по утилизации отходов не справляются с ними. К слову, клиентам нововведение тоже не понравилось. Дело в том, что бумага, из которой изготовлена соломинка, быстро разбухает, поэтому долго пользоваться ей нельзя. Что ж, всегда можно купить на "Amazon" копеечный набор соломинок многоразового пользования или вдарить по тяжелому люксу и заказать себе трубочки от модного дома "Dior" за 150 долларов. Общество потребления как оно есть!

Маскировка проблем во многом откладывает их решение. Расовый вопрос в США до сих пор остается актуальным, и английский язык подтверждает сложность борьбы афроамериканцев за равные права. Политически корректные термины, которые использовались для обозначения темнокожего населения Америки, долгое время эволюционировали: сменяя одно другим, они знаменовали новый виток в расовой политике Соединенных Штатов. Каждое из этих промежуточных слов (например, «цветной») постепенно обрастало негативными коннотациями (в данном случае термин был связан с эпохой сегрегации) и тут же переставало быть приемлемым. В конце концов, афроамериканцы получили заслуженное право именоваться так, как они сами того хотят, и мы должны уважать их желание. Но косметические изменения языка не меняют сути проблемы, о чем не следует забывать. Тем не менее политкорректные термины множатся. Все новые и новые слова ежегодно включаются в словари. Упомнить их все невозможно, да и зачем? Ведь чтобы не оскорбить человека, достаточно хорошего воспитания, которое не позволит вам обсуждать чью-то внешность, происхождение, а также его или ее политические и религиозные взгляды. Американцам хватает чувства юмора, чтобы здраво оценить эту тенденцию, и наряду с новыми политически корректными выражениями появляются шуточные. Так, «заклоченного» предлагается называть «клиентом исправительной системы», «пожилого» – «хронологически одаренным», а «белого» – «обделенным меланином». Еще непонятно, что обиднее: само понятие или его политкорректный эквивалент. Но веселее – однозначно последнее.

Бывает и другой вариант, когда нечто, мало имеющее отношение к реальной социальной проблеме, все же маскируется под нее и тем самым, наносит серьезный ущерб обществу.

8 сентября 2018 г. состоялся финал Открытого чемпионата США по теннису среди женщин. В решающем матче сошлись молодая японская теннисистка Наоми Осака и американская легенда Серена Уильямс. Родные трибуны поддерживали отечественную спортсменку, в победе которой над неопытной соперницей мало кто сомневался. Тем не менее стартовый сет сенсационно остался за японкой. Тогда тренер американки Патрик Муратоглу решил нарушить правила и подсказать ей, как надо действовать в матче, чтобы изменить ход поединка. Подсказку заметил португальский судья Карлос Рамос и вынес Серене устное предупреждение. Уильямс попыталась убедить Карлоса Рамоса в том, что она не смотрела на тренера (камеры после матча показали обратное) и вообще «никого и никогда не обманывала», что, конечно, уже зву-

чит как ложь (врут все). Уильямс не удалось оспорить это решение. Но даже выплеснув свое недовольство, Серена не смогла заиграть лучше. Переполненная эмоциями от поражения в первой партии Серена Уильямс после очередного неудачного розыгрыша разбила ракетку о корт, за что судья вынес ей второе предупреждение, но уже с потерей очка. Исчерпав все доступные аргументы в общении с рефери, она обвинила судью в воровстве и сексизме. За свою пламенную речь Серена поплатилась штрафным геймом и, в итоге, не смогла взять титул.

После матча теннисистка не признала своей вины, добавив к своему списку обвинений еще и расовый компонент. Карлос Рамос, который действовал строго согласно регламенту, подвергся травле со стороны фанатов спортсменки и некоторых журналистов. Сам судья не имел возможности прокомментировать ситуацию, поскольку по правилам не может делать заявления в прессе, чтобы оставаться независимым. И Серена воспользовалась этим.

Уильямс не первый раз вела себя подобным образом, но примечательно, что каждый раз такого рода скандалы случались именно на ее родном турнире в Нью-Йорке. На финале Открытого чемпионата США в 2011 г. Серена грубо оскорбляла рефери на вышке, а в полуфинале 2009 г. – угрожала линейной судье «запахнуть в глотку мячик»²⁷. Вместе с тем Серена Уильямс была и остается примером выдающейся спортсменки. Но именно этой поддержкой и собственным авторитетом она пользовалась самым ужасным образом у себя дома в Америке.

Серена всегда была в авангарде борьбы за равноправие. Она вернулась в теннис после тяжелых родов с целью доказать, что рождение ребенка не препятствие для продолжения своей спортивной карьеры, а стимул для новых побед. Но Уильямс так и не поняла, что своим поступком она обесценивает значимость того, о чем говорит. Ее речь о проблемах женщин, на поддержку которых со стороны публики она рассчитывала, не имели ничего общего с теми событиями, что произошли на корте. Серена внаглую воспользовалась болезненной для американок темой как самым простым способом объяснить себе и зрителям, что Уильямс не может проиграть, но ее могут засудить.

Говорить о проблемах стоит. Но говорить стоит своевременно, и делать это надо не для собственной выгоды, ведь именно подобное поведение низводит на нет все попытки решить важные

²⁷ Kim Clijsters VS Serena Williams Highlight 2009 SF [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/GTc-gv8tNWQ> (дата обращения 24.02.2021).

социальные вопросы. Так в США происходит с борьбой против сексуального харассмента. Например, кинокомпании отказываются сотрудничать с теми, кто подозревается в домогательствах, не потому что все они убеждены в недопустимости такого поведения, но по причине того, что их бизнес понесет сперва репутационный, а затем и материальный ущерб. Противники подобных мер твердят про презумпцию невиновности обвиняемых в домогательствах. Собрать доказательства для суда в таких делах действительно крайне сложно, но про Харви Вайнштейна все знали и до движения #MeToo. Знали и молчали. Жертвы насилия молчали по понятным причинам, но все остальные... Еще в 2013 г., за четыре с лишним года до разгоревшегося скандала, ведущий церемонии Оскар Сет Макфарлейн во время объявления шорт-листа в номинации «Лучшая женская роль второго плана» пошутил: «Поздравляю! Вам пятерым, дамы, больше не придется притворяться, что вас привлекает Харви Вайнштейн»²⁸. Люди в зале смеялись, а значит, были в курсе происходящего. Как и режиссер Квентин Тарантино, который позже заявил, что знал о факте домогательств, но продолжал работать с Вайнштейном, о чем сейчас глубоко сожалеет.

25 января 2019 г. на американском кинофестивале «Сандэнс» состоялась премьера документального фильма «Быть Харви Вайнштейном». Фильм примечателен тремя моментами. Во-первых, его сделали британцы. Американцы не успели, не смогли или не захотели. Во-вторых, никто из знаменитостей, заявлявших о домогательствах со стороны Вайнштейна (например, Анджелина Джоли или Гвинет Пэлтроу), не принял участия в картине. По словам создателей фильма, многие представители киноиндустрии отказались давать интервью, попросту испугавшись последствий. В-третьих, жертвы харрасмента, которые все же осмелились рассказать на камеру о произошедшем, сталкиваются с нехваткой языковых средств, чтобы описать случившееся и выразить свои чувства. Проблема совершенно не проговорена и, значит, не осмыслена в полной мере. Женщины первыми пытаются найти нужную тональность и подобрать верные слова, чтобы как можно точнее передать весь ужас того, что они пережили. Окружение же Вайнштейна, наоборот, с легкостью объясняет свое бездействие. Одни оправдываются принятыми прежде этическими нормами. Другие же полагали, что женщины по своей воле и для собственной выгоды шли на секс с продюсером.

²⁸ The 2013 Oscar Nominations [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SzNoT3Zcw2A> (дата обращения 24.02.2021).

Впрочем, взаимные обвинения тоже делу не помогают, а только уводят от сути проблем, разделяя американцев на «своих» и «чужих». Настанет день, когда «обделенный меланином» Вайнштейн пополнит ряды «клиентов исправительной системы», где станет «хронологически одаренным». За этим малым последует большее, но за одной проблемой всегда будет другая.

Золотое правило

На самом деле нет никакой разницы, следуем мы правилам, как это делают американцы, или их нарушаем, как то любят русские. Самих правил давно уже нет! В 1968 году, когда в США уже окончательно сформировалось общество потребления, мир сотрясли студенческие волнения в Париже, ввод советских войск в Прагу, а также американские протестные движения за гражданские права афроамериканцев и против войны во Вьетнаме. Люди испытали кризис доверия к большим идеям вроде коммунизма. Вместе с ними канули и всякие общие нормы и законы.

Отличной иллюстрацией этому может служить короткий рассказ американского писателя Дональда Бартельми «Стеклянная гора». Эта история, изложенная в ста предложениях, каждое из которых старательно пронумеровано автором, повествует о человеке, взбирающемся на стеклянную гору. Наверху он ожидает увидеть замок из чистого золота, а в покоях – магический символ. Но дойдя до конца, герой испытывает разочарование. Символ оказывается пустышкой, и герой выбрасывает его вниз к подножию горы. Кажется, что восхождение было бессмысленным, а каждый из ста шагов к заветной вершине – лишним. Но только так, пройдя весь путь от начала до конца, можно двигаться дальше, как сделал это читатель данного текста.

Вывод, к которому пришли вы, мой дорогой соавтор, а вместе с вами и я, парадоксален. Отсутствие правил и законов вовсе не означает, что Серена Уильямс была наказана за зря, а Стивен Эйвери должен быть на свободе вместо Харви Вайнштейна. Это противоречие мира и есть самая дорогая ценность, которую все мы обязаны оберегать.

Для дальнейшего изучения

- American Vandal, 2017–2018. Реж. Тони Ясенда [Электронный ресурс]. URL: <https://www.netflix.com/ru/title/80117545>
- Baudrillard J.* The Transparency of Evil: Essays on Extreme Phenomena. N.Y., 2009.
- Beard H., Cerf C.* The Official Politically Correct Dictionary and Handbook. N.Y., 1992.
- Eco U.* On Political Correctness // Turning Back the Clock: Hot Wars and Media Populism. N.Y., 2010.
- Making a Murderer, 2015–2018. Реж. Лаура Риккарди, Мойра Демос [Электронный ресурс]. URL: <https://www.netflix.com/ru/title/80000770>
- Tufekci Z.* The Real Reason Fans Hate the Last Season of Game of Thrones [Электронный ресурс]. URL: <https://blogs.scientificamerican.com/observations/the-real-reason-fans-hate-the-last-season-of-game-of-thrones/>
- Untouchable (реж. Урсула Макфарлейн, 2019).

Курс 5

Массовая культура в США
как национальный проект
и предмет экспорта

А.Б. Окунь

А.С. Панов

Кажется, мы знаем все об американской популярной культуре. Но так ли это? Курс позволит вам раскрыть секреты голливудской кинокухни, познакомиться с основными жанрами американского кино, его героями, звездами и злодеями. Вы окажетесь на Диком Западе и Бродвее, побываете на американском телевидении, пообщаетесь с героями комиксов.

Хотите разобраться в удивительном многообразии американских музыкальных традиций? Курс поможет вам в этом, вы проследите эволюцию музыкальной культуры США от ее этнических корней до современного смешения жанров и стилей. Вы узнаете, как спорт стал национальной идеей США, как спортсмены становятся кумирами и символом реализации американской мечты.

Вы погрузитесь в мир американских молодежных субкультур с их способами самореализации и самовыражения, проникните в социальные сети, позволяющие преодолеть пространство и время, все границы и барьеры.

Тематический план курса

1. Важнейшее из искусств: кино как индустрия и бренд США	149
2. Все жанры, кроме скучного: Голливуд – «фабрика грез» или энциклопедия американской жизни	168
3. Культурное наследие Дикого Запада	187
4. Весь мир – театр: Бродвей как символ американской культуры	200
5. Зеркало или окно в мир: американское телевидение	221
6. Мир в картинках: как комикс завоевал Америку и мир	239
7. Музыка на все вкусы и времена: от джаза до рэпа	260
8. Сотворение кумиров: спорт как национальный проект	282
9. Фрики и гики: молодежная субкультура в Америке	303
10. Социальные медиа как новое измерение массовой культуры США	326

Тема 1. Важнейшее из искусств: кино как индустрия и бренд США

В начале мая 1893 г. в Бруклинском институте искусств и науки Томас Эдисон провел первый публичный показ фильма, снятого в «Черной Марии», первой в мире киностудии, построенной в Вест Орандже, штат Нью-Джерси. Так началась история американского кино. В тот момент никто даже в самых смелых мечтах не мог и предположить, к каким грандиозным изменениям в жизни американского общества приведет это событие.

Рождение американского кинопроизводства

Как и многие другие явления современного мира, кинематограф родился и получил распространение в эпоху индустриальной революции конца XIX в. Томас Эдисон, приложивший руку ко многим инновациям того времени, сыграл важнейшую роль и в появлении кино. Именно в его лаборатории под руководством Уильяма Диксона были разработаны первые аппараты для съемки и показа фильмов – кинетограф и кинетоскоп. Диксон стал первым режиссером и продюсером в истории американского кино, получившим авторские права на свои фильмы. Они представляли собой короткие, продолжительностью в несколько секунд, эпизоды самого разного содержания.

Эдисон и Диксон предвосхитили многие технологические киноинновации более позднего времени. Они пытались соединить кинетоскоп с фонографом для синхронизации изображения со звуком, создав кинетофон и первый протозвуковой фильм. Проводились и эксперименты с цветом. Так, в 1895 г. появился первый в истории колоризованный фильм «Танец Лои Фуллер», кадры которого были раскрашены вручную.

Однако все это не могло компенсировать один крайне важный недостаток конечного продукта. В отличие от современных фильмов, скетчи, снятые на камеру в лаборатории Эдисона, не

предназначались для массового показа. Кинетоскоп представлял собой большую деревянную коробку с окулярами. Он был разработан для использования в специальных салонах. Внутри них обычно стояло несколько машин, что создавало условия исключительно для индивидуального просмотра. Заплатив 25 центов, зритель получал возможность смотреть короткие фильмы, переходя от одного аппарата к другому и вглядываясь в маленькие линзы окуляров.

Дистрибуция кинетоскопов производилась по той же схеме, что и продажа фонографов, на которых можно было послушать речь и музыку через специальную трубку. Обе инновации Эдисона были предназначены для индивидуального использования. В 1894 г. началось коммерческое использование кинетоскопов. Первые салоны были открыты сначала на Бродвее в Нью-Йорке, а затем и в других городах страны.

Кинетоскопы стоили примерно 250 долл., в то время как фильмы, которые можно было на них посмотреть, не более 15 долл.¹ Так что Эдисон был заинтересован в том, чтобы его технология задержалась на рынке как можно дольше, а устройства для коллективного просмотра не выходили в продажу. В этом «волшебник из Менло Парка», как его называли, потерпел неудачу.

Появление кинетоскопа вызвало огромный интерес к кинематографии, и вскоре изобретатели по обе стороны Атлантики, такие как братья Люмьер и Томас Армат, стали придумывать свои устройства для записи и просмотра фильмов. В отличие от Эдисона, они ориентировались на массового зрителя и основывались на проецировании изображения на большой экран высотой от 180 до 270 см. Так начиналась эра кинематографа.

Колыбелью американского кино стал не Голливуд, вопреки распространенному мнению, а киностудии в штате Нью-Джерси на Восточном побережье США. Земля здесь стоила значительно дешевле, чем в Нью-Йорке, что удешевляло и процесс производства фильмов. Поэтому американские кинокомпании, которые на рубеже веков росли как грибы после дождя, стали переносить свою деятельность в Форт Ли, Нью-Джерси. Первой так поступила «Кинокомпания Калем» в 1907 г. Вслед за ней последовали и другие, превратив на короткое время Форт Ли в столицу американского кинематографа. Здесь начинали свою карьеру многие знаменитые режиссеры, продюсеры, актеры, включая Дэвида Гриффита, Дэвида Селзника, Сэмюэла Голдвина, Мэри Пикфорд, Дугласа Фэрбенкса и других.

¹ *Belton J. American Cinema/American Culture. 4th ed. N.Y., 2013. P. 7–8.*

«Кинокомпания Калем» за короткий срок своего существования отметилась и другими нововведениями: она снимала большую часть своих фильмов не в павильонах, а на открытом воздухе, и стала первой американской компанией, организовавшей производство фильмов в Европе. В 1912 г. она осуществила свой самый грандиозный проект – полнометражный фильм «От колыбели до креста, или Иисус из Назарета», снятый в Египте и Палестине.

С 1895 до 1905 г. в кинотеатры в основном ходила та же публика, что и в театры, парки развлечений и на водевили. Это был средний класс, который зарабатывал достаточно, чтобы позволить себе регулярный досуг, и имел свободное время, чтобы провести 2–3 часа, не занимаясь насущными делами².

Все изменилось в середине первого десятилетия XX в., когда в США стали открываться «никельдеоны». Так назывались небольшие кинотеатры, где билеты продавались за никель, т. е. 5 центов. Низкая цена демократизировала просмотр картин. Если ранее американский рабочий класс проводил досуг дома или в барах, то теперь ему стала доступна магия кино. В первый раз в американской истории люди из разных социальных групп, отличающиеся уровнем образования и доходов, могли разделить одно и то же увлечение. Это, в свою очередь, оказало важнейшее влияние на формирование массовой культуры, ориентированной на среднего потребителя.

К 1910 г. по всем Соединенным Штатам открылось более 10 тысяч никельдеонов, которые показывали фильмы 26 миллионам американцев еженедельно³. Сами фильмы были короткометражками довольно низкого качества и спорного содержания с точки зрения морали начала прошлого столетия. Тем не менее (а может и благодаря этому) на них сразу же возник большой спрос!

В 1908 г. главные кинопродюсеры во главе с Эдисоном создали «Компанию кинопатентов», чтобы лучше контролировать рынок. Так они препятствовали проникновению в США значительного количества фильмов из Европы, косвенным образом оказывая влияние на формирование национальной самобытной кинокультуры.

«Компания кинопатентов» стала уделять особое внимание моральному облику кино как вида досуга, делая акцент не на съемках дешевых в производстве развлекательных фильмов, а на экранизациях произведений классической литературы. Если ранее

² Ibid. P. 9.

³ Ibid. P. 10.

сюжеты большей части кинокартин основывались на известных бурлеск-шоу, скандальных случаях, попадавших на передовицы газет, и водевилях, то теперь зрители могли лицезреть, как известные им на бумаге герои Шекспира, Эдгара Аллана По, Чарльза Диккенса и Льва Толстого оживают на экране кинотеатра⁴.

«Компания кинопатентов» использовала жесткие методы в своей деятельности. Ведь правообладателем большей части технологий, необходимых для производства фильмов, был Эдисон, что позволяло приостанавливать работу тех продюсеров и дистрибьюторов, которые не отчисляли ему процент от доходов. Так, в сочельник 24 декабря 1908 г. были закрыты около 500 кинотеатров в Нью-Йорке из 800 существовавших под предлогом нарушения патентного права. День вошел в историю как «Черное рождество».

Протестуя против такой политики, несогласные с Эдисоном киностудии переходили на камеры и пленку европейского производства. Однако это не помогало. В 1909 г. «Независимые», как их стали называть, объединились в союз для совместной борьбы против «Компании кинопатентов». В конце концов в 1915 г. по результатам судебного разбирательства деятельность «Треста Эдисона» была признана незаконной, а сам он прекратил существование⁵.

Одним из важнейших решений «независимых» студий стал их переезд с Восточного побережья США в Калифорнию.

Классический Голливуд: кино как бизнес, студийная система в действии

В начале XX в. территории к западу от Лос-Анджелеса были заняты ранчо. Владелец одного из них – Хобарт Уитли – и придумал слово «Голливуд». В 1908 г. сюда стали постепенно переезжать кинопроизводители с востока США. Западное побережье оказалось подходящим местом для съемок кино: здесь было дешевле, «Компания кинопатентов» не мешала, солнце светило 300 дней в году, а растущий рядом Лос-Анджелес нуждался в развлечениях. Так началась история американской «Фабрики грез».

Первым фильмом, который был снят в Голливуде, оказалась короткометражка Дэвида Гриффита «В старой Калифорнии»,

⁴ Ibid. P. 12–13.

⁵ Monaco P. A History of American Movies: A Film-by-Film Look at the Art, Craft, and Business of Cinema. Lanham; N.Y.; Plymouth, 2010. P. 4.

снятая в 1910 г. Вслед за легендарным режиссером в эти места потянулись и другие представители зарождающейся киноиндустрии. Первой полнометражной голливудской картиной стал «Муж индианки» 1914 г. Сесилия Б. де Милля.

К этому времени американская киноиндустрия вышла на передовые позиции в мире: в 1914 г. США произвели 369 фильмов – больше, чем Англия, Франция и Германия вместе взятые⁶. В последующие годы объемы кинопроизводства только нараста-ли. При этом росли и расходы. Так, если в начале XX в. издержки на готовую кинокартину в среднем составляли от 500 до 1000 долл., то к 1920-м гг. – уже от 12 000 до 20 000 долл. При этом гонорары актеров в условиях массового производства колебались в диапазоне от 250 до 2000 долл. в неделю, а затраты на сценарии и авторские права – от 1000 до 10 000 долл.⁷ Подобные масштабы затрат, помимо всего прочего, означали появление новых специализаций, развитие и усложнение различных аспектов создания конечного кинопродукта – от сценария до постсъёмочной обработки.

Таким образом, полнометражные художественные филь-мы быстро стали основной продукцией отрасли, а более дешёвые короткометражные сюжеты сохранились в комедийном жанре, мультипликации, новостях и рекламных роликах. Большие затра-ты могли позволить себе прежде всего крупные кинокомпании.

В 1910–1920-х гг. начинает складываться «система студий» и возникает восьмерка больших кинокомпаний, ставшая симво-лом эпохи «Классического Голливуда», который продолжался до 1950-х гг. В их число вошли пять «больших» компаний – “Paramount”, “Metro-Goldwyn-Mayer (M-G-M)”, “Fox/20th Century-Fox”, “Warner Bros.”, “Radio-Keith-Orpheum (RKO) – и три «малых»: “Universal”, “Columbia” и “United Artists”. Все эти студии появились в период между 1912 (“Universal”) и 1928 гг. (RKO)⁸.

Интересно отметить, что многие из этих корпораций были созданы недавними эмигрантами из Центральной и Восточной Европы. “Paramount” была основана венгром Адольфом Цукором, “Universal” – немцем Карлом Леммле, “Fox” – евреем Вильгель-мом Фуксом, который сменил имя на Уильяма Фокса по приезде в США. Выходцы из Российской империи также внесли большой

⁶ Ковтонок Ф.В. Американская киноиндустрия в период Первой мировой войны // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2016. № 5. С. 59.

⁷ Там же. С. 63.

⁸ Belton J. Op. cit. P. 67.

вклад в складывающуюся американскую киноиндустрию. Лазарь Мейр из Минска стал в Америке Луисом Майером и одним из основателей M-G-M. А родившийся в Рыбинске Иосиф Шейнкер превратился в Джозефа Шенка, создателя студии “20th Century Pictures” и первого президента “20th Century Fox”. В свою очередь, основателями “Warner Bros” были братья Вонсал из Польши, которые сменили имена и фамилии на более благозвучные для англоязычного слуха после прибытия в США.

До того, как эти люди стали создателями киностудий, они успели сменить множество самых разных профессий. Кто-то был меховщиком, кто-то собирал и перепродавал металлолом, а кто-то занимался продажей перчаток. Фильмы, большая часть из которых заканчивалась хэппи-эндом, означали для них нечто большее, чем просто способ заработать деньги. Они становились наглядной иллюстрацией реализованной ими самими «американской мечты».

Однако, в первую очередь, это был бизнес. Введенное Генри Фордом конвейерное производство на заводах и работы Фредерика Тейлора о научной организации труда серьезно повлияли на голливудскую киноиндустрию, основанную на вертикальной интеграции производства.

Подобный подход берет начало еще в эпоху «патентных войн» между «Трестом Эдисона» и «независимыми», которые испытывали затруднения с поиском прокатчиков их картин. В то же время многие дистрибьюторы искали фильмы, за которые им не нужно было бы отчислять проценты «Компании кинопатентов». Необходимость друг в друге привела к объединению разных компаний в вертикальные структуры, контролировавшие производство от начала съемок до появления картины на экранах⁹. Ярким примером подобной организации может служить история создания компании M-G-M.

В 1920 г. Маркус Лоу, владевший большой сетью кинотеатров, купил маленькую компанию “Metro Pictures”, специализирующуюся на съемке и дистрибуции фильмов. Через 4 года он приобрел “Goldwyn Pictures”, владевшую правами на «Льва Лео», ставшего логотипом компании, и “Louis V. Mayer Picture Corp”., небольшую, но амбициозную киностудию из восточного Лос-Анджелеса. Ее главным достоянием были не фильмы или производственные мощности, а руководители – Луис Майер и его звездный продюсер Ирвинг Талберг. Им предложили руководящие посты в только что созданной кинокорпорации. В результате

⁹ Ibid. P. 68.

империя Маркуса Лоу контролировала как производство, так и дистрибуцию кинокартин.

В целом подобный подход к ведению кинобизнеса был характерен для всех студий «большой восьмерки». Вертикальная интеграция минимизировала расходы, делала процесс съемки картин более эффективным и быстрым. Компании за год могли выпускать от 40 до 60 кинокартин, что позволяло не замечать провалов и показывать их не только в «своих» кинотеатрах, но и отдавать в аренду на сторону. Доля независимых кинотеатров и сетей была большой. Например, в 1945 г. лишь 3 тыс. из 18 тыс. площадок принадлежали кинокорпорациям¹⁰. Однако эта цифра обманчива. На самом деле «большая восьмерка» доминировала, не испытывая серьезной конкуренции.

Это объяснялось тем, как в эпоху «Классического Голливуда» происходила дистрибуция фильмов. Когда независимый кинотеатр хотел купить картину для проката у себя, он получал не только ее копию, но и еще четыре фильма «в нагрузку», нередко без звезд в актерском составе (*Block Booking*). Более того, прокатчик не имел права даже посмотреть эти фильмы заранее, чтобы убедиться в их качестве, т. е. покупка пакета из пяти картин проходила вслепую (*Blind Bidding*). Таким образом, с одной стороны, студии получали возможность сбывать изначально провальную продукцию, с другой – повышалось значение кинозвезд, привлекавших внимание зрителей.

Потенциальные хиты проката сначала шли в кинотеатрах, большая часть которых принадлежала непосредственно корпорациям. Хотя их было не очень много, но они располагались в самых больших городах, помогая собирать львиную долю от общих сборов. Эти кинотеатры становились настоящими дворцами гламура: они вмещали несколько тысяч человек и экстравагантно декорировались на исторические или восточные темы. Студии делили города на «зоны», внутри которых не могло быть более одной киноплощадки.

До кинотеатров «второй волны» (*second-run*) фильмы доходили через несколько месяцев после премьеры. Причем студии устанавливали свои правила проката. Например, одна картина могла показываться в течение семи дней подряд, затем устанавливался перерыв на неделю или даже больше, а потом она вновь возвращалась на экраны. Очевидно, что в таких условиях у независимых кинопроизводителей почти не было шансов составить конкуренцию корпорациям. Одним из немногих объединений,

¹⁰ Ibid. P. 68–69.

не входивших в «большую восьмерку», но все же выпускавших широко известные фильмы, стала «United Artists», основанная в 1919 г. Чарльзом Чаплином, Мэри Пикфорд, Дугласом Фэрбенком и Дэвидом Гриффитом¹¹. Однако не стоит забывать, что все они были частью «студийной системы» и состоявшимися звездами, которым многое позволялось, если они выполняли условия своих контрактов.

Мир американского кино без грима и иллюзий

В начале 1920 г. американский кинобизнес потрясла серия скандалов с участием кинозвезд. Кроме того, в его адрес высказывались многочисленные обвинения в негативном влиянии на моральные стандарты со стороны различных религиозных и общественных организаций. Дискуссии по поводу необходимости соблюдения при производстве фильмов неких ограничений на основе соображений нравственности начались фактически с момента возникновения киноиндустрии. Уже в 1896 г. короткометражка компании Эдисона «Поцелуй», в которой впервые в истории кино на экране был запечатлен поцелуй (этим и исчерпывалось содержание 18-секундной ленты), вызвала нешуточный скандал и возмущение общественности как шокирующий, непристойный и безнравственный фильм. В 1921 г. от слов перешли к делу: законодательные органы 37 штатов запретили около 100 голливудских фильмов, основываясь на решении Верховного суда от 1915 г. (оно было отменено только в 1952 г.), по которому первая поправка к Конституции США не распространяется на кино¹².

Все это побудило крупнейшие компании обратить серьезное внимание на общественный имидж индустрии. В 1922 г. была создана Ассоциация производителей и прокатчиков фильмов (с 1945 г. – Американская ассоциация кинокомпаний) как структура, занимающаяся развитием общественных связей и сохранением позитивного образа кинопроизводителей. Первым президентом Ассоциации был Уильям Хейс – бывший генеральный почтмейстер и председатель Республиканского национального комитета. А итогом его деятельности стала разработка Кодекса Американской ассоциации кинокомпаний или Кодекса Хейса.

¹¹ Ibid. P. 69–70.

¹² The American Film Industry / Ed. by T. Balio. Madison, 1985. P. 511.

В своей окончательной редакции Кодекс Хейса был принят в 1930 г. В нем декларировалось понимание производителями кинофильмов своей ответственности за духовное и нравственное развитие общества. В связи с этим провозглашались следующие принципы, которым должна была следовать киноиндустрия США:

1. Ни один кинофильм не должен снижать моральные устои аудитории. Таким образом, симпатии аудитории никогда не должны быть на стороне преступления, недостойного поведения, зла или греха. 2. Представлению подлежит только правильный образ жизни с учетом требований законов драматического и развлекательного искусства. 3. Недопустимо ставить под сомнение естественные и человеческие законы, а также вызывать сочувствие к фактам нарушения таких законов¹³.

Исходя из этих принципов, кодекс вводил запреты и ограничения на показ противоправных действий, употребления алкоголя и наркотиков, сексуальных отношений (в частности, запрещался показ продолжительных страстных поцелуев, сексуальных извращений, половых отношений между представителями белой и черной рас и т. д.), обнаженных тел вообще, богохульства, сцен жестокости и многого другого.

Принятие Кодекса Хейса означало введение принципа самоцензуры в киноиндустрию. Формально снимать фильмы, не соблюдая этого кодекса, было можно, но такие фильмы не имели шансов быть выпущенными в прокат в кинотеатрах, принадлежавших членам ассоциации. Кодекс Хейса неоднократно уточнялся и дополнялся новыми положениями вплоть до конца 1960-х гг., когда его окончательно отменили. Вместо него вводилась система рейтингов, которая вступила в силу с 1 ноября 1968 г. с четырьмя категориями фильмов: G – для общей аудитории, M – для взрослой публики, R – для ограниченного показа (зрители до 17 лет не допускаются без взрослого) и X – для контента сексуально-откровенного содержания. Видоизмененная система рейтингования фильмов действует и в настоящее время.

Формирование профессиональных ассоциаций в американской киноиндустрии стало важной стороной ее институционализации. Одной из задач, стоявших перед отраслью, было создание каналов коммуникации между представителями различных про-

¹³ A Code Regulating Production of Motion Pictures // Exhibitors Herald and Moving Picture World. 1930. April 5. P. 12.

фессий, участвовавших в кинопроизводстве. Путем ее решения стало создание Американской академии кинематографических искусств и наук. Инициатором в данном случае выступил Луис Майер, считавший необходимым существование организации, которая могла бы выступать посредником в профессиональных спорах и способствовать улучшению имиджа индустрии. В ее состав должны были войти представители пяти основных кинематографических профессий: актеров, режиссеров, сценаристов, операторов и продюсеров. 11 января 1927 г. в лос-анджелесском отеле «Амбассадор» состоялся официальный банкет, на котором объявили о создании Академии. Ее основателями стали все 36 участников банкета, а первым президентом – актер Дуглас Фэрбенкс¹⁴.

Американская киноакадемия стала присуждать награды за вклад в создание фильмов. Награда Академии за заслуги, больше известная как Оскар, впервые была вручена 16 мая 1929 г. в присутствии 270 человек. Причем церемония длилась всего 15 минут. Победителей определили заранее, а их имена опубликовали за три месяца до официального вручения наград. Тогда лучшим фильмом был признан «Восход солнца» знаменитого немецкого режиссера Фридриха Мурнау, с 1926 г. работавшего в Голливуде. Эмиля Яннингса, выдающегося немецкого актера и продюсера, объявили лучшим актером, Джанет Гейнор – лучшей актрисой.

С тех пор вот уже 91 год, невзирая на кризисы, войны, социальные проблемы, Академия ежегодно проводит свою церемонию, которая со временем стала одним из самых масштабных событий в мире кино. Правила награждения неоднократно изменялись, начиная с 1930 г. имена победителей держались в секрете и публиковались только в 11 часов вечера в день церемонии, а с 1941 г. стали использоваться запечатанные конверты. Название «Оскар» для награды было официально утверждено Академией в 1939 г. Существует несколько версий происхождения этого названия, ни одна из которых не имеет бесспорного документального подтверждения. По одной из них первой так назвала статуэтку Бетт Дэйвис; по другой – исполнительному директору Киноакадемии Маргарет Херрик она напомнила ее дядю Оскара; по третьей – авторство принадлежит голливудскому журналисту Сидни Сколски¹⁵.

¹⁴ *Slide A. The New Historical Dictionary of the American Film Industry.* Lanham, 2001. P. 1.

¹⁵ *Ibid.*

В целом создание Академии и системы профессиональных наград повысило престиж кинематографических профессий и закрепило звездный статус обладателей Оскаров.

Настоящие звезды «студийной системы» были поистине штучным товаром. Именно они создавали большую часть рекламы, манившей публику в кинотеатры. Однако их контракты, напоминая те, что заключают профессиональные спортсмены с футбольными или баскетбольными клубами, оставляли желать лучшего. В отличие от звезд эры немого кино, которые подписывали договоры со студиями на короткий период времени (2–3 фильма), актеры эпохи «Классического Голливуда» заключали длинные – сроком на 7 лет – жестко регламентированные контракты. Актерам параллельно воспрещалось работать в театре, на радио или телевидении. Договор регулировал правила поведения и даже вторгался в личную жизнь, устанавливая выбор одежды, прическу и норму веса.

Все актеры негласно делились на амплуа. Вышедший в 1937 г. Справочник актеров Академии киноискусств предлагал полный перечень, причем специально оговаривалось, кто с какой студией сотрудничает. Также указывались актеры, не имеющие контрактов. Все актрисы делились на несколько категорий. Среди них были «инженю», т. е. молодые, наивные девушки, такие как Люсиль Болл, имевшая контракт с “RKO-Radio”. «Комедиантки», в число которых вошла, например, Грейси Аллен, работавшая с “Paramount”. И наконец, «роковые женщины», главной из которых считалась Марлен Дитрих, тоже с “Paramount”.

Среди мужских амплуа выделялись «молодые герои» (Джон Уэйн, “Universal”), «звезды» (Спенсер Трейси, M-G-M) и «комедианты» (Эдвард Эверетт Хортон, “Universal”). Помимо этого, существовали отдельные категории для исполнения детских ролей (Джуди Гарленд, M-G-M), афроамериканцев (Степин Фетчит, “20th Century-Fox”) и героев «восточной» внешности (Кей Люк, “20th Century-Fox”). Надо отметить, что актеры, представляющие меньшинства американского общества, занимали всего 5 из 245 страниц Справочника, что наглядно свидетельствует об их положении в голливудском довоенном кино.

Жизнь актеров была непростой, хотя они и считались кумирами нации и баловнями судьбы. Им приходилось работать по шесть дней в неделю, иногда по 14 часов в день. У них не было личной жизни. С одной стороны, контракт устанавливал строгие рамки дозволенного, штрафую за малейшие нарушения. С другой, работа занимала все время. Во время своего первого контракта с M-G-M в 1931 г. Кларк Гейбл снялся в 14 картинах. Бетт Дэйвис

(ставшая первой актрисой, номинированной на 10 Оскаров) в 1932 г. участвовала в съемках 8 фильмов¹⁶. Писатели И. Ильф и Е. Петров в своей книге «Одноэтажная Америка» так описали свою встречу с ней в 1935 г.:

Еще в каком-то павильоне мы увидели артистку Бетти Дейвис, которую наши зрители знают по картине «Преступление Марвина Блейка». Она сидела в кресле и негромко, но сердито говорила, что вот уже десять дней не может найти часа, чтобы вымыть волосы. Некогда! Надо «выстреливать» картину. – Я должна сниматься каждый день, – утомленно говорила она, по привычке улыбаясь ослепительной кинематографической улыбкой¹⁷.

Режиссерам тоже приходилось несладко. Легендарный режиссер Майкл Кертис, снявший в 1942 г. «Касабланку», в начале 1930-х гг. поставил создание фильмов на конвейер: он штамповал по пять картин в год, работая на “Warner Bros”. Таковы были условия его контракта.

В поисках защиты своих прав актеры, режиссеры и другие участники кинопроизводства стали создавать профессиональные ассоциации. В 1933 г. произошло образование Гильдии киноактеров США, защищавшей их интересы в том, что касалось ведения переговоров и соблюдения коллективных договоров, создания справедливой системы компенсаций, льгот и условий труда; соблюдения авторских прав. Дважды президентом гильдии становился будущий 40-й президент США Рональд Рейган.

В 1936 г. примеру актеров последовали режиссеры, создавшие свою гильдию. Первым ее президентом стал Кинг Видор. Все крупные студии страны подписали с ней соглашение о том, что они могут работать только с режиссерами, являющимися членами гильдии, и их зарплата не может быть меньше 8 тыс. долл. в неделю. Наиболее известными режиссерами, в настоящее время не входящими или долгое время не входившими в ее состав, являются Джордж Лукас, Роберт Родригес (вышел из нее в 2004 г.). Квентин Тарантино вступил в гильдию только в 2012 г., сняв к тому времени уже 6 полнометражных фильмов.

¹⁶ *Belton J.* Op. cit. P. 70–71.

¹⁷ *Ильф И., Петров Е.* Одноэтажная Америка // Ильф И., Петров Е. Собр. соч. Т. 4. М., 1961. С. 349.

Закат студийной системы

«Фабрика грез», как называли Голливуд, действительно была индустрией, созданной по всем правилам бизнеса. «Студийная система» работала как сверхуспешная, не давала сбоев и обеспечивала владельцам кинокомпаний деньги, а кинозвездам – славу и признание. Даже Великая депрессия не смогла прервать триумфального развития кинобизнеса. Именно в это время он осуществил технологическую революцию, связанную с появлением звука и цвета, что значительно расширило художественные возможности и в еще большей степени приближало изображение на экране к реальности. В тяжелые времена «мир грез» спасал американцев от печальной действительности, голода и безработицы. В 1928 г. был достигнут рекорд по количеству, снятых в США фильмов – 641. Он будет побит только в 2000-е¹⁸. Однако эпоха процветания «Классического Голливуда» близилась к концу. Еще перед началом Второй мировой войны Министерство юстиции начало дело против голливудских студий, обвиняя их в сговоре и в нарушении антитрестовского законодательства. В 1948 г. Верховный суд США обязал “Paramount” начать процесс по разделению ее производственных мощностей и каналов дистрибуции. После этого последовала очередь других кинокомпаний «большой пятерки». “United Artists”, “Columbia” и “Universal”, хотя и назывались соучастниками в сговоре, не имели собственных кинотеатров, что позволило им пережить крах «студийной системы» с меньшими потерями. В целом процесс ее дезинтеграции продолжался до конца 1950-х гг.¹⁹

Помимо уголовных преследований окончанию «Золотой эры» Голливуда способствовали еще несколько факторов. Во-первых, в эпоху после Второй мировой войны начинает меняться само общество. Рабочие, протестуя против низких зарплат и переработок, устраивают стихийные забастовки.

Во-вторых, американцы находят для себя другие варианты проведения досуга: из-за автомобильной революции в моду входят пикники на природе, что приводит к снижению посещаемости кинотеатров. Кинопрокатчики сумели приспособиться к этому путем создания автокинотеатров, представлявших собой парковочную площадку с установленным экраном больших размеров. Первый такой кинотеатр под открытым небом появился в Аме-

¹⁸ *Кокарев Е.И.* Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России. М., 2009. С. 15.

¹⁹ *Belton J.* Op. cit. P. 82.

рике еще в 1933 г., но пик их популярности пришелся как раз на 1950-е гг., в это время их было около 5 тысяч²⁰.

В-третьих, серьезный удар по престижу Голливуда был нанесен в эпоху маккартизма (конец 1940-х – начало 1950-х гг.), когда многие американские кинематографисты были обвинены в антиамериканской деятельности и лишены возможности продолжать работу в кино.

В-четвертых, значительную конкуренцию кинобизнесу начинает оказывать бурно развивавшееся телевидение, охватывая все большую аудиторию. Рост уровня жизни в 1950-е гг. и снижение цен на телеприемники привели к тому, что к 1962 г. телевизоры имели 48 млн американских семей.

Чувствуя веяния времени, актеры и режиссеры начинают создавать собственные киностудии и требуют заключения контрактов по иным правилам. Если ранее договоры устанавливались на определенный период времени, то теперь звезды подписываются на съемки только определенных кинокартин с выплатой процентов от продаж билетов.

Все это вынуждает киностудии менять свои бизнес-модели. Некоторые уходят на телевидение, другие закрывают производственные отделы. Помимо этого, кинокомпании в 1960-х гг. становятся частью больших медиа-империй. Например, индустриальный гигант “Gulf+Western” покупает “Paramount”. Также он владеет издательством “Simon & Schuster”, “Sega Enterprises”, выпускающими видеоигры, и Мэдисон Сквер Гарденом, домашней площадкой для баскетбольной команды «Нью-Йорк Никс». В итоге кино превращается из главного развлечения лишь в один из вариантов проведения досуга²¹.

В связи с этой трансформацией студии вынуждены снижать число выпускаемых фильмов, одновременно увеличивая их бюджеты для того, чтобы удовлетворить взыскательную публику. А это, в свою очередь, повышает значение кинозвезд. Так начинается эра блокбастеров: зрелищных картин, снимаемых за большие деньги с использованием спецэффектов или пышных декораций. Наиболее яркими примерами такого кино поствоенного Голливуда становятся пеплумы, фильмы на библейские и исторические сюжеты, привлекавшие внимание дорогими костюмами, количеством массовки, масштабными батальными сценами. Поначалу ставка на такие мощные проекты, как «Десять заповедей» (1956 г.) или «Бен-Гур» (1959 г.), оправдывалась огромными сборами.

²⁰ Slide A. Op. cit. P. 58.

²¹ Belton J. Op. cit. P. 83.

Однако уже в начале 1960-х гг. популярность классических пелумов приходит к концу. В 1963 г. в прокате провалилась «Клеопатра» с одним из самых знаменитых актерских дуэтов Элизабет Тейлор и Ричардом Бартоном в главных ролях. Еще более оглушительный провал ждал «Падение Римской империи» (1964), сборы которого не окупили и четверти его 20-миллионного бюджета, что привело к банкротству выпускающей студии. Заканчивалась целая эпоха в истории американского кино.

Классический Голливуд умер! Да здравствует Новый Голливуд!

Французская «Новая волна» к середине десятилетия дошла до Нового света. Ее главный пророк, Жан-Люк Годар черпал свое вдохновение из двух источников: черно-белого немого кино начала века таких визионеров, как Гриффит и Эйзенштейн, а также режиссерского звукового кино Говарда Хэнкса, Джона Форда, Альфреда Хитчкока и Орсона Уэллса, чей «Гражданин Кейн» теперь признавался лучшим фильмом всех времен, несмотря на изначальный провал в 1941 г.

Сторонниками этого подхода постулировалось, что ключевой фигурой в создании киношедевра является не продюсер или главная экранная звезда, а режиссер. «Новая волна» воспевала авторское кино и не стеснялась перенимать сложные технические приемы у тех авторов, которых боготворила, превращая визуальное полотно в игру завуалированных цитат, отсылок и интертекста.

Создание столь сложного видеопродукта требовало серьезной теоретической подготовки. Поэтому неудивительно, что главными режиссерами французской «Новой волны» стали критики, писавшие для издания «Cahiers du cinéma», в числе которых был и Годар. В США ее тоже принесли специалисты. В первую очередь, журналист Анджо Саррис, написавший в 1968 г. книгу «Американское кино», в которой он рассмотрел историю кинематографа в Новом свете с точки зрения режиссеров, а не студий. Во многом именно эта книга сделала культовой фигуру Стэнли Кубрика, ставшего иконой американского независимого кино²².

Тем не менее эпоха «Нового Голливуда» так бы и не пришла, если бы не социально-экономические изменения в американском

²² Ibid. P. 364–366.

обществе. В 1960-е гг. произошло резкое омоложение аудитории кинотеатров. К 1970 г. 43% от всех зрителей составляла молодежь. Им было неинтересно смотреть фильмы на классические сюжеты или о довоенном времени, зато они интересовались политическими проблемами, бунтовали против старой морали и хотели видеть на экране отражение проблем реальной жизни. В этих условиях героями кинопроката становились не крупнобюджетные постановки, а независимые фильмы, апеллировавшие к молодежи. Предвестниками нового этапа развития Голливуда стали такие кинокартины, как «Бонни и Клайд» 1967 г., которая собрала 70 млн долл. при бюджете в 2,5 млн, и «Беспечный ездок», вышедший два года спустя, снятый всего за 400 тыс. долл. и заработавший в прокате 40 млн.

Путь к славе у большинства представителей нового поколения кинематографистов был схож: они стали известными не благодаря случайности или стечению обстоятельств, а в силу профессиональной подготовки, которая теперь требовалась от режиссеров. В 1967 г. 200 американских колледжей предлагали всего 1 500 курсов по теории и истории кино и телевидения. Спустя 11 лет таких курсов было уже 10 тыс., а число киношкол возросло до тысячи. Кинопрограммы в ведущих вузах подготовили таких именитых режиссеров, определивших облик современного Голливуда, как Фрэнсис Коппола (Университет Калифорнии в Лос-Анджелесе), Джордж Лукас (Университет Южной Калифорнии) и Мартин Скорсезе (Университет Нью-Йорка)²³. Кроме того, профессионализация производства фильмов косвенным образом способствовала и расширению аудитории, которая теперь ходила в кинотеатры не только для развлечения, но и для получения интеллектуального удовольствия от «разгадывания» задумок режиссера.

Снимая за небольшие деньги успешные в кассовом отношении фильмы, молодые режиссеры «Нового Голливуда» завоевывали все больше доверия у кинососсов, опасавшихся вкладываться в дорогие проекты в условиях непредсказуемости рынка. Такие картины, как «Бутч Кэссиди и Санденс Кид» и «Афера» Джорджа Хилла, «Французский связной» и «Изгоняющий дьявола» Уильяма Фридкина и, конечно, «Крестный отец» Фрэнсиса Копполы, закрепили успех «Нового Голливуда».

Немногие студии из числа тех, что были частью эры «Золотого Голливуда», смогли безболезненно пережить кризис 1960–1970-х гг. РКО закрылась, «United Artists» была куплена М-С-М

²³ Ibid. P. 368–369.

в 1981 г., которая сама переживала не лучшие времена, закончившиеся объявлением о банкротстве в 2010 г.

Благополучные в финансовом плане кинокомпании предсказуемо избегали рискованных проектов, пытаясь найти баланс между оригинальностью и конформизмом. После провала фильма «Врата рая» (1980), снятого за 15 млн долл. Майклом Чимино, за чьей спиной к тому моменту был успешный «Охотник на оленей», студии станут крайне осторожны в выборе режиссеров, даже несмотря на их культовый статус.

В таких условиях молодые режиссеры были вынуждены или соглашаться на съемки развлекательного кино для широкой публики, или снимать фильмы самостоятельно за крайне небольшие деньги, надеясь, что какая-нибудь независимая кинокомпания заинтересуется работой и возьмет на себя дистрибуцию.

Именно таким образом работали «New Line Cinema» и «Miramax». Успех к первой из них пришел после выхода слэшера «Кошмар на улице Вязов» в 1984 г. А самым успешным фильмом до сих пор считается «Властелин колец». Студия «Miramax» стала заметным игроком на кинорынке в начале 1990-х гг. после того, как помогла с дистрибуцией первых фильмов Стивена Содерберга, Квентина Тарантино и Кевина Смита.

Успех независимых картин во многом был обусловлен усталостью аудитории от похожих друг на друга блокбастеров с характерными для них традиционными героями. Кроме того, превращению фильмов, снятых аутсайдерами за небольшие деньги, в лидеров проката поспособствовали фестивали. Например, фестиваль «Сандэнс», основанный в 1981 г. актером Робертом Редфордом, где начинающие режиссеры могли найти финансирование для будущих проектов или компании, готовые заняться прокатом.

К концу 1990-х гг. граница между независимым кино и мейнстримом стирается. На производство «Криминального чтива» и «Умницы Уилла Хантинга» было потрачено по 10 млн долл. Это немыслимая сумма для авторского кино того времени!

В начале XXI в. Голливуд все также продолжает делать ставку на крупнобюджетные блокбастеры. Однако некоторые аспекты индустрии кино претерпели серьезные изменения. Прежде всего наступила эра франшиз: серий фильмов, связанных одними героями и сюжетными линиями. Очевидно, пионером такого кино стал Джордж Лукас с его «Звездными войнами». В списке самых кассовых фильмов США за 1999–2019 гг. только два не являются частью какой-либо киноселенной. Это «Аватар» Джеймса Кэмерона (2009 г.), который в 2023 г. наконец обрел сиквел, и мультфильм

«Холодное сердце» (2013 г.). Но и в последнем случае многие критики указывают на сказку о Снежной королеве Г.Х. Андерсена как источник вдохновения.

В чем причина этого тренда? Продюсеры опасаются вкладывать большие деньги в рискованные проекты, предпочитая выбирать «безопасные», т. е. фильмы, герои которых известны зрителям по художественным книгам, комиксам, национальной истории и классическому кино. Отсюда и засилье ремейков, сиквелов, приквелов и спин-оффов в залах кинотеатров.

Тем не менее нельзя сказать, что Голливуд полностью потерял воображение, обращаясь только к испытанным сюжетам. Режиссеры, встав у руля крупномасштабных франшиз, не прочь сыронизировать над своим положением и самим жанром, деконструируя его основы и издеваясь над штампами («Дедпул», «Стражи галактики»).

Большую конкуренцию составляет телевидение, которое прошло большой путь от малобюджетных однокамерных постановок до сложных как с технической, так и драматургической сторон сериалов вроде «Во все тяжкие» и «Игры престолов». Кроме того, на пятки наступают и цифровые онлайн-сервисы, готовые вложить значительные средства для съемок собственных кинокартин с участием голливудских звезд.

Продолжает развитие и американский независимый кинематограф, являющийся вечным источником вдохновения для возрождения умерших жанров. Так, Николас Виндинг Рефн переосмыслил жанр нео-нуара в фильме «Драйв» 2011 г., добавив в него элементы ретро-эстетики 1980-х гг. Синтетическая музыка и неоновые огни, ставшие основой уникальной атмосферы картины, повлияли на последние фильмы киновселенной комиксов «Марвел». А в 2009 г. Орен Пели, сняв «Паранормальное явление» за 15 тыс. долл на камеры наблюдения в псевдо-документальной манере, стал основателем целого поджанра фильмов ужасов.

За 125 лет с момента первого показа фильма, снятого в лаборатории Томаса Эдисона, американское кино прошло в своей истории несколько этапов. На рубеже XIX–XX вв. кинематограф был достоянием довольно ограниченного круга людей. Появление полнометражных картин и дешевых кинотеатров сделали его поистине национальным увлечением. Формирование «студийной системы» превратило кино в главное из искусств в США, а «Новый Голливуд» одновременно явился реакцией общества на внутренние изменения и переосмыслением накопленного кинематографистами опыта.

Сегодня Голливуд, как и столетие назад, продолжает быть «фабрикой грез» и наглядным воплощением мифа об американской мечте, где могут воплотиться в жизнь любые надежды. Место американского кинематографа в мировой индустрии фильмов сложно переоценить. Он является законодателем трендов, объектом острых дискуссий и источником безудержной творческой энергии, вызывающей восхищение.

Для дальнейшего изучения

- Артюх А.А.* Новый Голливуд. История и концепция. СПб., 2015.
Карцева Г.В. Рождение нации. История США в фильмах. М., 2019.
Кокарев И.Е. Кино как бизнес и политика. Современная киноиндустрия США и России. М., 2009.
Belton J. American Cinema/American Culture. 4th ed. N.Y., 2013.
Bordwell D., Staiger J., Thompson K. The Classical Hollywood Cinema. London, 2005.
Monaco P. A History of American Movies: A Film-by-Film Look at the Art, Craft, and Business of Cinema. Lanham; N.Y.; Plymouth, 2010.
Sedgwick J., Pokorny M. An Economic History of Film. London; N.Y., 2005.
Slide A. The New Historical Dictionary of the American Film Industry. Lanham, 2001.

Электронные ресурсы

- Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>
Новый Голливуд за 23 минуты [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7DiRj65WxNU> (дата обращения 01.04.2021).
Hollywood and the Stars: The Great Stars [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=EELDW-b_K4A (дата обращения 01.04.2021).
Hollywood & the Stars: The Oscars: Moments of Greatness [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-007sLzv6uQ> (дата обращения 01.04.2021).
Martin Scorsese. A Personal Journey Through American Movies (1995).

*Тема 2. Все жанры, кроме скучного:
Голливуд – «фабрика грез»
или энциклопедия американской жизни*

Голливуд – это один из самых узнаваемых брендов США. Кино играет огромную роль в жизни американцев, является своеобразным зеркалом, отражающим все стороны жизни общества. Глядя в это зеркало, американцы видят себя не только такими, какие они есть, но и теми, кем им хотелось бы стать. Герои фильмов становятся образцами для подражания, вызывают сочувствие и негодование, смех и слезы, гордость и стыд. Они формируют представление о том, кто такие американцы, что они любят и что ненавидят, какова их система ценностей. Именно кино создает образ страны и ее граждан за ее пределами, является важнейшим средством коммуникации с внешним миром, открывая для него Америку, ее стиль жизни, культуру, историю и повседневность.

С самого начала своего развития американское кино было ориентировано на массового зрителя, главным показателем успеха являлись кассовые сборы (box-office). Дилеммы, что собой представляет кино – бизнес или искусство, – для кинопромышленников не существовало. Для них производство фильма было прежде всего экономическим проектом, вопросы эстетики отходили на второй план. Можно сказать, что самого понятия «фестивальное кино» (т. е. кино как высокохудожественного произведения искусства, ориентированного на относительно небольшую группу подготовленных зрителей и специалистов) в США не существовало, как долгое время не существовало и кинофестивалей – смотров достижений киноискусства. Первый кинофестиваль в Америке состоялся только в 1957 г. в Сан-Франциско (через 25 лет после проведения первого в истории мирового кино Венецианского кинофестиваля).

В связи с этим центральными фигурами в кинопроизводстве США стали не режиссеры и даже не актеры, а продюсеры, ориентировавшиеся не на мнение кинокритиков, а на вкусы массового зрителя. Их задачей было понять запросы публики, найти соответствовавший этим запросам сюжет, на основе которого будет написан сценарий, пригласить режиссера и актеров, органи-

зовать съемочный процесс. При этом творческие поиски режиссеров жестко ограничивались, фактически они являлись наемными работниками, которые могли быть уволены на любой стадии работы над фильмом, если продюсер был недоволен результатом. Именно продюсер, как правило, обладает авторскими правами на конечный продукт, он и получает Оскара за лучший фильм года.

Показательным в этом смысле было отсутствие имен актеров на афишах и в титрах американских фильмов до 1920 г. Первой актрисой, удостоившейся такой чести, стала Флоренс Лоуренс, что положило начало системе кинозвезд (*star system*), одной из краеугольных основ классического Голливуда. Ее основоположником считается Карл Леммле, основатель старейшей американской киностудии “Universal”. Протест против диктата продюсеров стал одним из основных побудительных мотивов создания в 1919 г. независимой кинокомпании “United Artists” знаменитыми актерами и режиссерами, среди которых были Чарльз Чаплин, Мэри Пикфорд, Дуглас Фэрбенкс, Дэвид Уорк Гриффит.

Именно с именем Гриффита часто связывают превращение кино из дешевого развлечения в искусство. Свою кинокарьеру он начинал как актер и сценарист, а с 1908 г. занялся режиссурой. За следующие пять лет он снял более 450 короткометражных фильмов, но в историю кино Гриффит вошел прежде всего как автор «Рождения нации» (1915). Для своего времени это была наиболее совершенная с технической точки зрения кинокартина. Кроме того, она была самым продолжительным фильмом эпохи: три часа действия помещались на 12 бобинах пленки. Обращение к теме Гражданской войны было для Гриффита не случайным, он затрагивал ее в ряде своих более ранних фильмов, но «Рождение нации» стало грандиозным киноповествованием, посвященным важнейшему событию американской истории и его последствиям. Бюджет фильма превысил 100 тыс. долл. (около 2,5 млн в ценах 2019 г.), в массовых сценах участвовало до 1000 человек.

В этом фильме Гриффит разработал приемы параллельного монтажа, первым применил разнообразную технику съемок, чередуя крупные, средние и общие планы, показ движения, резкие наплывы. «Рождение нации» стал первым фильмом, для которого был написан специальный саундтрек, сочетавший классическую музыку (Бетховен, Вагнер), народные песни американского Юга и композиции, созданные для него.

Выход фильма Гриффита превратился в значимое и противоречивое общественное событие. Он имел огромный коммерческий успех, принес доход в миллион долларов, стал первым американским кинопроизведением, показанным в Белом доме пре-

зиденту Вудро Вильсону. Вместе с тем его прокат сопровождался демонстрациями протеста и требованиями его запрета в связи с наличием в нем расистских мотивов. Дискуссии и накал страстей вокруг «Рождения нации» свидетельствовали о том, что кино начинало играть огромную роль в жизни американского общества.

Киношедевр Д.У. Гриффита сочетал в себе элементы эпоха, исторического повествования, трагедии, мелодрамы, приемы, присущие вестерну и приключенческому фильму. Но он не мог изменить того обстоятельства, что американское кино развивалось преимущественно как жанровое, что соответствовало представлениям киномагнатов о потребностях массового зрителя. Кино должно отвлекать от повседневных забот, развлекать, вызывать сильные эмоции, а главное, приносить доход. Поэтому главное в фильме – увлекательный сюжет, яркие запоминающиеся герои, красочное зрелище и счастливый конец²⁴.

Именно этими соображениями и должен был руководствоваться продюсер, запуская фильм в производство. Основные принципы работы продюсера были во многом разработаны Томасом Харпером Инсом, которого считают одним из отцов самого американского жанра в кино – вестерна.

Однажды на Диком Западе: вестерн в американском кино

Вестерн стал популярным жанром немого кино в начале прошлого столетия. Следует учитывать, что эпоха покорения Дикого Запада закончилась не так давно, и дух приключений еще витал над Соединенными Штатами. В вестернах рассказывались истории старших современников зрителей: первооткрывателей и переселенцев, помещенных в драматический или мелодраматический контекст. Киновестерны появились на волне массового спроса на приключенческую литературу о Диком Западе, в огромном количестве появившуюся во второй половине XIX в.

Первым в истории кино вестерном считается фильм Эдвина Портера «Большое ограбление поезда» (1903), снятый на студии Томаса Эдисона. Этот 12-минутный фильм произвел настоящий фурор и положил начало одному из самых популярных жанров американского кино. Фильм был основан на реальной истории ограбления почтового поезда легендарным бандитом Бутчем

²⁴ Monaco P. A History of American Movies: A Film-by-Film Look at the Art, Craft, and Business of Cinema. Lanham; N.Y.; Plymouth, 2010. P. 6–8.

Кэссиди. Режиссер использовал целый ряд художественных приемов, новаторских по тем временам, придававших зрелищу ощущение реальности происходящего. Самой знаменитой сценой фильма стал финал, в котором главарь банды стрелял в камеру, т. е. фактически в зрителей. Эффект был не меньший, чем от знаменитого «Прибытия поезда» братьев Люмьер, дамы падали в обморок, зрители выбегали из кинозала. Однако впечатление было настолько сильным, что зрители раз за разом покупали билеты, чтобы вновь испытать столь сильные эмоции. Коммерческий успех фильма превзошел все ожидания, что решило судьбу жанра, с этого момента вестерн занял важнейшее место в американском кинопроизводстве.

Жанр вестерна пережил все изменения в производстве фильмов: появление звука, цвета, формирование и распад студийной системы, развитие телевизионного кино. К нему обращались и продолжают обращаться по сей день режиссеры, работающие в очень разной эстетике. Это связано с тем, что вестерн при всей простоте его сюжетов и прямолинейности характеров апеллирует к важным для Америки и американцев историческим мифам, ценностям, чувствам и переживаниям. Многочисленные ремейки, переосмысления традиционных сюжетов, даже пародии свидетельствуют об актуальности вестерна как жанра и в современном кинематографе. «Джанго Освобожденный» (2012) и «Омерзительная восьмерка» (2015) Квентина Тарантино показали, что интерес публики к Дикому Западу все так же велик при условии остроумной подачи классических клише. Многие из них явились на свет благодаря двум королям вестерна: легендарному режиссеру Джону Форду (1894–1973) и Джону Уэйну (1907–1979), иконе жанра и воплощению голливудской маскулинности середины XX в.

Джона Форда (настоящее имя – Джон Мартин Фини) фактически можно считать создателем вестерна как жанра киноискусства. Начав свою карьеру режиссера в 1917 г., Форд успел снять 60 фильмов в эпоху немого кино, из которых самым успешным был «Железный конь» (1924), посвященный строительству Трансконтинентальной железной дороги. Однако подлинный успех пришел к режиссеру после съемок фильма «Дилижанс» (1939), ставшего общепризнанной классикой мирового кино, поднявшего жанр вестерна до уровня высокого искусства. Во многом именно этот фильм определил развитие вестерна на последующие десятилетия. Форду удалось соединить традиционную тематику фильмов о Диком Западе с психологической проработкой персонажей, вписав действие в величественные пейзажи Долины мо-

нументов в штате Юта²⁵. В «Дилижансе» окончательно сложился творческий дуэт двух Джонов (Форда и Уэйна) и фирменный почерк режиссера, который оттачивался в 1940–1950-е гг., ставший «золотым веком» классического вестерна. В 1956 г. Джон Форд снял эпический фильм «Искатели», признанный Американским институтом кино лучшим вестерном всех времен.

Вместе с тем интересы Форда не ограничивались вестернами. Все свои рекордные четыре Оскара за режиссуру он получил за фильмы других жанров, в том числе экранизацию романа Джона Стейнбека «Гроздь гнева» (1941), смешавшей в себе сразу несколько жанров, одним из которых и был вестерн. Продуктивность Джона Форда поражает воображение, за почти 50 лет своей режиссерской карьеры он снял около 130 фильмов, многие из них вошли в золотой фонд мирового кино. О его влиянии на свое творчество говорили столь разные мастера, как Орсон Уэллс, Ингмар Бергман, Акира Куросава, Мартин Скорсезе, Серджио Леоне и многие другие. Орсон Уэллс утверждал, что научился снимать кино, посмотрев «Дилижанс» более 40 раз.

Фактический соавтор и соратник Форда Джон Уэйн (настоящее имя – Мэрион Роберт Моррисон) родился в семье фармацевта из сельской Айовы и даже не помышлял о карьере актера, желая стать морским офицером. Однако судьба распорядилась иначе: во время учебы в Университете Южной Каролины судьба свела его с Джоном Фордом. Эта встреча изменила все, включая имя, легендарный кинорежиссер придумал ему творческий псевдоним. Форд сначала брал молодого Уэйна в массовку, а затем, разглядев в нем потенциал, предложил своему другу Раулу Уолшу снять его в главной роли в новом фильме «Большая тропа» (1930). Эта роль принесла Джону Уэйну известность, но настоящей звездой он стал после «Дилижанса». После этого началась его феерическая карьера. Джон Уэйн, по прозвищу Герцог, стал самым востребованным актером американского кино, снялся в 158 фильмах, нормой для него было 5 фильмов в год. К 1956 г. он стал самым высокооплачиваемым актером мира, компания “XXth Century Fox” платила ему 500 тыс. долл. за фильм – невиданные по тем временам гонорары. А за роль в вестерне «Настоящее мужество» (1969) он получил не только своего единственного Оскара и «Золотой глобус», но и рекордный гонорар в 1 млн долл. и 35% от всей прокатной выручки. В 2010 г. братья Коэны сняли очень успешный ремейк этого фильма. Популярность Джона Уэйна была настолько велика, что он всерьез рассматривался как возможный кандидат

²⁵ *Monaco P. Op. cit. P. 61–62.*

в вице-президенты на выборах 1968 г. После его смерти аэропорт города Санта Ана в Калифорнии был переименован в Аэропорт Джона Уэйна, и в нем был установлен памятник актеру²⁶.

Другой легендарной фигурой в мире киновестернов стал «поющий ковбой» Джин Отри (1907–1998). Его дебют в кино состоялся в 1934 г., когда он уже был известным исполнителем песен в стиле кантри. В итоге он снялся почти в 100 фильмах, стал одной из главных звезд американского шоу-бизнеса своего времени. Он является единственным деятелем искусств, который имеет на Аллее славы в Голливуде звезды во всех пяти категориях: кино, телевидение, музыка, радио и живое выступление. Для зрителей 1940–1950-х гг. Джин Отри олицетворял собой идеальный образ героя – настоящего ковбоя: простого, честного, надежного и смелого парня, да еще и поющего под гитару мелодичные, легко запоминающиеся песни. Он активно популяризировал этот образ и использовал свою феноменальную известность в воспитательных целях. Отри разработал Кодекс (или Десять заповедей) ковбоя: ковбой никогда не стреляет первым, не бьет слабого, не совершает нечестных поступков; он никогда не нарушает своего слова и не обманывает ничьего доверия; он всегда говорит правду; он мягок с детьми, стариками и животными; он не имеет расовых или религиозных предубеждений; он помогает людям в беде; он хорошо работает; он чистоплотен в мыслях, словах, действиях и привычках; он уважает женщин, родителей и законы своей страны; ковбой – патриот²⁷.

Столь идеальный образ стал частью мифа о Диком Западе с его особым кодексом чести, мужественными героями-одиночками, противостоящими злу в различных обличиях. Но он не очень вписывался в эстетику Нового Голливуда 1960–1970-х гг., когда в кино началась демифологизация в том числе и истории американского фронта, результатом чего стал пересмотр основных традиционных элементов жанра. Примером такого нового взгляда стали «Дикая банда» (1969) Сэма Пекинпа, «Маленький большой человек» (1970) Артура Пенна, «Джоси Уэлс – человек вне закона» (1976) и «Непрощенный» (1992) Клинта Иствуда, «Танцующий с волками» (1990) Кевина Костнера.

Еще одной новой страницей в развитии вестерна стало его восприятие другими культурами. Результат – появление таких модификаций, как спагетти-вестерн, лучшими образцами которо-

²⁶ *Eyman S.* John Wayne: The Life and Legend. N.Y., 2014.

²⁷ *George-Warren H.* Public Cowboy No. 1: The Life and Times of Gene Autry. Oxford, 2007.

го являются фильмы Серджио Леоне с участием Клинта Иствуда: «Красный вестерн», представлявший собой взгляд на американский Дикий Запад со стороны социалистических стран Европы времен холодной войны; «Истерн», действие которого происходит во время гражданской войны в России.

Своеобразным показателем возрождения популярности жанра стало появление множества телесериалов-вестернов: «Ад на колесах», «Дедвуд», «Хэтфилды и МакКои», «Йеллоустон» и другие. Все это говорит о неисчерпанности и, видимо, неисчерпаемости тем и смыслов, составляющих основу вестерна как жанра кино.

Гангстерский фильм

Дэвид Гриффит стал родоначальником еще одного жанра, который считается визитной карточкой американского кино. В 1912 г. он снял короткометражный фильм «Мушкетеры свиной аллеи», мелодраматическую историю с криминальным сюжетом. Этот фильм – первый гангстерский фильм, действие которого происходит на улицах Нью-Йорка, а героями являются преступники. Тема преступного мира в больших городах Америки приобрела особую актуальность в 1920-е гг. в период действия «сухого закона». Киноиндустрия США не могла остаться в стороне от столь потенциально привлекательных для зрителей сюжетов. Результатом стала целая серия гангстерских фильмов 1930-х гг., таких как «Маленький Цезарь» (1930), «Враг общества» (1931) и «Лицо со шрамом» (1932), в героях которых легко узнавались известные преступники вроде Джона Диллинджера или Аль Капоне. Особенностью этих фильмов, отличавшей их от детективов или полицейских историй, было то, что главными героями становились гангстеры, главы преступных сообществ. Именно с подачи этих криминальных боевиков 1930-х гг. начинается формирование романтического культа известных гангстеров, имевшего мало общего с реальностью.

Как и в случае с вестерном, в 1960–1970-х гг. произошло возрождение и переосмысление жанра гангстерского кино, в первую очередь, благодаря творчеству Френсиса Форда Копполы, который поднял фильм об организованной преступности на уровень высокохудожественного, эпического произведения, настоящей «гангстерской саги». Три части его «Крестного отца» (1972, 1974, 1990) получили в общей сложности около 50 фестивальных наград и премий. Они вдохновили многих режиссеров, стремившихся найти свой способ рассказа об этой темной стороне жизни

американского общества. Среди них выделяются Мартин Скорсезе с фильмами «Злые улицы» (1973), «Славные парни» (1990), «Казино» (1995); Брайан де Пальма, снявший «Лицо со шрамом» (1983), «Неприкасаемые» (1987), «Путь Карлито» (1993).

Телевидение также не могло не включиться в разработку столь популярных сюжетов, результатом чего стало появление таких сериалов, как «Клан Сопрано», «Подпольная империя», «Рождение мафии: Нью-Йорк» и других.

Комедии

Безусловно самым популярным массовым жанром американского кино была, есть и будет комедия. Первоначально доминировали фарсовые физические комедии – слэпстик. Этот жанр вырос из юмористических водевилей, основанных на фарсе, и считался вульгарным, аморальным и бросающим вызов социальным нормам. Во многих случаях комедийный эффект достигался использованием «трюков» при монтировании фильма, примитивных спецэффектов, гэгов – комедийных приемов, в основе которых лежало очевидно нелепое поведение персонажа. Неудивительно, что люди обожали физические комедии, несмотря на общественное порицание этого жанра из-за «низкого» юмора.

Отцом американского слэпстика стал Мак Сеннет, поставивший производство комедийных короткометражек на поток. По его мнению, главное, что обеспечивало комику успех, это характерный запоминающийся образ. Именно ему мировое кино обязано появлением одного из своих самых знаменитых героев – «Бродяги» Чарли Чаплина:

...Мне спешно сказали сделать забавный макияж. На этот раз я пошел в гардероб и взял пару мешковатых штанов, узкое пальто, маленькую шляпу дерби и пару больших башмаков. Я хотел, чтобы одежда представляла собой массу противоречий, представляя, как [моя] фигура будет ярко выделена на экране. Чтобы добавить комического эффекта, я носил маленькие усы, которые не скрывали бы моей мимики. Моя внешность получила восторженный отклик от всех, включая [продюсера фильма] мистера Сеннета. Одежда, казалось, вселила в меня дух персонажа. С определенной точки зрения, [Бродяга] и впрямь ожил. Я объяснил мистеру Сеннетту, что он за человек: вечный романтик, постоянно ищущий любовь, однако не находящий ее²⁸.

²⁸ And the Little Tramp is Born // Charles Chaplin Blog [Электронный ресурс]. URL: <https://charleschaplin.wordpress.com/2009/03/21/and-the-little-tramp-is-born/> (дата обращения 02.04.2021).

Свой неповторимый образ и стиль имели и другие звезды американских комедий эпохи немого кино: Бастер Китон, Гарольд Ллойд, братья Маркс.

Начав с буффонады, американская комедия продолжила свое триумфальное шествие по национальным и мировым киноэкранам, обретая новые формы и осваивая разнообразные способы воздействия на эмоции зрителя. Ее эволюция шла по пути синтеза с другими жанрами, что значительно расширило арсенал комических приемов, технику актерской игры, драматургические приемы.

Звук, цвет, широкий экран

Кино как вид искусства развивалось в тесной взаимосвязи с техническим прогрессом. Появившись на свет в результате индустриальной революции, с каждой технологической инновацией оно получало новый импульс к развитию, обретало новые возможности и выразительные средства. Соединенные Штаты, являясь мировым лидером в сфере экономического развития, опережали всех и в области прорывных кинотехнологий. Важнейшей из них стало обретение звука.

Эксперименты в этом направлении начались еще в конце XIX в., но технические возможности появились только в конце 1920-х гг. Первым звуковым фильмом стал «Певец джаза», снятый компанией “Warner Bros.” в 1927 г.

Легенда гласит, что “Warner Bros.”, ответственная за его производство, была к моменту выхода картины в глубочайшем финансовом кризисе, и он фактически был последней надеждой близкой к банкротству компании и впоследствии спас ее.

На самом деле все было не так. Дела у братьев Уорнеров шли сравнительно неплохо, однако студия никак не могла догнать более крупных конкурентов вроде “Paramount” и “Fox”, которые владели широкой сетью кинотеатров в американских мегаполисах. Уорнерам нужен был большой хит, который позволил бы им проникнуть на этот рынок. Выход был найден в создании музыкального фильма с уже признанной звездой – Элом Джолсоном²⁹.

Успех картины был феноменален. Однако не только песни были его залогом, но и впервые озвученные диалоги. Родившийся

²⁹ Monaco P. Op. cit. P. 24–26.

в Российской империи в еврейской семье будущий американский шоумен позднее вспоминал:

«Певец джаза» подходил мне намного больше, чем любая другая роль, потому что была историей о мне самом. Я словно переживал заново часть своей жизни: раннее детство и отрочество, мой отказ следовать по стопам моего отца-раввина, мое страстное увлечение пением и актерством. Когда я начал работать над фильмом в 1927 г., я буквально испытывал трепет от мысли, что это будет первая картина, содержащая песни, но я даже и мечтать не мог о появлении на экранах диалогов. [Вообще,] речь появилась случайно. Когда я сел за пианино, когда мы начали работу над музыкальной сценой, я симпровизировал: «Погоди, пока я не запою, крошка! Если я стану звездой, я отвезу тебя на Кони-айленд и куплю тебе черное шелковое платье, которое будет шуршать при ходьбе!» [Братья] Уорнеры решили, что слова могут возыметь действие [на зрителей], так что мы сделали несколько дублей – и вуаля! Фильмы начали говорить!³⁰

Символичной и пророческой стала первая звуковая реплика главного героя фильма: «Подождите минутку! Вы еще ничего не слышали!»

После выхода «Певца джаза» киноиндустрия изменилась навсегда. Уже с 1929 г. стали преобладать звуковые фильмы. Однако переход на новый формат в кинопроизводстве не был безболезненным, далеко не все приняли новацию с восторгом. Приход звука предъявлял новые требования к киноактерам, которые теперь должны были обладать хорошей дикцией. Многие звезды немого кино так и не смогли приспособиться к новым условиям и были вынуждены завершить карьеру. Другие пошли на курсы сценической речи, которые были открыты в Голливуде. Одним из последовательных критиков звукового кино был Чарли Чаплин, который продолжал снимать немые фильмы, ставшие классикой: «Огни большого города», «Новые времена». Однако в конце концов и он был вынужден признать преимущества новых выразительных средств. Первым полностью звуковым фильмом Чаплина стал «Великий диктатор», снятый им в 1940 г.

С приходом звука появились новые жанры кино, которые ранее были невозможны: музыкальные комедии, мюзиклы. Появились также и новые кинопрофессии: звукооператор, кинокомпозитор и другие. Кроме того, важнейшим элементом звукового

³⁰ Цит. по: *Monaco P.* Op. cit. P. 25.

кино стали диалоги героев, что коренным образом изменило работу над сценариями фильмов. Голливуд стал привлекать в качестве сценаристов ведущих американских писателей, среди которых были Уильям Фолкнер, Френсис Скотт Фицджеральд, Джон Стейнбек и другие.

В связи с существованием различных звуковых технологий, требовавших разного оборудования для воспроизведения звука, возникла проблема стандартизации. Американская Академия киноискусства решила ее в 1932 г., утвердив «академический» формат звукового кинематографа, ставший международным стандартом. Благодаря этому звуковые фильмы стало возможно смотреть в любом кинотеатре мира. Единственной проблемой было переоснащение киносети, стоимость одного комплекта звуковоспроизводящего оборудования с установкой в начале 1930-х гг. составляла от 10 до 20 тыс. долл., что было дорого даже для кинопрокатчиков. Следствием этого стало повышение цен на билеты в кино и окончательное завершение эпохи никельодеонов.

Вслед за звуком последовал цвет. Попытки сделать киноизображение цветным предпринимались в разных странах. Для этого использовались различные технологии: от колоризации (раскрашивания кадров вручную) до применения цветных фильтров. Однако возможность снимать кино с натуральной цветопередачей появилась только после того, как компания “Kodak” начала в 1935 г. выпуск цветной многослойной киноплёнки. Эпоху цветного кино открыл фильм «Бекки Шарп» (1935) режиссера Рубена Мамуляна, произведенный компанией “RKO Pictures” по мотивам «Ярмарки тщеславия» Уильяма Теккерея.

Наконец, еще одной важной инновацией, оказавшей большое влияние на развитие кино, стало появление широкого экрана. Он стал ответом на серьезную конкуренцию со стороны телевидения, заставившую кинопроизводителей искать новые технические решения для сохранения аудитории. Первой начала переход на широкоэкранный формат компания “20th Century Fox” по инициативе ее президента Спироса Скураса. Он обеспечивал гораздо больший «эффект присутствия» для кинозрителей, чем фильмы классического формата. Первым широкоэкранным фильмом стала «Плещаница» (1953), пеплум с участием Ричарда Бартон и Джин Симмонс.

Звук, цвет и широкий экран изменили не только процесс кинопроизводства, но и многократно расширили палитру изобразительных средств, приблизили кино к реальности, придав ему невиданную ранее зрелищность. Это имело особое значение для таких жанров, как мюзикл, мультипликация.

Мюзиклы

Существует разница между обычными фильмами с песнями и мюзиклами. Если герои картины начинают петь и танцевать, это не означает автоматически превращение его в мюзикл. Иногда пение и танцы мотивированы разворачивающимся сюжетом.

В мюзикле все иначе. Здесь музыкальные номера помогают лучше понять характер человека. На самом деле можно выразиться еще точнее: они являются частью природы людей. Кроме того, действие мюзикла происходит как бы попеременно в двух реальностях: нарративной и музыкальной. Люди ходят и разговаривают в первой, а затем могут внезапно начать танцевать и петь во второй. При этом одно и то же действие может быть выражено обоими способами³¹.

Например, в фильме 1936 г. «Время свинга» Фред Астер играет неудачника по прозвищу «Счастливчик», который должен найти 25 тыс. долл. для того, чтобы доказать отцу своей невесты серьезность своих намерений. Случайно он встречается учительнице танцев Пенни (ее играет Джинджер Роджерс) и влюбляется в нее, что ставит его перед моральным выбором. В конце концов, невеста «Счастливчика» уходит к другому, а сам он понимает, что ему нужна Пенни. Последняя сцена фильма начинается с того, что главные герои объясняются друг другу в чувствах, однако учительница танцев не уверена в искренности своего бывшего ученика. Тогда «Счастливчик» начинает петь, пытаясь рассказать о силе своей любви.

Драматический эффект, достигнутый пением, вполне мог быть достигнут и обычной речью, однако мюзикл так не работает. Вокальный номер призван усиливать зрительские переживания и является явным признаком того, что на экране происходит нечто важное. Воссоединение «Счастливчика» и Пенни, согласно законам жанра, знаменует не поцелуй, а совместный танец, интенсивность которого возрастает к концу. Таким образом, диалог и музыкальный номер, переплетаясь друг с другом, формируют новую реальность³².

Главная звезда фильма – Фред Астер – и сам в некотором роде счастливчик. Его настоящее имя – Фредерик Аустерлиц. Родившись в смешанной еврейско-немецкой семье в Милуоки в 1899 г., он с малых лет стал показывать танцевальные таланты. Вместе со своей сестрой он уехал покорять Бродвей, где его уме-

³¹ *Belton J.* Op. cit. P. 143–145.

³² *Monaco P.* Op. cit. P. 46–47.

ния оказались весьма востребованы. Однако о Голливуде он мог только мечтать. После того, как началась эра звукового кино, а сестра закончила сценическую карьеру, Астер решил перебраться в Калифорнию, чтобы попробовать стать актером. Успех пришел далеко не сразу. Вначале продюсеры не видели в нем большого потенциала, дав следующую характеристику: «Играть не может. Слегка лысый. Немного танцует»³³. Лицо Астера и впрямь было не очень типичным для кинозвезды: длинный нос, оттопыренные уши, узкий подбородок. Знаменитостью его сделал опытный продюсер Дэвид Селзник, решив, что, несмотря на внешние недостатки, у Астера есть внутренняя изюминка, шарм и очарование, которые придутся по вкусу публике. Селзник оказался прав. Астер стал легендой мюзиклов, а его лирический дуэт с Джинджер Роджерс до сих пор вдохновляет таких кинопостановщиков, как Дэмиен Шазелл, создавшего оscarоносный «Ла-Ла Лэнд» в 2016 г.

Мюзикл в 1930-х гг. становится важным киножанром не только из-за хитроумного использования новых технических средств, но и вследствие тяжелого социально-экономического положения, в которое попала страна в эпоху Великой депрессии. Простота подачи, юмор и хэппи-энд помогали американцам отвлечься от ежедневных забот.

Анимация

Одновременно со «взрослым» кино на экране стали появляться и картины, ориентированные на детскую аудиторию.

Ее король Уолт Дисней основал свою студию еще в 1923 г. для съемки семейно ориентированного кино, однако не преуспел в нем так, как в создании мультфильмов. Большие кинокомпании до поры до времени не видели со стороны Диснея конкуренции, потому что тот создавал короткометражные мультики с кочующими от одного к другому персонажами вроде Микки Мауса и Дональда Дака.

Все изменилось в 1937 г., когда компания Диснея представила свой первый полнометражный мультфильм «Белоснежка и семь гномов». Его производство заняло у студии пять лет и

³³ “Can’t Act; Slightly Bald; Can Dance a Little”: Studio Report? David O. Selznick? Apocryphal? [Электронный ресурс]. URL: <https://quoteinvestigator.com/2014/08/07/bald/#:~:text=On%20its%20completion%2C%20Grady%20sent,screen%20test%20in%20the%201930s.> (дата обращения 02.04.2021).

1,5 млн долл., что было в три раза больше изначального бюджета. Боссы других киностудий были крайне скептически настроены относительно перспектив авантюры Диснея.

В действительности «Белоснежка» оказалась большим успехом, чему способствовало несколько обстоятельств. Во-первых, сам сюжет мультфильма был знаком всем детям по одноименной сказке, так что от создателей не требовалось подробно останавливаться на психологии героев, но нужно было «раскрасить» всем знакомую историю как можно ярче. Во-вторых, Дисней заставил мультипликаторов как следует потрудиться, чтобы создать на экране эффект глубины картинки. И в-третьих, «Белоснежка» по сути была анимированным мюзиклом. Все песни, которые герои исполняют на экране, играют важную роль в раскрытии характеров персонажей. Но одновременно с этим именно они в значительной степени поспособствовали раскрутке мультфильма, став популярными хитами³⁴.

«Белоснежка» стала поворотным моментом в истории студии Уолта Диснея. За ней последовали «Пиноккио», «Фантазия» и «Дамбо», которые окончательно закрепили полнометражную мультипликацию в качестве полноценного направления американского киноискусства.

Его бурное развитие не смогла прервать даже Вторая мировая война, в которую США вступили в декабре 1941 г. Участие в таком масштабном военном конфликте, смерть близких и возвращение родных с фронтов не могли не отразиться на том, какие фильмы стали производить студии. Хотя и до 1940-х гг. в Америке создавались темные и мрачные картины, именно в это десятилетие происходит формирование нового жанра – нуара.

Нуар по-американски

Термин “film noir” (т. е. темное кино) имеет французские корни и становится популярным уже в послевоенные годы. Критики обозначали им картины, где в центре сюжета находится жестокое преступление, а художественное оформление характеризуется темными и зловещими тонами. Главный герой нуара – детектив со сложным военным прошлым, переживающий личный психологический кризис. Важно отметить, что главный фокус обращен не на расследование преступления, а на анализ характера персонажей. В этом помогает закадровый голос, принадлежа-

³⁴ Monaco P. Op. cit. P. 52–54.

щий главному герою, рефлексирующему о событиях вокруг него. Частое явление в фильмах этого жанра – *femme fatale*, роковая женщина, которая использует героя для достижения собственных целей. Характерное место действия нуаров – ночной дождливый индустриализованный город, призванный подчеркнуть гнетущую атмосферу послевоенного времени и депрессивность протагониста³⁵.

По общему мнению, первым кино-нуаром следует считать «Мальтийского сокола» 1941 г. с Хамфри Богартом в главной роли. К тому моменту это была уже третья экранизация одноименного романа Дэшила Хэммет, классика так называемого американского «крутого детектива». Хотя на момент выхода фильма на экраны термина *film noir* еще не существовало, «Мальтийский сокол» содержит в себе уже многие черты этого жанра: мрачность, сдержанный пессимистический тон и размеренность темпа.

Этот фильм, помимо того, что открыл эру нуара, стал поворотной точкой в карьере Хамфри Богарта, сыгравшего протагониста. До «Мальтийского сокола» актер, хотя и считался талантливым, всеми воспринимался как звезда дешевых гангстерских фильмов категории Б. Он был уже весьма немолодым для восходящей звезды: к 1941 г. ему было уже за 40. За спиной – служба в военно-морском флоте, десятки второстепенных ролей в бродвейских постановках, алкоголизм, депрессия и имидж мрачного гангстера в кино. «Мальтийский сокол» превратил Богарта в кинозвезду, а его следующий большой фильм, «Касабланка» – в легенду³⁶.

Картина Майкла Кертиса, вышедшая в 1942 г., являет собой пример феноменальной интуиции, которую Голливуд иногда обнаруживает у себя. «Касабланка», снятая по еще не поставленной пьесе, во многом сформировала образ Второй мировой войны у миллионов американцев, а Богарт, играющий главного героя, – стал трагическим символом антинацистского сопротивления. Мнения зрителей и критиков о «Касабланке» разнятся так сильно, что иногда кажется, что речь идет о разных фильмах. Одни отмечают удивительно красивую и сентиментальную историю, разворачивающуюся на фоне охваченного войной мира. Другие обращают внимание на многочисленные штампы, из которых соткан фильм Кертиса. Так или иначе, «Касабланка» стала культовой картиной, находясь на первых местах в списках почти всех кинорейтингов³⁷.

³⁵ *Belton J.* Op. cit. P. 221–226.

³⁶ *Monaco P.* Op. cit. P. 83–85.

³⁷ *Рокотов В.* Голливуд: От «Унесенных ветром» до «Титаника». М., 2001. С. 32–35.

Послевоенная фрустрация, начинающаяся холодная война, начало деконструкции «студийной системы» Голливуда и популяризация других видов досуга, помимо кино, привели к пересмотру приоритетов при съемке фильмов. В 1950-е гг. основными жанрами, в которых продолжали создаваться картины, оставались легкие комедии, вестерны и нуары. Характерной чертой этого периода является то, что многие фильмы основывались на произведениях довоенного времени, или их действие происходило в прошлом. Так, мюзикл «Поющие под дождем» использует популярные шлягеры 1920-х гг., а его герои – звезды немого кино. В свою очередь, популярная комедия «Джентльмены предпочитают блондинок» с Мэрилин Монро в своей основе имела одноименную книгу, выпущенную в 1927 г.

Период Нового Голливуда внес свой вклад в развитие жанров американского кино, пересмотрев многие штампы и традиционные клише. Результатом стало появление «ревизионистского вестерна», неонуара, роуд-муви, политического кино.

Общую траекторию развития американской киноиндустрии с середины 1970-х гг. определили «Челюсти» (1975) Стивена Спилберга и «Звездные войны» (1977) Джорджа Лукаса.

По сути, эти две картины изобрели формулу успеха идеального голливудского кино. Они ориентируются на широкую аудиторию, которая может ничего не знать о теории создания фильмов и хочет весело провести пару часов в кинотеатре. Но при этом они остроумно сняты и содержат многочисленные отсылки и цитаты из других фильмов, которые будут поняты только специалистами и кинофанатами. Кроме того, Спилберг и Лукас показали, что американцы любят жанровое кино. Ну и наконец, «Челюсти» и «Звездные войны» считаются основателями так называемого «летнего» блокбастера, ориентированного на молодежную аудиторию и идущего максимально широким прокатом.

«Челюсти» стали первым малобюджетным фильмом независимого режиссера, который принял на вооружение новую систему дистрибуции. Ранее прокат картин начинался с одного или двух залов в самых крупных городах страны для того, чтобы минимизировать риски. Продюсеры ждали первых отзывов. Если они были успешными, то спустя несколько недель количество кинотеатров, показывавших картину, увеличивалось. С фильмом Спилберга об акуле-убийце было все иначе. Он с самого начала был показан в 464 кинотеатрах по всей стране. Кроме того, его релиз сопровождался масштабной рекламной кампанией, которую организовала выпускающая студия («Universal») на телевидении, радио и в газетах. Результат превзошел все ожидания: при бюджете-

те в 7 млн долл. «Челюсти» после оригинального релиза собрали 123,1 млн³⁸.

Успех Спилберга и Лукаса символизировал изменения в подходе студий к производству фильмов. Отныне ставка будет делаться на высокобюджетные картины, сделанные авторитетными режиссерами, на темы, не имеющие отношения к существующей реальности. В условиях политического кризиса, который потрясал США с 1960-х гг., такой подход был обоснован: зрители были настроены мечтать о других измерениях («Звездные войны», «Близкие контакты третьей степени»), вспоминать старые-добрые времена («Назад в будущее», «Индиана Джонс») или заигрывать с технологиями будущего («Терминатор», «Охотники за привидениями»).

Кино на экспорт

Фактически с самого начала своего развития американская киноиндустрия ориентировалась не только на своего зрителя внутри страны, но и на внешний рынок. Активное проникновение сначала на европейские экраны, а затем и в другие регионы мира американского кино началось с 1920-х гг. Уже к концу 1930-х американские фильмы занимали до 70% европейского кинопроката. После Второй мировой войны происходила крупномасштабная экспансия американской кинопродукции на мировые кинорынки, получившая поддержку государства как одно из направлений публичной дипломатии.

Более чем за 100 лет с момента изобретения кинокамеры в США кинопроизводство превратилось в одну из ведущих отраслей экономики, в которой занято более 2 млн человек. Общий доход кинобизнеса в 2016 г. превысил 105 млрд долл. Экспорт американских фильмов и телепродукции оценивается в 16,5 млрд долл.³⁹

Влияние кино США на мир выражается не только в цифрах, но и в том, какое влияние оно оказывало на режиссеров с других континентов. Так, например, Жан-Люк Годар восторгался аме-

³⁸ Артюх А.А. Новый Голливуд: История и концепция. СПб., 2015. С. 155–161.

³⁹ The U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account (1998–2016): A National Summary [Электронный ресурс]. URL: https://www.arts.gov/sites/default/files/BEA2019_Final_National_Summary_Report.pdf (дата обращения 01.04.2021).

риканскими режиссерами первой половины XX в. и свой стиль построил, во многом ориентируясь на Д. Гриффита, Д. Форда, А. Хитчкока и О. Уэллса. Французская «Новая волна», важнейшим представителем которой был Годар, стала не только национальным феноменом, но и изменила весь западный кинематограф. Если говорить о ее влиянии на Америку, то вся эстетика «Нового Голливуда» формировалась с оглядкой на французский опыт.

Американская киноиндустрия остается образцом для подражания, Голливуд по-прежнему манит кинематографистов всего мира, возможность поработать там для многих из них является мечтой и венцом профессиональной карьеры. В чем же заключается секрет популярности американского кино во всем мире, только ли зрелищность, техническое совершенство, безудержная фантазия авторов привлекают в кинотеатры сотни миллионов людей на всех континентах? Почему оно понятно и близко представителям разных культур, говорящих на различных языках, имеющих различный исторический опыт? Возможно, потому что американское кино универсально, как универсальна американская мечта, основанная на вере в возможности человека, в его право на жизнь, свободу и стремление к счастью.

Для дальнейшего изучения

- Артюх А.А.* Новый Голливуд: История и концепция. СПб., 2015.
- Карцева Г.В.* Рождение нации: История США в фильмах. М., 2019.
- Кучмий В.М.* Старый новый Голливуд: Энциклопедия кино: В 2 т. М., 2010.
- Рокотов В.* Голливуд: От «Унесенных ветром» до «Титаника». М., 2001.
- Belton J.* American Cinema / American Culture. 4th ed. N.Y., 2013.
- Monaco P.* A History of American Movies: a Film-by-Film Look at the Art, Craft, and Business of Cinema. Lanham; N.Y., Plymouth, 2010.
- Slide A.* The New Historical Dictionary of the American Film Industry. Lanham, 2001.

Электронные ресурсы

- Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>
- American Cinema – One Hundred Years of Filmmaking: 1 The Hollywood Style [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UN1LGXW43Wc> (дата обращения 01.04.2021).

- Hollywood – Ep 2: In The Beginning [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CpO6aiTjldk> (дата обращения 01.04.2021).
- Hollywood – Ep 3: Singlebeds and Double Standards [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WKAq6trYuYs&has_verified=1 (дата обращения 01.04.2021).
- Hollywood and the Stars: The Great Stars [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=EELDW-b_K4A (дата обращения 01.04.2021).
- Hollywood & the Stars: The Oscars: Moments of Greatness [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-0O7sLzv6uQ> (дата обращения 01.04.2021).
- The U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account (1998–2016): A National Summary [Электронный ресурс]. URL: https://www.arts.gov/sites/default/files/BEA2019_Final_National_Summary_Report.pdf (дата обращения 01.04.2021).
- Martin Scorsese – A Personal Journey Through American Movies (1995).

Тема 3. Культурное наследие Дикого Запада

17 мая 1883 г. Уильям Фредерик Коуди, больше известный как Баффало Билл, под аплодисменты толпы выехал во главе процессии, состоявшей из индейцев пауни и ковбоев на ярмарочную площадь в Омахе. Так началась история самого успешного из многочисленных шоу, посвященных Дикому Западу. Эти шоу, наряду с набиравшими популярность романами в стиле вестерн, во многом заложили основы формирования того образа американского Дикого Запада, который до сих пор доминирует в популярной культуре и массовом сознании.

Дикий Запад: от реальности к мифу

Понятие «Дикий Запад» имеет несколько измерений, это одновременно и территория, и исторический период, и набор всевозможных мифов, легенд, историй и культурных стереотипов. Географические границы этого региона определить достаточно просто: Диким Западом называли всю западную часть США, от долины Миссисипи до побережья Тихого океана. Хронологические рамки его существования как социокультурного комплекса определяются периодом освоения этой территории с первой трети XIX в. до 1890 г., когда завершилась история американского фронта. Этот относительно короткий исторический период оказал огромное влияние не только на развитие страны, но и на формирование национальной идентичности, американского национального характера, представлений об истинных американцах, стремящихся к свободе, первооткрывателях, искателях приключений, энергичных, мужественных людях, стойко переносящих испытания и верящих в лучшее будущее.

С Диким Западом связаны образы пионеров и следопытов, индейцев и ковбоев, бандитов и шерифов-законников, как проти-

востоящих друг другу, так и вместе создающих общество пограничья с характерными для него антиномиями: понятиями о чести и культом насилия; чувством долга и пренебрежением законом; стремлением к созиданию и инстинктом разрушения; индивидуализмом и солидарностью; сентиментальностью и жестокостью. Дикий Запад дал неисчерпаемый материал для литературы и кинематографа, которые, собственно, и создали романтическую легенду о нем.

Запад стал родиной для многих героев американского фольклора: лесоруб-великан Поль Баньян и великий охотник Дэви Крокетт – «король дикого фронта»; благородный охотник и следопыт Дэниел Бун и хвастливый и жестокий Майк Финк; Джонни Эплсид (Джонни Яблочное семечко) и ковбой Пекос Билл, придумавший лассо. В историях о них стерлись грани между реальностью и вымыслом, что в целом характерно для бытования Дикого Запада в исторической памяти.

Мифологизация процесса освоения Запада началась уже на начальной его стадии. Художник Джордж Кэтлин в 1830–1840-х гг. организовал несколько художественных выставок, а затем шоу, посвященных Дикому Западу в США, Великобритании и Франции. Но в тот момент они не имели большого успеха. Примерно в это же время в газетах и журналах США начинают публиковаться рассказы о приключениях фронтисменов. Их популярность привела к возникновению целого литературного явления – десятициентовых романов, беллетристики, рассчитанной на невзыскательные вкусы массового читателя, издаваемой большими тиражами на бумаге низкого качества. За право считаться первым из них соперничают «Малеска, индейская жена белого охотника» Энн Стивенс и «Сет Джонс или пленники фронта» Эдварда Сильвестра Эллиса. Обе книги имели оглушительный успех, разошлись невиданным по тем временам тиражом более 60 тыс. экземпляров за первую неделю продаж, после чего многократно переиздавались (последнее переиздание бестселлера Эдварда Эллиса датируется 2013 г.). Известно, что роман о Сете Джонсе был одной из любимых книг Авраама Линкольна.

Так в американской литературе родился жанр вестерна как значимый элемент массовой популярной культуры. Дешевые издания, в которых описывались захватывающие приключения на фронте, пользовались колоссальным спросом и производились в невероятных количествах. Эллису принадлежит авторство не менее 250 книг (часть из них была издана под различными псевдонимами), но рекордсменом по праву стал Прентис Ингрэм, написавший более 600 десятициентовых романов.

Расцвет вестерна как жанра массовой литературы во многом связан с именем Неда Байнтлайна (настоящее имя – Эдвард Зэйн Кэррол Джадсон). Он сам был человеком фронта, авантюристом, сменившим множество видов деятельности – от журналистики до охоты за головами (как-то он сумел задержать двух преступников, за что получил награду в 600 долл.). Уволенный с военной службы за пьянство, он ездил по стране с лекциями о вреде алкоголизма, сидел в тюрьме, едва не подвергся линчеванию. Но, как выяснилось в конце концов, его призыванием стали вестерны. Героями его романов были знаменитые охотники Дикий Билл Хикок и Уильям Коуди (Баффало Билл). Бантлайн утверждал, что это он придумал Уильяму Коуди прозвище, под которым тот получил всемирную известность. Серия романов о приключениях Баффало Билла пользовалась популярностью у читателей и принесла автору немалый доход⁴⁰. На волне этого успеха Бантлайн написал пьесу о Коуди под названием «Скауты прерий». Премьера спектакля, в которой главные роли играли как автор, так и сам Баффало Билл, состоялась в Чикаго в декабре 1872 г. Несмотря на разгромные рецензии, она имела успех у зрителей и в течение нескольких лет шла в театрах различных городов страны. Уильям Коуди летом служил в качестве скаута (разведчика) в американской армии, а зимой возвращался на сцену⁴¹. Так фронтир пришел на подмостки американских театров. Вероятно, этот сценический опыт навеял Коуди идею организации большого шоу «Дикий Запад».

«Дикий Запад Баффало Билла»

К этому времени Уильям Коуди «Баффало Билл» пользовался широкой известностью в стране. Свою военную карьеру он начал в 17 лет во время Гражданской войны в США (1861–1865), но славу следопыта и охотника приобрел уже после ее окончания. В 1867 г. он получил контракт на снабжение строителей Канзаско-Тихоокеанской железной дороги мясом бизонов и за полтора года убил 4280 бизонов (есть версия, что именно после этого он и получил свое прозвище), внося таким образом свой вклад в массовое истребление этих животных в Америке. В 1872 г. Уильям Коуди в качестве проводника участвовал в организации знамени-

⁴⁰ См., например: *Buntline N. Buffalo Bill and His Adventures in the West*. N.Y., 1886.

⁴¹ *Reis R.A. Buffalo Bill Cody*. N.Y., 2010. P. 53–54.

той бизоньей охоты для великого князя Алексея Александровича (сына российского императора Александра II) во время его визита в Америку. А благодаря десятицентовым вестернам слава о его реальных и вымышленных подвигах сделала Баффало Билла наиболее известным из всех героев фронта.

Все это позволило Уильяму Коуди создать самое популярное шоу, посвященное Дикому Западу, и превратиться в одну из самых узнаваемых в мире персон американской массовой культуры. Его образ стал воплощением Дикого Запада: шляпа Стетсон, куртка из оленьей кожи, кожаные сапоги, винтовка Спрингфилд, которую он называл «Лукреция Борджиа», длинные волнистые волосы, знаменитые бородака и усы. Афиша шоу представляла его как «самую романтическую фигуру в американской истории, идола любого мужчины и мальчишки»⁴².

По словам самого Баффало Билла, его мотивировало «благородное стремление просветить общественность Востока и научить ее уважать жителей Запада, дав истинное, неприукрашенное представление об истории фронта, которая быстро уходит в прошлое»⁴³. Помимо этого, безусловно, немалую роль играли вполне прагматичные интересы: возникшая мода на Дикий Запад давала возможность неплохо заработать. Уильям Коуди и его команда проявили прекрасные организаторские и промоутерские способности, а сам он превратился в настоящую звезду шоу-бизнеса.

Для придания представлению большей достоверности значительную роль в нем играли индейцы, среди которых были знаменитые вожди Сидящий Бык, Пинающий Медведь, Красное Облако, Длинный Волк и другие. В качестве приглашенной звезды несколько раз в нем принимал участие Джеронимо. Шоу открывалось парадом всей труппы, затем начинались выступления ковбоев, стрелков, акробатов. В программу входили также сцены из жизни Дикого Запада: нападение на почтовый дилижанс, охота на бизонов, ограбление поезда, эпизоды из истории индейских войн. Одним из центральных моментов шоу была реконструкция битвы у Литтл-Бигхорн, в которой был уничтожен отряд подполковника Джорджа Кастера. Пикантность ситуации придавал тот факт, что среди индейцев-шоуменов были участники этой битвы. Финальный эпизод представлял собой атаку индейцев на хижину поселенцев, которую отражали сам Баффало Билл, ковбои и мексиканцы⁴⁴.

⁴² Цит. по: *Moses L.G. Wild West Shows and the Images of American Indians, 1883–1933. Albuquerque, 1999. P. 250.*

⁴³ *Ibid.* P. 8.

⁴⁴ *Ibid.* P. 22–25.

Фактически «Дикий Запад Баффало Билла» сочетал в себе элементы циркового представления, родео, соревнований по стрельбе, гонки и театрализованные сцены, иллюстрировавшие различные стороны жизни фронта. Шоу, продолжавшееся 3–4 часа, поражало мастерством ковбоев, многочисленными дикими животными, выступавшими в качестве их полноправных партнеров, экзотическим видом индейцев в причудливых головных уборах из перьев, упражнявшихся в стрельбе из луков. Десятки тысяч зрителей впервые получили возможность увидеть живых бизонов (из тех, что еще остались живы после массового истребления), познакомиться, хотя бы в таком виде, с образом жизни и культурой Дикого Запада. Одной из главных звезд была Энни Оукли, женщина-стрелок – «Бесподобная Леди Скоростной Выстрел», как ее представляли афиши. Она олицетворяла собой женщин фронта – настоящих американок, которые ни в чем не уступали мужчинам, а в чем-то и превосходили их.

Представление имело колоссальный успех. Баффало Билл объехал с ним всю страну. Только в 1885 г. его посетило около миллиона зрителей. И среди них президент США Гровер Кливленд, выразивший желание познакомиться с легендарным индейским вождом Сидящим Быком. В следующем году спектакль был показан в Мэдисон Сквер Гарден в Нью-Йорке, где с аншлагами шел в течение нескольких месяцев, получив восторженные отзывы со стороны генерала У.Т. Шермана, Ф.Т. Барнума, Марка Твена.

Марк Твен написал Коуди:

Я смотрел Ваше шоу Дикий Запад два дня подряд и получил огромное удовольствие. Оно возродило живую, дикую жизнь великих равнин и Скалистых гор и встряхнуло меня, как военная песня... По другую сторону океана часто говорят, что ни одна из выставок, которые мы отправляем в Англию, не является чисто американской. Если вы привезете туда шоу Дикого Запада, вы можете снять этот упрек⁴⁵.

⁴⁵ Цит. по: *Corbett Ch. Orphans Preferred: The Twisted Truth and Lasting Legend of the Pony Express*. N.Y., 2004. P. 162.

Дикий Запад завоевывает Европу

Добившись триумфа на национальном уровне, Баффало Билл решил последовать совету писателя и начать завоевание Европы. Первым шагом в этом направлении стало участие шоу в торжествах, посвященных золотому юбилею королевы Виктории в Лондоне. 31 марта 1887 г. из Нью-Йорка отплыл пароход «Штат Небраска». На его борту разместились 218 членов труппы шоу (из них 97 были индейцами), 18 бизонов, 2 оленя, 10 лосей, 5 техасских бычков, 4 осла и 180 лошадей. Путешествие длилось больше двух недель, после чего понадобилось три железнодорожных состава, чтобы перевезти участников и оборудование в Лондон, где «Дикий Запад Баффало Билла» стал главной сенсацией Американской выставки⁴⁶. Публика шла толпами, чтобы своими глазами увидеть ту Америку, о которой она читала в новостях, произведениях Джеймса Фенимора Купера или десятицентовых романах (это зависело от круга интересов и образования). Принц Уэльский (будущий король Эдуард VII (Edward VII)) попросил дать для него эксклюзивное представление, после чего стал горячим поклонником шоу. Коуди стал знаменитостью в Лондоне, с ним стремились встретиться все, от королевы Виктории до Оскара Уайльда. Он стал прототипом одного из персонажей «Дракулы» Брэма Стокера. Известный художник Джеймс Уистлер задумал написать его портрет.

После посещения шоу королева Виктория записала в своем ежедневнике:

Мы сидели в ложе в большом полукруге. Это амфитеатр с открытым пространством, все сиденья находятся под навесом. Самые разные люди: дикие, разрисованные краснокожие американские индейцы из разных племен, на своих диких неоседланных лошадях, ковбои, мексиканцы и т. д., – все неслись по кругу на полной скорости, визжали и кричали, что создавало причудливый эффект. Нападение на дилижанс и на ранчо с оглушительной стрельбой было самым захватывающим, как и охота на бизонов и брыкающиеся пони, на которых было почти невозможно сидеть. Ковбои – красивые люди, но разрисованные индейцы с их перьями и дикой одеждой (которой было очень мало) выглядели довольно пугающе, и у них жестокие лица. ... Их Военный Танец со всеми извиваниями и воплями под звуки дикого барабана и трубы был довольно страшным, и они подошли так близко. «Красная Рубашка», вождь племени сиу, был представлен мне, вместе со скво и их детьми, которые пожали мне руку⁴⁷.

⁴⁶ *Moses L.G.* Op. cit. P. 42–43.

⁴⁷ Цит. по: *Ibid.* P. 54.

Индейцы пользовались огромной популярностью, они были постоянно окружены толпами зевак. Можно сказать, что происходило взаимное узнавание, британцы знакомились с экзотической для них жизнью Дикого Запада, а индейцы, впервые оказавшиеся так далеко от дома, открывали для себя новые миры. Участник представления – вождь индейцев сиу Красная Рубашка рассказывал репортерам:

Я покинул свой вигвам две луны назад, не зная ничего, и, останься я в индейской резервации, я был бы все равно, что слепец. Теперь же я увидел новый рассвет. [Я увидел] огромные дома [корабли], которые пересекали могучие воды, огромные деревни, не имеющие конца, где бледнолицые кишат, как насекомые под летним солнцем. ... Когда мы вернемся в индейскую резервацию и расскажем нашим людям то, что мы видели, они будут поражены всем этим⁴⁸.

За полгода, проведенных в Лондоне, было дано более 300 представлений, которые посетили более 2,5 млн человек. Успех этих гастролей превратил американских шоуменов в желанных гостей любой европейской страны. В общей сложности за время своего существования (1883–1913 гг.) «Дикий Запад Баффало Билла» совершил восемь гастрольных туров по Европе с неизменными аншлагами. Особенно успешной оказалась поездка в Париж на Всемирную выставку 1889 г., где шоу Уильяма Коуди едва не затмило Эйфелеву башню в качестве главного аттракциона. Оно произвело огромное впечатление на Эдварда Мунка. Поль Гоген в письме к другу назвал его «чрезвычайно интересным» и даже приобрел себе ставшую модной широкополую шляпу Стетсон модели «Босс Равнин». Известная художница Роза Бонёр написала портрет Баффало Билла верхом на лошади. Парижские газеты называли его «Наполеоном прерий», он был провозглашен самым знаменитым и популярным американцем в Париже после Б. Франклина⁴⁹. Именно в Париже Коуди познакомился с Томасом Эдисоном. В результате среди первых в истории кинофильмов оказались сцены из шоу «Дикий Запад». В последующие годы труппа неоднократно возвращалась в Париж, где ее выступления имели неизменный успех. Память об этих гастролях

⁴⁸ Цит. по: Ibid. P. 44.

⁴⁹ Jones J. Eiffel's Tower and the World Fair Where Buffalo Bill Beguiled Paris, the Artists Quarreled and Thomas Edison Became a Count. N.Y., 2009. P. 144.

сохраняется до сих пор. В современном парижском Диснейленде одним из самых популярных аттракционов является шоу «Дикий Запад Баффало Билла», представляющее собой реконструкцию оригинальной программы в виде театрально-циркового представления.

Во время гастролей в Италии состоялась встреча Баффало Билла с Римским папой Львом XIII. Коуди планировал провести выступление в римском Колизее, но оно не состоялось из-за плохого состояния арены. Зато в Вероне шоу прошло в римском амфитеатре, знаменитой Веронской арене. Американское представление вызывало одинаковый восторг у коронованных особ, интеллектуалов и обычных европейцев, под его впечатлением формировался романтический образ страны и ее жителей, характерный для рубежа XIX–XX вв.

Европейский триумф прибавил Уильяму Коуди популярности и на родине. Наиболее успешным для него стал 1893 г., когда во время Всемирной выставки в Чикаго на одном из представлений присутствовало 18 тыс. зрителей⁵⁰ – небывалый по тем временам аншлаг. Символично, что именно здесь, в Чикаго, во время выставки молодой историк из Висконсина Фредерик Джексон Тернер выступил со своим знаменитым докладом «Значение фронта в американской истории», в котором констатировал завершение истории Дикого Запада⁵¹. Так Дикий Запад, закончив свое существование в реальности, превратился в один из базовых элементов американской массовой культуры. Важнейшую роль в этом превращении, безусловно, сыграло шоу «Дикий Запад Баффало Билла».

На волне роста интереса к истории фронта подобные труппы стали создаваться по всей стране (в начале XX в. их насчитывалось около 50), но ни одна из них не смогла достичь популярности представлений Баффало Билла. Затем начался спад интереса к подобным шоу, который объяснялся в том числе появлением новых возможностей для развлечения. Однако упадок такого рода аттракционов не означал утраты у публики интереса к Дикому Западу. Напротив, созданные ими романтические образы жителей фронта были восприняты и многократно растиражированы другими жанрами массовой культуры США и других стран.

⁵⁰ Moses L.G. Op. cit. P. 134.

⁵¹ Тернер Ф. Дж. Фронт в американской истории. М., 2009. С. 13.

Дикий Запад в массовой культуре XX века

Из соревнований ковбоев, объезжавших лошадей, стреноживших быков и укрощавших диких животных, выросло родео, одно из самых популярных зрелищ и настоящий символ Америки. Появление кинематографа привело к возникновению вестерна – самого американского киножанра. Вплоть до конца 1960-х гг. вестерны составляли около четверти всей голливудской кинопродукции. Желающие познакомиться с обычаями коренных американцев могли принять участие в пау-вау, а коммерческие ранчо и прогулки по лесным и горным тропам делали образ жизни на Диком Западе доступным для каждого, кто готов платить за этот опыт.

Шоу «Дикий Запад» романтизировали и облагородили образ ковбоя. Из необразованного, занимающегося тяжелым и рискованным физическим трудом, едва сводящего концы с концами наемного работника (не случайно среди ковбоев 1880-х гг. около трети составляли чернокожие) он превратился в романтического героя, идеал мужчины, благородного защитника слабых, образец для подражания, один из национальных символов США. Совершенно очевидно, что ковбой с рекламного постера Marlboro не имел ничего общего с реальностью, но он обладал мощной притягательной силой, вызывая позитивные эмоции и ассоциации.

Поэтому образ ковбоя активно эксплуатировался американской массовой культурой. Востребованность литературных вестернов и популярность тем, связанных с Диким Западом в американском обществе на рубеже XIX–XX вв., побудили обратиться к этому жанру уважаемых литераторов, писавших для образованной публики.

Первым таким вестерном считается роман Оуэна Уистера «Виргинец» (1902). Прототипом главного героя стал Бак Тейлор, участвовавший в шоу Баффало Билла. Уистер, выпускник Гарвардского университета, где он учился вместе с будущим президентом США Теодором Рузвельтом (чье увлечение Диким Западом проявилось в написании исторического исследования «Завоевание Запада» в 4-х томах), сделал главным героем своей книги ковбоя, противостоящего злу. Роман многократно переиздавался, был шесть раз экранизирован, став классикой американской литературы. Таким образом, Оуэн Уистер, наряду с такими писателями, как Зейн Грей, Макс Брэнд и другие, ввел ковбоев, трапшеров, благородных и не очень разбойников, грабящих дилижансы и поезда, в мир «высокой» литературы. Самым плодови-

тым автором вестернов в истории американской литературы является Луис Ламур (1908–1988). Он издавал ежегодно по три-четыре романа, общий тираж его произведений превысил 250 млн экземпляров. Признанием вестерна как полноправного жанра серьезной литературы стало присуждение Пулитцеровской премии за 1950 г. роману Альфреда Гатри «Путь на Запад». В 1986 г. эту премию получил другой вестерн – «Одинокий голубь» Ларри МакМёртри. Оба романа были экранизированы.

По словам исследователя американской массовой культуры Джейн Томпкинс:

Примерно с 1900 по 1975 г. значительная часть подросткового мужского населения проводила каждую субботу в кино. То, что они смотрели, было вестернами... Люди из всех слоев общества читали вестерны: президенты, водители грузовиков, библиотекари, солдаты, студенты колледжей, бизнесмены, бездомные. Их читали как женщины, так и мужчины, богатые и бедные, молодые и старые. Так или иначе, вестерны – романы и фильмы – затронули жизнь практически всех, кто жил в течение первых трех четвертей этого столетия⁵².

И это касается не только американского общества, популярность литературных и кинематографических вестернов давно вышла за границы США. Достаточно вспомнить, что автором первого романа в жанре вестерн, изданного в твердой обложке, был отнюдь не американец, а немецкий писатель Карл Май, а художественные приемы и образы героев вестернов используются в кинематографиях самых разных стран мира, в том числе и очень далеких от англосаксонской культурной традиции. Среди них можно назвать Италию, Россию, Индию, Японию.

Влияние образов Дикого Запада не ограничивается только популярностью вестернов в их классической форме. В более широком смысле ковбой как благородный герой-одиночка, борющийся со злом и отстаивающий справедливость, является универсальной фигурой в американской массовой культуре. Джордж Лукас, например, сказал, что «Звездные войны» по сути являются «приключенческим боевиком, фильмом в традициях американского вестерна»⁵³.

⁵² *Tompkins J.* West of Everything: The Inner Life of Westerns. N.Y., 1992. P. 5.

⁵³ Цит. по: *Wright W.* The Wild West: The Mythical Cowboy and Social Theory. London, 2001. P. 9.

Образ Дикого Запада получил распространение и в других областях культуры: одежда, музыка, танцы, родео, фестивали, отдых, мебель, журналы, реклама, искусство. Одежда в стиле вестерн, от шляп до сапог, украшений, мебели и декора, заняла прочное место в сфере фэшн-индустрии. Издается множество красочных ковбойских журналов, посвященных стилю и аксессуарам в духе Дикого Запада. Эта мода давно вышла за границы США, ее уже нельзя считать только американским явлением.

Еще более очевидной является роль наследия Дикого Запада в музыкальной культуре страны. Музыка в стиле кантри или хиллбилли, родившаяся в XIX в. в западных штатах США как синтез различных музыкальных традиций, впитала в себя английские, валлийские, ирландские и шотландские баллады, соединив их с мексиканскими и афроамериканскими ритмами. Простые мелодии и тексты этих баллад легко запоминались и исполнялись у костров, на привале, во время редких часов отдыха под аккомпанемент гитары, мандолины, скрипки-фиддл, банджо и губной гармонике. Героями этих песен были ковбои, индейцы, фронтирсмены. На Востоке страны они были практически неизвестны, интерес к ним появился лишь в конце XIX в. И здесь опять нельзя не вспомнить шоу Баффало Билла. Дело в том, что его представления сопровождалось выступлениями музыкальной группы, исполнявшей музыку Запада. Ковбойским оркестром Баффало Билла (под таким названием выступала группа) руководил Уильям Суини, который делал все аранжировки и писал оригинальную музыку для шоу. Как правило, выступление начиналось исполнением «Знамени, усыпанного звездами», задолго до того, как эта песня стала с 1931 г. государственным гимном США.

Ковбойские песни, исполнявшиеся во время шоу, вошли в моду, как и все ковбойское, в начале XX в. В 1910 г. знаменитый американский фольклорист Джо Ломакс издал первый сборник музыкальных произведений Запада «Ковбойские песни и другие баллады Фронтiera»⁵⁴. После этого начался рост популярности музыки кантри, которая стала рассматриваться как важная часть национальной американской культуры. Широкое использование романтических ковбойских баллад в голливудских вестернах превратило их в часть музыкального мейнстрима, непрерывно звучащего на радио, в кино, а затем и на телевидении. Стиль кантри-энд-вестерн в XX в. стал еще одной значимой частью наследия Дикого Запада в жизни американского общества.

⁵⁴ *Lomax J. Cowboy Songs and Other Frontier Ballads. N.Y., 1910.*

Атрибуты этих культурных традиций настолько прочно вошли в американскую повседневность, что ее невозможно представить без джинсов и вестернов, музыки кантри и ковбойских сапог, банджо и родео. Они служат предметом гордости и объектом самоиронии, используются как символы и инструменты культурной дипломатии. Так, в 1997 г. Государственный секретарь Мадлен Олбрайт носила ковбойскую шляпу во время дипломатического турне по странам Европы, а президент Клинтон преподнес такие шляпы в качестве подарка мировым лидерам во время экономического саммита.

Дикий Запад, возможно, самый популярный миф современной мировой культуры. Миф о свободе, безграничных возможностях, естественности человеческих отношений, о добре и зле, ведущих между собой вечную борьбу, о неизбежности победы добра. Миф о мужественных благородных мужчинах, прекрасных и столь же отважных женщинах, о чести и славе. Он давно утратил прямую связь с конкретным историческим периодом и географическим регионом, этот миф глубоко укоренен в этических и эстетических представлениях об идеальном, и в этом смысле является вневременным и интернациональным.

Для дальнейшего изучения

- Стукалин Ю.В.* Первая энциклопедия Дикого Запада – от А до Z. М., 2014.
- Carlin R., Ching B.* American Popular Music: Country. N.Y., 2005.
- Cody W.F.* The Wild West in England. Lincoln, 2012.
- Griffin Ch.E.* Four Years in Europe with Buffalo Bill. Lincoln, 2010.
- Moses L.G.* Wild West Shows and the Images of American Indians, 1883–1933. Albuquerque, 1999.
- Reis R.A.* Buffalo Bill Cody. N.Y., 2010.
- Wright W.* The Wild West. The Mythical Cowboy and Social Theory. London, 2001.

Электронные ресурсы

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Buffalo Bill (1908) – William F. Cody on Horseback – Wild West Show Tour [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_pZ8k00quLk (дата обращения 01.04.2021).

- Buffalo Bill's Wild West [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g3meHAqxuDI> (дата обращения 01.04.2021).
- Epic Wild Western Music – Cowboys & Outlaws [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hUXf1TDEuFM> (дата обращения 01.04.2021).
- The Life of Buffalo Bill. 1912. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sXTulInVO8U> (дата обращения 01.04.2021).
- The William F. Cody Archive: Documenting the Life and Times of Buffalo Bill [Электронный ресурс]. URL: <http://codyarchive.org/> (дата обращения 01.04.2021).

Тема 4. Весь мир – театр: Бродвей как символ американской культуры

Промозглым весенним нью-йоркским вечером 3 марта 1899 г. десятки экипажей с элегантно одетыми мужчинами и женщинами съезжались из разных районов города на угол 42 улицы и 7 авеню. Здесь их ожидало только что построенное здание театра «Виктория», принадлежавшего Оскару Хаммерштайну I, немецкому иммигранту, разбогатевшему на производстве сигар и вложившему свой капитал в театральный бизнес. «Нью-Йорк Таймс» так описывала новый театр и успех премьеры:

Здесь были все, кого только можно было ожидать. Публика заполнила все кресла и вместительный зал за оркестровой ямой. Перечислять отдельные имена было бы совершенно излишним. Даже галерея была заполнена хорошо одетыми женщинами и мужчинами в вечерних костюмах⁵⁵.

Зрители, получавшие удовольствие от водевиля с участием популярных актеров братьев Роджерс, даже не догадывались, что являются участниками исторического процесса формирования нового центра мирового театрального искусства – знаменитого Театрального квартала на Таймс-сквер (до 1904 г. – Лонгакр-сквер).

Однако прежде чем стать признанным эталоном театральной культуры и бизнеса, американский театр прошел долгий и сложный путь развития.

Рождение американского театра

История американского театра восходит к колониальному периоду. Европейские переселенцы привозили с собой не только экономические и технические знания и навыки, но и культурные традиции, привычки, формы проведения досуга. Театр, как зрелище и развлечение, как раз и являлся одной из таких традиций

© Окунь А.Б., 2023

⁵⁵ The New York Times. 1899. March 3. P. 6.

и популярным видом отдыха. Поэтому театры стали открываться уже в первой половине XVIII в.: сначала в 1709 г. в Уильямсбурге (Виргиния), а затем в 1736 г. в Чарльстоне (Южная Каролина). «Док-стрит театр» в Чарльстоне стал первым зданием, построенным специально для театральных постановок. Именно здесь впервые на территории современных Соединенных Штатов зрители увидели оперный спектакль «Флора».

Однако театр – это не только и не столько здание, прежде всего это труппа актеров, способных вдохнуть жизнь в стены и пыльные декорации, увлечь зрителей, заставить их смеяться и плакать. С этим как раз были проблемы, так как, в лучшем случае, до американской сцены добирались лишь редкие иностранные гастролирующие визитеры, далеко не всегда обладавшие высоким профессиональным уровнем. Но спрос, как известно, рождает предложение. В 1752 г. братья Льюис и Уильям Холлемы собрали в Европе профессиональную труппу и приехали с ней в Уильямсбург, основав первую в колониях театральную компанию. Театр Холлемов открыл свой сезон 15 сентября 1752 г. постановкой «Венецианского купца» У. Шекспира. Репертуар состоял из спектаклей, имевших успех в Лондоне, в нем преобладали пьесы Шекспира и английские комедии того времени. Однако первый профессиональный театр в Америке просуществовал недолго, причиной этого стало крайне негативное отношение к театральному искусству со стороны различных деноминаций протестантской церкви. Под ее давлением театральные представления были законодательно запрещены в колониях Массачусетс (в 1750 г.), Пенсильвания (в 1759 г.) и Род-Айленд (в 1760 г.). В других колониях прямого запрета не было, но церковь и в них активно противодействовала театральной деятельности. Так, в Нью-Гэмпшире в 1762 г. труппе актеров был запрещен въезд в Плимут в связи с тем, что пьесы «оказывают особое влияние на сознание молодых людей и угрожают их нравственности, придавая им вкус к интригам, развлечениям и удовольствиям». Один из последовательных противников театра, конгрегационалистский священник, теолог и ректор Йельского колледжа Тимоти Дуайт IV обосновывал это негативное отношение следующим образом: «Мы видим, к чему приводит служение Сцене, к потере самого ценного сокровища, бессмертной души»⁵⁶.

В результате театр Холлемов был вынужден перебраться на Ямайку. В 1758 г. Льюис Холлем-младший основал «Американскую компанию», которая открыла свой театр в Нью-Йорке.

⁵⁶ *Dwight T. An Essay on the Stage. Middletown, 1824. P. 164.*

Главной звездой, а впоследствии и руководителем театра стал сам Льюис Холлем-мл., который долгое время считался лучшим исполнителем шекспировских ролей в Америке, первым американским Гамлетом. Именно в этом театре был впервые поставлен спектакль по пьесе, написанной американским драматургом Томасом Годфри «Принц Парфии» в 1767 г. Холлем-младший вошел в историю американского искусства и как первый исполнитель в стиле «блэкфейс», в 1769 г. он исполнил песню “Dear Heart! What a Terrible Life I am Led” в соответствующем гриме⁵⁷. «Американская компания» сохраняла фактическую монополию на театральную деятельность вплоть до 1790 г.

Трудные времена для американского театра продолжались еще некоторое время. В период Войны за Независимость Континентальный Конгресс запретил любые театральные постановки наряду со скачками, любыми видами азартных игр, петушиными боями, выставками и другими дорогостоящими развлечениями⁵⁸. Этот запрет, тем не менее, не мог помешать развиваться американской драматургии и любительским постановкам. Более того, в самой американской армии офицеры поощряли театральные представления на исторические и революционные темы для повышения морального духа солдат. Так, в апреле 1778 г. Джорджу Вашингтону и его армии был показан спектакль по пьесе Джозефа Аддисона «Катон», которая была одной из самых популярных в Америке в XVIII в. Она считается любимой пьесой Вашингтона, отождествлявшего себя с ее героем Катоном, противостоявшим тирании Цезаря⁵⁹. Это было свидетельством невозможности бороться посредством запретов с потребностями и запросами общества.

Конец XVIII в. стал важным этапом в истории американского театра. Завершение периода запретов и ограничений, бурное развитие всех сторон жизни молодой республики открывали новые возможности для его развития. Выдающуюся роль в этом сыграл Уильям Данлэп (1766–1839), вошедший в историю как «отец американского театра». Он стал первым американским профессиональным драматургом (зарабатывал на жизнь сочинением пьес), кроме того, был актером, художником (среди прочего им написан портрет Джорджа Вашингтона), продюсером (руководил двумя

⁵⁷ *Lhamon T.* Jump Jim Crow: Lost Plays, Lyrics, and Street Prose of the First Atlantic Popular Culture. Cambridge; London, 2003. P. 412.

⁵⁸ *Brown J.* The Theatre in America During the Revolution. Cambridge, 1995. P. 6.

⁵⁹ *Ibid.* P. 58.

театрами в Нью-Йорке), историком искусств (в 1834 г. опубликовал Историю американского искусства в 3-х томах). Ему принадлежит авторство более чем 60 пьес, часть из которых представляли собой авторизованные переводы с французского и немецкого. Оригинальные пьесы Данлэпа основаны на американских сюжетах, и их персонажами являются исторические личности. Самыми успешными из них стали первые им опубликованные и поставленные в нью-йоркских театрах «Отец» (1789) и «Андре» (1798). Таким образом, к началу XIX в. в США были заложены основы национальной театральной культуры, тесно связанной с европейскими (прежде всего британскими) традициями, но постепенно обретавшей своеобразие и уникальное сочетание различных по своему происхождению тенденций.

От «бродячих» театров к театральным синдикатам: американский театр XIX в.

Бурный рост иммиграции, поток переселенцев на Запад, где быстро росли города, изменял и театральную географию страны. Вслед за потенциальной публикой труппы актеров также устремились в западном направлении. Так как содержать театр на постоянной основе было слишком дорого, потребность населения в развлечениях удовлетворяли «бродячие» труппы. Они переезжали из города в город, как правило, с одним спектаклем, который шел, пока на него собиралась публика. Особой их разновидностью стали «плавучие театры», которые в летнее время перемещались на речных пароходах по рекам и давали представления во всех населенных пунктах, больших или маленьких, расположенных по их берегам. Самым оживленным театральным маршрутом стала река Миссисипи, обычно капитан парохода являлся и руководителем такой плавающей труппы. Репертуар варьировался от грубых фарсов до наивных мелодрам, что вполне соответствовало невзыскательным вкусам провинциальной малообразованной публики. «Плавающие театры» просуществовали до конца XIX в. и оставили свой след в американской культуре. События знаменитого бродвейского мюзикла «Show Boat» разворачиваются на борту речного театра, сатирическое описание таких представлений можно найти у Марка Твена в «Приключениях Гекльберри Финна».

Одновременно в крупных городах страны создаются постоянные театры и строятся специальные театральные помещения. Старейшим из ныне действующих театров в США является Walnut Street Theatre в Филадельфии. Он был основан в 1809 г., но

первый театральный спектакль по комедии английского драматурга Ричарда Шеридана «Соперники» прошел в нем только в 1812 г. На премьере присутствовали президент Томас Джефферсон и маркиз де Лафайет⁶⁰. В этом театре впервые в Америке стало применяться газовое освещение и кондиционирование воздуха, а с 1892 г. – электричество. Другими театральными столицами США были Нью-Йорк и Бостон. Репертуар этих театров был ориентирован на более respectable публику, популярными были постановки по пьесам Шекспира, а также мелодрамы американских авторов, в том числе и инсценировки романов современных писателей, например «Хижина дяди Тома» Гарриет Бичер-Стоу.

В этих спектаклях блистали выдающиеся актеры, среди которых выделялся Юний Брут Бут (был назван в честь Марка Юния Брута – убийцы Юлия Цезаря), приехавший в 1821 г. из Англии и ставший основателем целой актерской династии. Один из его сыновей – Эдвин Бут – стал крупнейшим американским трагиком второй половины XIX в., особенно прославившись в роли Ричарда III; другой – также известный актер Джон Уилкс Бут вошел в историю США не своими успехами на театральном поприще, а в качестве убийцы президента Авраама Линкольна в ложе театра Форда в Вашингтоне. Таким трагическим образом история американского театра переплелась с политической историей США.

Другими звездами сцены в этот период были Эдвин Форрест и Шарлотта Кашмен, специализировавшиеся на шекспировском репертуаре.

Однако драматические театры оставались скорее исключением, чем правилом. Вплоть до конца XIX в. основными жанрами являлись простенькие мелодрамы, бурлеск, фарсы, незамысловатые комедии и менестрель-шоу. В конце века наступило время водевиля, представления без единого сюжета, состоявшего из отдельных номеров с музыкой, песнями и танцами.

Волна новой европейской иммиграции, начавшаяся в 1880-е гг., принесла с собой и новые веяния в театральной жизни страны. Иммигранты из Италии привезли с собой любовь к опере. В 1883 г. в Нью-Йорке началась история Метрополитен-опера, после чего оперные театры были открыты в Чикаго, Новом Орлеане, Бостоне и других городах страны. Настоящий оперный бум был связан с гастрольями в Америке знаменитых европейских дирижеров и певцов, самым прославленным из которых стал

⁶⁰ Halvard B., *Sylvester M.D.* Walnut Street Theatre. Charleston, 2008. P. 7.

Энрико Карузо. В 1903–1921 гг. он являлся ведущим солистом Метрополитен-опера.

Индустриализация, рост городов и городского населения, технические инновации нашли свое отражение и в эволюции театрального бизнеса. Развитая транспортная система значительно облегчила организацию гастролей по всей территории страны. Постоянные театры теперь строятся даже в небольших городах, распространение электричества позволило не только освещать сцену и зрительный зал, но и использовать световые эффекты, усовершенствовать оформление театральных зданий и их внутреннего дизайна. Все это повышало привлекательность театральных представлений и доходы антрепренеров. Особый интерес зрителей вызывало участие известных актеров, следствием чего стало формирование «системы звезд», предвосхитившей подобную практику в кинематографе несколькими десятилетиями позже. Знаменитые актеры делали кассу, поэтому они становились хозяевами положения, диктовали свои условия, определяли репертуар и получали высокие гонорары.

Монополизация периода «позолоченного века» 1870–1890-х гг., происходившая в различных сферах экономики США, не могла не затронуть и растущий театральный бизнес. В 1896 г. шесть крупнейших американских театральных менеджеров объединились в Театральный синдикат, который контролировал деятельность театров, продажу билетов, подбор актеров, организацию гастролей по всей территории страны. Он получал отчисления от каждого проданного билета, без его разрешения невозможно было арендовать театр или собрать труппу актеров. Один из создателей синдиката, Марк Клоу, так охарактеризовал его деятельность: «Театральный Синдикат принес порядок вместо хаоса, законную выгоду вместо разрушительного соперничества»⁶¹.

Однако далеко не все были согласны с такой оценкой. Независимые театральные менеджеры и многие актеры пытались сопротивляться его диктату, но в итоге были вынуждены подчиниться. В одном Марк Клоу был, несомненно, прав: монополизация позволила синдикату получать львиную долю всех доходов театральной индустрии. Эта цель достигалась в том числе и с помощью уже апробированной «бродячими» театрами практики показа одного успешного спектакля в различных театрах до тех пор, пока он делал сборы. После этого он снимался и запускался новый проект. Подобная практика не оставляла места для экспе-

⁶¹ Цит. по: *Holmes S.P. Weavers of Dreams, Unite! Actors' Unionism in Early Twentieth-Century America. Chicago, 2013.*

риментов, ограничивала творческие возможности режиссеров и актеров, но позволяла максимизировать прибыль. Такая ситуация не могла продолжаться долго, массовым недовольством театральными работниками воспользовались конкуренты синдиката. В 1900 г. братья Ли, Сэм и Джейкоб Шуберт, сыновья иммигранта из Российской империи, основали свою организацию (The Shubert Organization) и вошли в театральный бизнес. Начав свою деятельность в Нью-Йорке, братья Шуберт в течение нескольких лет стали владельцами целой сети театров по всей стране. Решающий удар по позициям синдиката был нанесен в 1910 г., когда большая группа ведущих актеров и драматургов страны перешла от него к организации Шубертов, а затем 1200 театральных менеджеров объединились в Национальную ассоциацию владельцев театров. Это означало конец всевластия Театрального синдиката и начало новой эры в истории американского шоу-бизнеса.

Таким образом, к началу XX в. в США завершился процесс становления национальной театральной системы со своими принципами организации и управления, разветвленной сетью театров по всей стране (1752 зарегистрированных театра), популярными жанрами и системой звезд, формировавшейся драматургической традицией и актерской школой. Начиналась эпоха Бродвея, превратившая Нью-Йорк в мировую театральную столицу.

Бродвей – символ и бренд американской культуры

Театральный квартал, известный во всем мире как Бродвей, расположен в центральной части Манхэттена между 40 и 54 улицами с юга на север и между 6 и 8 авеню с востока на запад. Здесь на относительно небольшой территории и находится сердце американского театрального организма. Начало истории Театрального квартала положило открытие в 1883 г. Метрополитен Опера на Бродвее. После этого Оскар Хаммерштейн I построил здесь несколько своих театров, одним из которых стала «Виктория» в 1899 г. В настоящее время здесь работает 41 профессиональный театр, со зрительным залом не меньше чем на 500 человек. Большинство из них были основаны в первой половине XX в., а старейшими из ныне действующих являются Hudson Theatre, Lyceum Theatre и New Amsterdam Theatre, построенные в 1903 г.

Бродвей остается самым коммерчески успешным театральным проектом в мире. В сезоне 2018–2019 гг. общая посещаемость бродвейских театров составила 14 768 254 человека, что в итоге

принесло более 1,8 млрд долл. Главными фигурами, определяющими репертуарную политику, являются продюсеры, большая часть которых вместе с владельцами театров объединены в Бродвейскую лигу. Она занимается координацией отношений с различными театральными союзами, профессиональными гильдиями, определяет лауреатов театральной премии Тони. Бродвей остается одной из самых монополизированных коммерческих структур, большинство театров принадлежит трем организациям: The Shubert Organization владеет 17 театрами, The Nederlander Organization – 9 и Jujamcyn – 5.

Бродвейские шоу представляют собой коммерческие проекты, главной задачей которых является получение прибыли для продюсеров и инвесторов (так называемых «ангелов»), финансирующих постановку. Поэтому сложилась практика, при которой сроки показа спектаклей не определяются заранее, они идут до тех пор, пока сохраняют популярность и делают кассу. С целью привлечения зрителей используется система звезд: как правило, в сезон премьеры для участия в спектакле приглашаются звезды кино и телевидения, узнаваемые и популярные актеры. Контракт с ними заключается на несколько месяцев и, если шоу сопутствует удача, впоследствии их заменяют другие актеры. Так, например, в сезоне 2012–2013 гг. главными звездами бродвейской сцены были Аль Пачино и Скарлетт Йоханссон, а в сезоне 2018–2019 гг. на Бродвее блистал Дензел Вашингтон.

Так как постановка современного спектакля требует больших расходов, то продюсеры стремятся выжать из него максимально возможный доход прежде, чем он будет заменен новым шоу. Поэтому сложилась практика, при которой в театре, как правило, идет один спектакль в течение всей недели со вторника по субботу до тех пор, пока он собирает публику. Наиболее успешные постановки затем совершают турне по стране, расширяя тем самым аудиторию.

Американский театр, конечно, жив не единым Бродвеем. Более того, в последние десятилетия именно вне-бродвейские театры (Off-Broadway and Off-Off-Broadway theatres) играют большую роль в развитии театрального искусства страны, являются площадками для сценических экспериментов, поисков новых выразительных средств. Однако показателем успеха этих проектов является их перенос затем на сцену одного из театров Бродвея. По-прежнему увидеть свое имя на афишах в Театральном квартале Нью-Йорка остается мечтой многих драматургов, режиссеров и актеров.

Для спектаклей, поставленных на Бродвее, существует специальная театральная премия Тони, введенная в 1947 г. по анало-

гии с кинематографическим Оскаром. В 2019 г. приз за лучшую пьесу получил спектакль «Паромщик», лучшим мюзиклом признан Хейдстаун, получивший премию в восьми номинациях. Впервые премию Тони получила актриса, прикованная к инвалидной коляске. Ей стала Али Строкер, награжденная за роль второго плана в новой версии классического мюзикла «Оклахома!»⁶².

Самым популярным жанром на Бродвее стал мюзикл, занимающий около 70% всех театральных площадок, он является настоящим королем в мире театра США. История американского мюзикла сама по себе может рассматриваться как увлекательное шоу. Итак, занавес открывается...

Его величество мюзикл

(Представление в трех действиях с двумя антрактами, сменой декораций и действующих лиц)

Действие первое: становление жанра

Мюзикл отличается от других жанров музыкального театра органическим соединением действия, диалогов, музыки, песен и танцев в едином сюжете. Все эти элементы служат одной цели: добиться максимальной выразительности, воздействовать на эмоции зрителя, заставить его сопереживать, смеяться, сочувствовать героям и в итоге восхищаться ярким зрелищем, легко запоминающимися мелодиями и мастерством актеров. В этом смысле мюзикл является идеальным видом развлечения для всех, привлекающим самую разнообразную публику от миллионеров до безработных, от университетских профессоров до школьников, от бизнесменов до домохозяек. Наверное, поэтому он и стал самым американским из всех театральных жанров, визитной карточкой американского шоу-бизнеса, оказал огромное влияние на развитие массовой культуры во всем мире.

Историки театра до сих пор спорят о том, как и когда произошло рождение мюзикла как особого жанра музыкального театра. Традиционно считается, что первым представлением, содержащим все элементы мюзикла, стал спектакль «Черный горбун», поставленный в Нью-Йорке в 1866 г. Спектакль, длившийся больше пяти часов, соединял сюжет Фауста с французским ба-

⁶² Tony Awards [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tonyawards.com/winners/year/2019/category/any/show/any/> (дата обращения 01.04.2021).

летом, песнями и высокопарными диалогами. Более всего зрителей поражали пышные декорации и костюмы огромной труппы, состоявшей из 263 артистов. Несмотря на разгромные рецензии, обвинявшие постановку в безвкусице и пошлости, представление имело большой успех у зрителей и было показано рекордные по тем временам 474 раза в течение 16 месяцев подряд. Затем оно совершило успешный тур по стране и несколько раз возобновлялось в последующие годы. В 2016 г. в ознаменование 150-летия первой постановки «Черный горбун» был вновь поставлен на Бродвее. Тем не менее этот спектакль нельзя в полной мере считать полноценным мюзиклом в современном смысле. Дело в том, что в нем действие, музыка, песни и танцы соединялись механически, будучи слабо связанными между собой. Это позволяло в последующих постановках заменять одни номера другими, включать новые песни, сокращать действие. Однако успех представления определил основной вектор развития бродвейского театра, публика жаждала развлечения, и она получила его сполна.

В последующие годы происходило становление мюзикла как самостоятельного жанра. Он вбирал в себя элементы оперетты, комической оперы, бурлеска, водевиля, соединяя их в различных пропорциях и комбинациях. Одним из наиболее успешных образцов этого синтеза стала «Поездка в Китайский квартал», поставленная на Бродвее в 1891 г. и выдержавшая 652 представления за два года (это был новый рекорд, продержавшийся до 1919 г.). «Нью-Йоркская красавица» (1896) стала первым американским мюзиклом, с большим успехом показанным в Лондоне, Париже и Берлине. Эти гастролы явились предвестником будущего триумфального шествия нового американского театрального жанра по сценам всего мира.

После окончания Первой мировой войны в США началось бурное развитие индустрии развлечений, общество стремилось забыть трагические события недавнего времени. Кроме того, период процветания 1920-х гг. сопровождался ростом городского населения, повышением его благосостояния. Музыкальный театр как нельзя лучше соответствовал потребностям и возможностям публики. Это доказал пример мюзикла «Ирен», поставленного на Бродвее в 1919 г. и удерживавшего рекорд по количеству представлений (675) до 1938 г. Какое-то время конкуренцию мюзиклам составляли традиционные ревю, состоявшие из отдельных номеров и песен, не связанных между собой. Самыми знаменитыми из них были «Безумства Зигфелда» (Ziegfeld Follies), серия театральных шоу, ставившихся ежегодно с 1907 по 1931 г. Их продюсер Флоренз Зигфелд делал ставку на яркие музыкальные

номера, экстравагантные костюмы, красивых актрис и умел привлекать талантливых авторов. В разное время с ним сотрудничали такие выдающиеся композиторы, как Джордж Гершвин, Ирвинг Берлин, Джером Керн.

Однако в итоге победа осталась за мюзиклами, вобравшими в себя ритмы рэгтайма, джаза, что открывало новые возможности развития жанра. Отдельного упоминания заслуживает “Shuffle Along” – первый бродвейский спектакль, созданный афроамериканцами. Его основой стала джазовая музыка, песни немедленно стали хитами. Самая знаменитая из них «Я схожу с ума по Гарри» в 1948 г. была использована Гарри Трумэном в его президентской кампании. Этот мюзикл положил начало карьерам таких выдающихся певцов, как Джозефин Бейкер, Пол Робсон, Флоренс Миллс, Аделаида Холл и другие. Но наиболее важную роль он сыграл в процессе десеграции театральной сцены, положив начало разрушению многих расовых табу, открыв дорогу к успеху и признанию для многих чернокожих артистов.

Этапным для становления современного мюзикла стала постановка 1927 г. «Плавучий театр», авторами которой стали признанные классики жанра Джером Керн и Оскар Хаммерштайн II (внук знаменитого театрального магната и основателя династии театральных деятелей США). Спектакль, возвращавший зрителя ко временам «бродячих» театров, представлял собой цельное произведение, музыкальные номера которого являлись органической частью действия, необходимой для раскрытия характеров и сюжетных линий произведения. Именно поэтому «Плавучий театр» считается первым в истории полноценным мюзиклом, отличающимся от любых других форм музыкального театра. Он определил направление дальнейшего развития самого популярного и самого американского из театральных жанров.

Интермедия: театр времен Великой депрессии

Эпоха процветания и «ревущие двадцатые» закончились в одночасье, грянул биржевой кризис 1929 г., переросший в Великую депрессию. Театральный бизнес, как и вся американская экономика, переживал трудные времена. Люди стали экономить и не могли себе позволить тратить деньги на развлечения. Многие театры закрылись, тысячи актеров, режиссеров, драматургов, музыкантов остались без работы. Театральные компании разоря-

лись. Так один из самых успешных продюсеров Бродвея, Флоренз Зигфелд, потерял все свои капиталы. В этих условиях на помощь терпевшей бедствие театральной индустрии страны пришло государство. Администрация президента Франклина Делано Рузвельта разработала специальную программу по поддержке театров – Федеральный театральный проект под руководством режиссера, драматурга и университетского профессора Холли Флэнеган. По ее словам,

...непосредственной целью Федерального театрального проекта является обеспечение работой деятелей театра: актеров, режиссеров, драматургов, дизайнеров, художников, рабочих сцены и других работников театральной сферы. Далек идущей целью является создание театров, столь жизненно важных для общества, что они будут продолжать функционировать и после завершения программы этого Федерального проекта⁶³.

В результате реализации этой программы в 1935–1939 гг. получили работу в театрах около 15 тыс. человек, было вновь открыто 200 театров в различных городах страны, поставлено более 1200 спектаклей, которые посмотрело 30 миллионов зрителей. Значительная часть этих представлений была бесплатной. Общие расходы на осуществление Федерального театрального проекта составили 46 млн долл.⁶⁴

В это трудное время музыкальный театр, наряду с Голливудом, играл роль «Великого утешителя». Вновь обретают популярность ревю с незамысловатыми сюжетами и яркими музыкальными номерами с участием звезд. Примерами таких программ являлись «Театральный фургон» с дуэтом Фреда Астера и его сестры Адель, «Все проходит» на музыку Кола Портера. Самым успешным ревю подобного рода в 1930-е гг. стало шоу «Ад раскрылся», установившее новый рекорд популярности на Бродвее (1404 представления).

Однако новая реальность наложила свой отпечаток и на, казалось бы, далекие от социальных и политических проблем музыкальные спектакли. Мюзикл Джорджа Гершвина и Айры Гершвина «О тебе я пою» представлял собой довольно злую сатиру на американскую политическую систему. Этот мюзикл стал первым,

⁶³ Цит. по: *Kazakoff G. Dangerous Theatre: The Federal Theatre Project as a Forum for the New Plays. N.Y., 2011. P. 17–18.*

⁶⁴ *Osborne E.A. Staging the People: Community and Identity in the Federal Theatre Project. N.Y., 2011. P. 4.*

получившим Пулитцеровскую премию в 1932 г. Обосновывая это решение, Пулитцеровский комитет заявил:

«О тебе я пою» представляет собой не только цельную и сбалансированную пьесу, но и является острой и подлинной сатирой на американскую политику и отношение к ней общества... Это настоящая пьеса, и очевидно, что Пулитцеровская премия не может служить лучшей цели, чем признание такой работы⁶⁵.

Это означало, что мюзикл получил признание как жанр, заслуживающий к себе серьезного отношения. Однако премию получили только авторы литературной основы спектакля, а не композитор, так как Пулитцеровская премия вручалась лишь за достижения в области литературы. Несправедливость была устранена лишь в 1998 г., когда в ознаменование 100-летия со дня рождения Джорджа Гершвина ему была посмертно присуждена эта премия.

Другим примером того, как реальная жизнь проникала на сцену, стало новаторское ревю «Тысяча приветствий» Ирвинга Берлина и Мосса Харта, каждый номер которого основывался на сатирической интерпретации газетных заголовков, новостей, событий из жизни знаменитостей: президента США Герберта Гувера, Джона Рокфеллера, членов Британской королевской семьи, героев светской хроники. Был использован известный принцип «Утром в газете, вечером в куплете», неизменно вызывавший интерес у публики и живую реакцию узнавания. Особенностью представления стало участие в нем в качестве одной из главных звезд Этель Уотерс, выдающейся афроамериканской певицы и актрисы, впервые в истории Бродвея получившей такой же гонорар, что и белые актеры.

Большой резонанс вызвал мюзикл «Колыбель будет качаться», поставленный в 1937 г. молодым Орсоном Уэллсом при поддержке Федерального театрального проекта. Спектакль, разоблачавший коррупцию, алчность корпораций, выступавший в защиту прав рабочих, вошел в историю еще и тем, что стал первой театральной постановкой, записанной в сокращенном виде на пластинку и выпущенной в 1938 г. Проект едва не был закрыт накануне премьеры, и в целом работа над спектаклем сопровождалась драматическими событиями, что ярко и правдиво показано в фильме Тима Роббинса «Колыбель будет качаться», снятого в 1999 г.

⁶⁵ Цит. по: *Toohy J.L. A History of the Pulitzer Prize Plays. N.Y., 1967. P. 99.*

Так американский музыкальный театр постепенно освобождался от имиджа бездумного легкого развлечения и обретал новые формы, сюжеты, расширял арсенал своих выразительных средств, завоевывая тем самым и новых зрителей. Пережив не без потерь трудные времена Великой депрессии, мюзикл вступил в пору своего расцвета, начинался «золотой век» жанра.

Действие второе: золотой век мюзикла

Несколько десятилетий творческих поисков, разрушения стереотипов, расширения границ жанра не могли не привести к качественному прорыву и выходу на принципиально новый уровень. И неизбежное свершилось: 31 марта 1943 г. на Бродвее состоялась историческая премьера мюзикла «Оклахома!». В течение последующих пяти лет он был показан рекордные 2212 раз, в 1944 г. получил Пулитцеровскую премию, а затем обошел подмостки всего мира, будучи переведен на множество языков, включая русский. «Оклахома!» настолько выбивалась из привычных канонов музыкальной комедии, что пришлось придумывать новое определение для ее жанра. Впрочем, долго думать не пришлось, авторы, композитор Ричард Роджерс и Оскар Хаммерштайн II, сначала называли ее просто музыкальной пьесой, а затем сократили это название до мюзикла. С этого момента можно считать, что мюзикл окончательно отделился от других направлений музыкального театра и превратился в самостоятельное и очень яркое явление в искусстве.

Применительно к «Оклахоме!» можно часто употреблять слово «впервые». В 1944 г. впервые бродвейская постановка была записана на пластинку в полном объеме в том виде, в котором она шла на сцене с оригинальным составом исполнителей и оркестром. В 1953 г. штат Оклахома впервые в истории избрал главную песню мюзикла в качестве официального гимна штата. «Оклахома!» стала первым мюзиклом, в честь которого была выпущена почтовая марка.

В чем же секрет такого ошеломительного успеха? Видимо, в том, что авторам удалось найти идеальное сочетание театральной условности действия с простой и понятной человеческой историей. Красивая музыка, яркие вокальные номера, новаторская хореография Агнес де Милль, ставшей полноправным соавтором постановки, в соединении с серьезной драматургической основой создали новый эталон музыкального театра. Главным принципом этого театра является гармоническое сочетание всех элементов, имеющих равноправное значение для создания целостного про-

изведения, апеллирующего не только к эмоциям, но и к разуму, не только к эстетическим, но и к нравственным чувствам зрителя.

«Оклахома!» начала поистине золотой век классического мюзикла. Роджерс и Хаммерштайн II сыграли выдающуюся роль в его истории, создав целую серию блестящих постановок, таких как «Карусель» (1945), «Южный берег Тихого океана» (1949), «Король и я» (1951), «Звуки музыки» (1959). Характерной чертой их работ стала новая роль танцев в спектакле. Если раньше хореографические номера выступали как вставные эпизоды, иллюстрации или способ заполнить паузу между событиями, то в новых мюзиклах они стали неотъемлемой частью действия, позволяющей раскрыть характер персонажей, их отношения, развитие сюжета. Это предъявляло дополнительные требования к подготовке актеров, они должны были одинаково хорошо петь, танцевать, обладать драматическим и комическим талантом. Вместе с тем увеличивалась роль хореографа-постановщика, от которого в той же степени, что и от композитора, автора либретто и режиссера зависел успех спектакля. Именно с классическими мюзиклами 1950–1970-х гг. связана успешная карьера таких выдающихся бродвейских хореографов, как Агнес де Милль, Джером Роббинс, Боб Фосси и другие.

Можно сказать, что Роджерсу и Хаммерштайну удалось создать идеальный рецепт успешного мюзикла. Следующим большим бродвейским хитом стала «Моя прекрасная леди» (1956) Фредерика Лоу и Алана Дджея Лернера по пьесе Джорджа Бернарда Шоу «Пигмалион», установившая новый рекорд популярности. Мюзикл не сходил со сцены с 1956 по 1962 г., был сыгран за это время 2717 раз и принес около 10 млн долл. дохода. При его постановке был как раз использован этот рецепт: серьезная драматургическая основа, характерные персонажи, красивые мелодии, песни, немедленно ставшие хитами, и высочайшего уровня хореография одной из создательниц современного американского танца Ханьи Холм.

Продолжением экспериментов в этом направлении стал мюзикл, затрагивавший острые социальные темы, совершенно нетипичные для традиционных музыкальных представлений: положение иммигрантов, этнические конфликты, борьба молодежных уличных банд в Нью-Йорке. Речь идет о, возможно, самом важном спектакле этого десятилетия, доказавшем право обсуждать подобные проблемы в таком формате, «Вестсайдской истории» (1957) Леонарда Бернштейна, Артура Лаурентса и Стивена Сондхейма. Его литературной основой стала пьеса Уильяма Шекспира «Ромео и Джульетта», действие которой было перенесено

в современный Нью-Йорк. Новаторство и эксперименты Леонарда Бернстайна, партитура которого сочетала классическую музыку с джазом и латиноамериканскими ритмами, оказались в тот момент слишком смелыми и не были по достоинству оценены как публикой, так и критиками. Мюзикл получил лишь одну премию Тони (ее удостоился хореограф Джером Роббинс) и после достойных, но далеко не рекордных 732 представлений был убран из репертуара. Лишь после того, как в 1961 г. по «Вестсайдской истории» был снят знаменитый фильм, получивший 10 Оскаров, мюзикл был признан культовым, обошел сцены всего мира, включая Советский Союз.

Обращение к значимым социальным и политическим проблемам продолжалось и в мюзиклах 1960-х гг. Важную роль в развитии американского музыкального театра в этот период сыграл Джерри Херман. Темы поставленных им мюзиклов были весьма необычны: первый из них «Молоко и мед» (1961) был посвящен образованию государства Израиль. За ним последовал абсолютный хит «Хелло, Долли!» (1964) по пьесе Торнтон Уайлдера «Сваха», выдержавший 2844 представления. Заглавная песня этого мюзикла в исполнении Луиса Армстронга (Louis Armstrong) стала одним из самых знаменитых джазовых стандартов и в 2001 г. была включена в Зал славы премии Грэмми. В 1969 г. Херман стал первым композитором, три мюзикла которого одновременно шли на Бродвее.

Другими успешными постановками 1960-х гг. стали «Скрипач на крыше» (1964) по произведениям Шолом-Алейхема, сыгранный за восемь лет 3242 раза и получивший в 1965 г. 9 премий Тони; «Смешная девчонка» (1964) – 1348 представлений; «Человек из Ла Манчи» (1965) по мотивам «Дон Кихота» Мигеля Сервантеса – 2328 представлений. Особое место в этом списке занимает «Кабаре» (1966), поставленный знаменитым бродвейским режиссером Гарольдом Принсом и получивший 8 премий Тони.

Несмотря на целый ряд замечательных постановок, в целом к концу 1960-х гг. ощущался очевидный кризис классического мюзикла, проявлявшийся в отсутствии новых оригинальных идей, многочисленных повторениях одних и тех же сценических приемов, стереотипности сюжетов и их оторванности от проблем, волновавших общество. Все это приводило к оттоку публики (особенно молодежи) из театров, которые стали проигрывать конкуренцию с кинозалами. Для выхода из кризиса жанра требовалось влить в него новую кровь, найти что-то, что могло вызвать интерес молодого поколения зрителей. Такой находкой стал прорыв на бродвейскую сцену рок-музыки.

Интермедия: разрушение канонов

Первым рок-мюзиклом в истории Бродвея стали «Волосы» (1968). Появление на сцене длинноволосых хиппи, употребляющих наркотики, пропагандирующих свободную любовь, выступающих против войны во Вьетнаме, вызвало шок у одних и восторг у других зрителей. Ожесточенные споры, критика в прессе лишь подогревали интерес к принципиально новому зрелищу, разрушавшему каноны классического мюзикла. Рок-музыка, актуальность затронутых проблем, приглашение публике подняться на сцену в конце спектакля как проявление солидарности с провозглашенными принципами – все это создавало абсолютно иную атмосферу в зрительном зале. «Волосы» открыли дорогу в театр для новых музыкальных направлений, сделав для мюзикла 1970-х примерно то, что сделал джаз для мюзиклов 1920–1930-х гг.

В 1970-х гг. состоялось пришествие в мир мюзикла Эндрю Ллойда Уэббера и Тима Райса. «Иисус Христос – суперзвезда» (1971) стал настоящей сенсацией. Противоречивые оценки, критика со стороны религиозных организаций, восторженный прием у зрителей сделали его главным музыкальным и театральным событием десятилетия.

Завершились 1970-е на Бродвее другим мюзиклом Уэббера и Райса – «Эвита» (1979), романтическим байопиком о жизни Эвиты Перон. Его партитура представляла собой весьма эклектичное сочетание классической музыки, латиноамериканских ритмов, рок-музыки и сентиментальных баллад. Это оказалось удачной находкой, каждый мог найти себе мелодию по душе. Мюзикл шел на Бродвее в течение четырех лет, выдержал 1567 представлений и закрепил репутацию автора как одного из самых талантливых и успешных композиторов современности.

Другими хитами бродвейской продукции этого периода стали «Кордебалет» (1975) и «Чикаго» (1975). Первый из них долго удерживал рекорд по продолжительности (6137 представлений за 15 лет). «Чикаго» с оригинальной хореографией Боба Фосси стал одним из самых популярных мюзиклов в истории и самым часто исполнявшимся из мюзиклов американского происхождения. По продолжительности (7486 представлений) он уступает лишь «Призраку оперы», который был поставлен сначала в Лондоне и лишь затем перенесен на Бродвей.

Действие третье: эпоха блокбастеров

1980-е стали периодом театральных мегапроектов с огромными бюджетами, большим составом актеров, масштабными спецэффектами. Особенностью этого времени в развитии американского музыкального театра стал перенос на бродвейскую сцену мюзиклов, добившихся успеха в Европе, прежде всего в Англии. Начало было положено знаменитыми «Кошками» (1982), мюзиклом Эндрю Ллойд Уэббера на стихи Томаса Стернза Элиота, которые долгое время удерживали рекорд по продолжительности постановок (7485). Этот рекорд был побит другим шедевром Уэббера – «Призраком оперы», перенесенным на Бродвей в 1988 г. и ставшим самым долгоиграющим мюзиклом в истории (более 13000 представлений). Другими мегамюзиклами 1980-х стали «Отверженные» (1985) по роману Виктора Гюго и «Мисс Сайгон» (1989) по мотивам оперы Джакомо Пуччини «Мадам Баттерфляй», действие которой было перенесено во Вьетнам.

Появление мюзиклов-блокбастеров с многомиллионными бюджетами с неизбежностью изменило политику театров. Если раньше можно было окупить постановку и получить прибыль через несколько сотен представлений, то теперь, чтобы достичь этой цели, необходимо показывать один и тот же спектакль годами, организовывать гастрольные туры по миру, стремясь максимально расширить аудиторию. Бродвейские театры в настоящее время ориентируются прежде всего на многочисленных туристов, что позволяет привлекать публику на знаменитые представления, идущие десятилетиями.

В связи с этой новой ситуацией театры стали представлять интерес для крупных корпораций, ранее работавших в других сферах шоу-бизнеса. Одной из них является Disney Theatrical Corporation, результатом деятельности которой стала адаптация знаменитых диснеевских мультфильмов для сцены. Первой такой постановкой была «Красавица и чудовище» (1994). За ней последовали «Король Лев» (1997), «Аида» (2000), авторами которых являются Элтон Джон и Тим Райс. «Король Лев» стал самым успешным с финансовой точки зрения мюзиклом в истории, принося 1,65 млрд долл. прибыли.

В настоящее время американский мюзикл находится в поисках новых источников вдохновения, идей, музыкального языка, выразительных средств. В начале XXI в. одним из основных трендов развития музыкального театра США является адаптация для сцены популярной продукции Голливуда, хотя традиционно все было наоборот, именно Голливуд стремился экранизировать

вать успешные мюзиклы после того, как они сходили со сцены. Результатами новой практики стало появление таких мюзиклов, как «Властелин колец» (2007), «Унесенные ветром» (2008), «Человек-паук» (2011).

Другим направлением эволюции является использование современных музыкальных стилей, таких как рэп и R&B в новых мюзиклах, даже посвященных событиям далекого прошлого – «Гамильтон» (2015). Его автор Лин-Мануэль Миранда является ярким представителем нового поколения композиторов (он родился в 1980 г.), работающих в этом жанре. Над своим первым мюзиклом «На высотах» он начал работать, еще будучи студентом второго курса. Его героями стали жители иммигрантского латиноамериканского района Нью-Йорка, что позволило Миранде включить в свою музыку хип-хоп номера и ритмы сальсы для раскрытия характеров своих персонажей. После успешного показа мюзикла во внебродвейском театре он был перенесен на Бродвей и в течение трех лет шел там с большим успехом. В 2008 г. он получил 4 премии Тони (из 13 номинаций), а затем и премию Грэмми в номинации «Лучший альбом музыкального театра», а также попал в шорт-лист Пулитцеровской премии. В 2019 г. начались съемки фильма «На высотах» с участием самой Миранды. Его премьера должна была состояться в июне 2020 г., но из-за пандемии коронавируса COVID-19 была отложена.

Успех дебюта убедил композитора в том, что он находится на верном пути и что современный мюзикл должен соответствовать современным музыкальным трендам и вкусам аудитории. Результатом этого и стал «Гамильтон», поставленный на Бродвее в 2015 г. и с тех пор идущий с неизменным аншлагом. Он вызвал редкое единодушие критиков и публики, воспринявших мюзикл как настоящий прорыв в американском музыкальном театре, в который буквально ворвались новые ритмы и формы. Созданный по мотивам биографии одного из отцов-основателей США Александра Гамильтона, написанной известным американским историком Роном Черновым, спектакль является новаторским как с точки зрения музыки, так и сценического воплощения образов исторических героев, известных любому американскому школьнику. Политические дискуссии в форме рэп-баттлов между отцами-основателями, речитативы и баллады, исполняемые деятелями Американской революции, драматический сюжет, в котором есть место любви, предательству, коварству, политическим интригам и благородству – все это превратило мюзикл в одно из крупнейших современных культурных явлений в США. Подтверждением этого стали 11 премий Тони (из рекордных 16 номинаций), Грэм-

ми, Пулитцеровская премия и множество других наград. В марте 2016 г. труппа «Гамильтона» была приглашена в Белый дом, где показала фрагменты из мюзикла, а Лин-Мануэль Миранда исполнил рэп с президентом Б. Обамой.

Все это говорит о том, что мюзикл далеко не исчерпал своих возможностей, он остается актуальным жанром музыкального театра, имеющим не только богатое прошлое, яркое настоящее, но и будущее.

История американского театра, родившегося более 300 лет назад, неразрывно связана с историей страны, прошедшей путь от заморской колонии европейской империи до мирового лидера, во многом определяющего основные направления глобального развития. Так и американское театральное искусство, долгое время остававшееся провинциальным подражанием европейским образцам, превратилось в национальный бренд, один из самых узнаваемых символов, олицетворяющих современную массовую культуру не только США, но и всего мира.

Для дальнейшего изучения

- Смирнова Л.Н., Гальперина Г.А., Дятлева Г.В.* Популярная история театра. М., 2008.
- Cliff N.* The Shakespeare Riots: Revenge, Drama, and Death in Nineteenth-Century America. N.Y., 2007.
- Federal Theatre, 1935–1939: Plays, Relief, and Politics. Princeton, 2015.
- Hurwitz N.* A History of the American Musical Theatre: No Business Like It. N.Y., 2014.
- Mordden E.* Anything Goes: A History of American Musical Theatre. Oxford, 2013.
- Saxon Th.* American Theatre: History, Context, Form. Edinburgh, 2011.
- Viertel J.* The Secret life of the American Musical: How Broadway Shows Are Built. N.Y., 2016.
- Wilmeth D., Bigsby C.* The Cambridge History of American Theatre. Vols. 1–3. Cambridge, 2000.

Электронные ресурсы

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Мюзиклы.Ru [Электронный ресурс]. URL: <http://musicals.ru/world> (дата обращения 01.04.2021).

- Backstage Pass – ALADDIN on Broadway [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=B2QkcGcnpB8> (дата обращения 01.04.2021).
- Broadway History – The Shubert Theatre [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Vcјv8xQоеао> (дата обращения 01.04.2021).
- Broadway Theatre – New York [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fk2mEY-tOXQ> (дата обращения 01.04.2021).
- Disney’s New Amsterdam Theatre: A Broadway Icon (Access Granted) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=12bcw245RLU> (дата обращения 01.04.2021).
- Inside Broadway’s Secret Laboratory: ‘Hamilton,’ ‘Frozen,’ and So Much More [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GxG0AvoXcbA> (дата обращения 01.04.2021).
- Internet Broadway Database [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibdb.com/> (дата обращения 01.04.2021).
- National Black Theatre Celebrates 45 Years [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=XGym_ZMqabk (дата обращения 01.04.2021).
- Spotlight on Broadway – 40 videos (дата обращения 01.04.2021).
- Tony Awards 2019: the pre-Telecast Awards Ceremony [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tonyawards.com/tonynight/videos/> (дата обращения 01.04.2021).
- Tony Awards [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tonyawards.com/> (дата обращения 01.04.2021).

Тема 5. Зеркало или окно в мир: американское телевидение

«С трепетом я объявляю о рождении в этой стране нового искусства, столь важного по своим последствиям, что оно неизбежно затронет все общество. Это искусство, которое сияет как факел надежды в беспокойном мире»⁶⁶.

Этими словами, произнесенными в прямом эфире во время первой полноценной телепередачи в США 20 апреля 1939 г., Дэвид Сарнов провозгласил начало эры телевидения.

Сарнов знал, о чем говорил. Значительная часть блестящей карьеры этого иммигранта из России была связана с разработкой и продвижением новых технологий в сфере коммуникаций, он вошел в историю как один из создателей телевидения.

Рождение американского телевидения

Путь к этому поистине эпохальному событию был долгим и непростым. Мечты о возможности передачи на расстоянии изображения и звука появились вскоре после появления телеграфа, ознаменовавшего в 1844 г. вступление человечества в период бурного развития новых коммуникационных технологий. Однако долгое время они оставались достоянием писателей-фантастов и считались утопией. Для их реализации потребовалось несколько десятилетий упорного труда ученых, изобретателей, инженеров в разных странах мира. Столь сложная технология, требовавшая значительных инвестиций, проведения множества экспериментов, лабораторных исследований, технических возможностей, не могла быть создана изобретателем-одиночкой. Поэтому ведущиеся до сих пор споры о том, кто является истинным «отцом телевидения», бесплодны. У телевидения было много отцов, которые внесли свой вклад в создание явления, изменившего жизнь общества. Целый ряд изобретений рубежа XIX–XX вв.

© Окунь А.Б., 2023

⁶⁶ Цит. по: *Edgerton G.* The Columbia History of American Television. N.Y., 2007. P. 12.

подготовили прорыв в сфере коммуникационных технологий, итогом которого стало появление телевидения. Важнейшими из них стали телефон, фонограф, электричество, радио и кино. Эти инновации сделали возможным переход от мечты к реальности, от теоретических рассуждений к практической работе над решением проблемы.

Первым использовал термин «телевидение» в своем докладе «Телевидение средствами электричества» на IV Международном электротехническом конгрессе, проходившем в Париже во время Всемирной промышленной выставки в 1900 г., русский военный инженер Константин Перский. Символично, что это прозвучало, когда человечество вступало в новый век, век беспрецедентных перемен, происходивших с невиданной ранее скоростью. Телевидение стало одним из наиболее ярких проявлений и одновременно катализаторов этих перемен. Не случайно, что США – страна передовых технологий и инновационного развития – оказались в числе лидеров и в разработке новых средств коммуникации.

Первые десятилетия XX в. стали временем поиска оптимальных решений, проб и ошибок, конкуренции и патентных войн между различными компаниями и разработчиками в США, Великобритании, Германии, России. Сначала в США (как и в других странах) доминировал проект механического телевидения, основанный на технологии, предложенной немецким ученым Паулем Нипковым. Этот проект развивали несколько конкурировавших между собой групп разработчиков. Одну из них возглавлял выдающийся американский ученый и инженер Герберт Юджин Айвз, работавший в компании AT&T. Именно он в 1927 г. руководил первой на территории США телепередачей с участием министра торговли, а впоследствии президента Герберта Гувера.

Патент же на передачу изображения на расстояние получил в 1925 г. другой американец – Чарльз Френсис Дженкинс. Он же, а точнее его компания “Jenkins Television Corporation” начала в 1928 г. регулярное телевидение. К 1931 г. на территории США вещала уже 21 телестанция. Главной проблемой, с которой столкнулись разработчики механического телевидения, стало низкое качество изображения. Сначала это были просто силуэты, затем удалось добиться более четкой черно-белой картинки размером два на три дюйма, однако дальнейшее совершенствование технологии натолкнулось на практически непреодолимые препятствия. Все дорогостоящие попытки добиться стабильного качественного телевидения на экране большего размера оказались тщетными. Ситуация усугубилась в связи с биржевым крахом 1929 г. и началом Великой депрессии. Компания Дженкинса разорилась,

большинство экспериментальных телестанций прекратило свою работу. Механическое телевидение в итоге проиграло конкурентную борьбу электронному.

Огромную роль в создании электронного телевидения сыграл выдающийся российский изобретатель Владимир Зворыкин, эмигрировавший в США в 1919 г. Именно он создал два важнейших элемента, необходимых для передачи изображения: иконоскоп, преобразующий изображение объекта в электрический сигнал, для телекамеры и кинескоп для телеприемника. Однако первый патент на электронное телевидение получил не он, а американский изобретатель Фило Тейлор Фансуорт. Уроженец Юты, он с детства зачитывался научно-фантастическими журналами и посвятил свою жизнь реализации одного из их сюжетов – технологии передачи изображения на расстоянии. Разработкой проекта электронного телевидения Фансуорт занялся еще в школьные годы. 7 сентября 1927 г. в возрасте 21 года он провел первое успешное испытание созданной им электронной телекамеры, с помощью которой передал изображение на приемное устройство. Эту дату можно считать днем рождения современного телевидения. Однако до подлинного успеха было еще далеко. Усовершенствовав свою камеру, Фансуорт стал организовывать публичные показы для прессы и потенциальных спонсоров. При этом он проявил своеобразное чувство юмора: в ответ на вопрос одного из инвесторов, увидят ли они хотя бы доллар в результате своих вложений, Фансуорт продемонстрировал на экране изображение долларовой купюры. Одновременно он вел довольно длительную и сложную патентную войну со своими конкурентами, одним из которых был Зворыкин. В результате в 1930 г. Фило Фансуорт получил патент на полностью электронную телевизионную систему. Журнал “Collier’s” писал о нем:

Один из тех удивительных фактов современной жизни, которые кажутся просто невозможными, – электронное телевидение, которому, похоже, суждено добраться до вашего дома в следующем году, было в значительной степени подарено миру девятнадцатилетним мальчиком из Юты⁶⁷.

Но вундеркинд из Юты оказался неудачливым предпринимателем, ему не удалось найти инвесторов. Отказавшись продать свой патент “Radio Corporation of America” (RCA), он не смог заручиться финансовой поддержкой других электротехнических

⁶⁷ Collier’s. 1936. V. 98. October–December. P. 19.

компаний, ему отказали также киноконцерн Парамаунт и газетный магнат Уильям Херст. Кинобизнес и медиамагнаты смотрели на телевидение, скорее, как на потенциального конкурента и не проявляли желания помогать в его развитии. В итоге Фило Фарнсуорт проиграл конкурентную борьбу, разорился и после истечения срока действия патента потерял исключительные права на свое изобретение.

Не сумев договориться с Фарнсуортом, RCA стала искать других разработчиков. Результатом этого стала историческая встреча Д. Сарнова, занявшего в 1930 г. пост президента RCA, и В. Зворыкина. Сарнов предоставил ему карт-бланш, назначив руководителем лаборатории в своей компании. Соединение гениального изобретателя с практически неограниченными финансовыми и техническими возможностями, которыми располагала RCA, довольно быстро дало свои плоды. Уже к 1933 г. была создана действующая полностью электронная система телевидения. Эти работы были сосредоточены в дочерней компании RCA National Broadcasting Company (NBC), которая и стала первой американской телевещательной компанией. Ее студия и телеантенны были установлены на самом высоком здании мира – Эмпайр-стейт-билдинг, строительство которого было завершено в 1931 г.

Для завершения экспериментов и перехода к регулярному вещанию понадобилось еще несколько лет и немалые средства. Если в начале работ В. Зворыкин оценивал предполагаемые расходы в \$100 тыс., то впоследствии Д. Сарнов утверждал, что RCA потратила на этот проект \$50 млн. Как бы то ни было, к 1939 г. в США все было готово к началу телевизионной эры. 20 апреля 1939 г. Д. Сарнов торжественно объявил о ее открытии, а через 10 дней состоялась трансляция открытия Всемирной выставки в Нью-Йорке (1939), проходившей под очень символическим девизом «Мир завтрашнего дня». В этот новый мир человечество вступало, обладая новым средством его познания. Трансляция включала в себя речь президента Ф.Д. Рузвельта, открывавшего выставку. Таким образом, он стал первым действующим президентом США, выступившем по телевидению. На тот момент в Нью-Йорке было всего 200 телевизионных приемников, с помощью которых за трансляцией следили около 1 тыс. человек. После этого NBC начала регулярное вещание по заранее объявляемой программе, в которую входили передачи трех основных видов: студийные (новости, концертные номера, кулинарные шоу и т. д.), кинопоказы и внестудийные репортажи, снимавшиеся с помощью передвижных телевизионных станций. Среди по-

следних наибольшей популярностью пользовались спортивные трансляции.

Переход от экспериментального к коммерческому телевидению затруднялся отсутствием широкого спроса на телевизоры и их техническим несовершенством. Первая модель, выпуск которой начала RCA, имела экран размером 5×9 дюймов и стоила 199 долл. (по тем временам немалая сумма). При этом телевизор не воспроизводил звук, для приема звукового сигнала его надо было подключать к радиоприемнику, настроенному на определенную волну. Другой проблемой являлась ограниченная зона охвата телесигнала, например, радиус действия телеантенн, установленных на Эмпайр-стейт-билдинг, составлял лишь 40 миль.

Решение этих проблем заняло около двух лет. В 1941 г. регулярные телепередачи на территории США вели уже 10 станций в крупных городах страны, еще несколько десятков работали в экспериментальном режиме. К этому времени было продано 7,5 тыс. телевизоров. Нараставшие темпы развития телевидения требовали установления единых технических стандартов и правовых основ регулирования отношений отрасли с государством. Этими вопросами занималась Федеральная комиссия по связи, которая в 1941 г. установила технические стандарты, действующие до сих пор. Кроме того, было принято решение, ставшее судьбоносным для американского телевидения. Оно получило возможность развиваться на полностью коммерческой основе, зарабатывая на продаже эфирного времени рекламодателям. Таким образом, с самого начала американское телевидение возникло как исключительно частный бизнес, не получающий субсидий от государства. Это отличало американскую модель развития телевидения от европейских, где телекомпании создавались как государственные.

Первая коммерческая трансляция рекламного ролика на американском телевидении состоялась 1 июля 1941 г. Во время трансляции бейсбольного матча в эфир вышел 10-ти секундный ролик, рекламирующий часы «Булова». Изображение часов было наложено на карту США, а голос за кадром произнес фразу: «Америка живет по времени Буловы». Создание и размещение этого ролика обошлось рекламодателю всего в 9 долл. Эта скромная сумма стала началом долгого пути к современным гигантским рекламным доходам американского телевидения, по итогам 2017 г. они оценивались в 45 млрд долл. Самым рейтинговым, а значит, самым дорогим с точки зрения стоимости рекламного времени традиционно является показ наиболее крупных спортивных соревнований. Так, цена производства и демонстрации 30-секунд-

ного рекламного ролика во время трансляции финального матча по американскому футболу 2020 г. составляла 5,6 млн долл.

Вторая мировая война оказала противоречивое влияние на развитие американского телевидения. С одной стороны, в годы войны количество передающих станций сократилось до 6, был прекращен выпуск телевизоров. Заводы, занимавшиеся их производством, были перепрофилированы на выпуск военной продукции. Так предприятия RCA перешли на сборку радарных установок. С другой стороны, продолжались исследования, разработки новых технологий, обобщение и распространение накопленного опыта.

Все это привело к настоящему телевизионному буму в первые послевоенные годы. Уже в начале 1950-х гг. на территории США вещало более 100 телестанций, количество телевизоров превысило 15 млн, на рынке были представлены самые различные их модели: с круглым экраном, с дверцами, закрывавшими экран и т. д. В 1962 г. в 90% американских домов был хотя бы один телевизионный приемник. За короткий срок телевизор из предмета роскоши превратился в обыденный элемент интерьера, а американские семьи все больше времени стали проводить за просмотром телепередач. Столь же быстро развивались и внедрялись новые технологии. В 1953 г. началась эра цветного телевидения, был разработан стандарт NTSC (National Television System Committee), позволивший решить проблему совместимости черно-белого и цветного вещания (цветные передачи можно было смотреть в монохромном варианте по черно-белому приемнику). Первый цветной телевизор, выпущенный RCA, стоил 1 тыс. долл. и был доступен немногим, поэтому внедрение цветного телевидения заняло около десятилетия. Стремясь стимулировать спрос на программы в цвете, компания применила следующую рекламную стратегию: покупателям предлагалось приобрести цветные телевизоры за 495 долл., при этом первым из них была обещана компенсация. Это позволило сделать продажи массовыми и действительно вернуть часть денег потребителям.

Массовое производство в свою очередь позволило снизить цены и улучшить технические и потребительские качества телеприемников. С 1953 г. все телевизоры с диагональю более 13 дюймов были оборудованы декодерами для глухих, с помощью которых на экран выводились субтитры в виде телетекста. В 1956 г. был создан первый в мире беспроводной пульт дистанционного управления, теперь переключать каналы и регулировать звук можно было, не вставая с дивана и не отрываясь от ведерка с попкорном.

Формирование национальных телевизионных сетей

Завершением процесса становления американского телевидения стало формирование национальных телесетей, объединивших сотни станций в различных регионах страны. Пионером вновь оказалась RCA, превратившая свою дочернюю компанию National Broadcasting Company (NBC) во главе с Д. Сарновым в первую национальную сеть. NBC была создана еще в 1926 г., в 1940 г. в результате объединения станций в Нью-Йорке и Филадельфии она превратилась в межрегиональную сеть. Одной из первых проявлений новой сетевой формы работы стала трансляция со съезда республиканской партии во время предвыборной президентской компании 1940 г. За его работой одновременно могли наблюдать зрители Филадельфии (где проходил съезд) и Нью-Йорка. Но в полноценную национальную сеть NBC превратилась в 1951 г., когда станции на восточном побережье США были соединены кабелем со станциями Среднего Запада и началось трансконтинентальное вещание.

Основным конкурентом NBC являлась Columbia Broadcasting System (CBS), созданная в 1927 г. Ведущую роль в ее превращении из небольшой сети радиостанций в крупнейшую радиотелевизионную корпорацию сыграл Уильям Пейли, сын иммигранта из Российской империи, разбогатевшего на производстве сигар. К концу 1940-х гг. CBS удалось опередить своего конкурента в борьбе за рейтинги и доходы, после чего с той же энергией Пейли принялся создавать свою телесеть.

Третья крупнейшая телесеть США American Broadcasting Company (ABC) ведет свою историю с 1943 г., когда в результате применения антитрестовского законодательства NBC была вынуждена продать одну из своих радиосетей. Купивший ее Эдвард Нобль, основным бизнесом которого было производство конфет, основал ABC. Она в конце 1940-х гг. начала свой телевизионный проект. После нескольких реорганизаций и слияний в 1953 г. ABC стала полноценной телевизионной сетью, владевшей десятками станций на территории страны.

В результате в 1950-е гг. в США сложилась «большая тройка» телекомпаний, доминировавших в эфире. Они сформировали общие принципы программирования вещания, важнейшими из которых были ориентация на рейтинги, серийность и сезонность. Новый сезон начинался в сентябре, именно в это время происходило радикальное изменение программы, запуск новых шоу, сериалов. Эти принципы впоследствии стали универсальными и

были восприняты телекомпаниями большинства стран. Коммерческий характер телевещания приводил к преобладанию развлекательных программ, комедийных шоу и сериалов. Важнейшим показателем успеха являлись рейтинги, определявшие популярность контента у аудитории. Технология измерения рейтинга была также разработана в 1950-х гг. компанией Nielsen Media Research. Она предусматривала сочетание опросов телезрителей с использованием People Meter, устройства, которое раздавалось выбранной группе населения и позволяло определить популярность той или иной программы. От рейтингов зависела стоимость рекламного времени в рамках этих программ и продолжение их присутствия в эфире.

Прибыльность телевизионного бизнеса привлекала многих игроков, но необходимость огромных инвестиций и высокий уровень конкуренции в течение длительного времени обеспечивал безраздельное доминирование трех телегигантов. Лишь в 1986 г. на этот рынок смог прорваться австралийский медиамагнат Руперт Мёрдок. Годом раньше он купил кинокомпанию 20th Century Fox, затем несколько американских телекомпаний, которые объединил в Fox Broadcasting, ставшую четвертой крупнейшей телекорпорацией страны. Так «большая тройка» превратилась в «большую четверку» коммерческих телесетей, которые делили между собой рынок и вели конкурентную борьбу за аудиторию, рекламные контракты и доходы.

Погоня за рейтингами приводила к вымыванию из сетки вещания передач, не рассчитанных на массового потребителя. Выход из этой ситуации был найден путем создания в 1969 г. некоммерческой сети общественного телевидения Public Broadcasting Service (PBS). В нее вошли 350 некоммерческих телевизионных станций, специализирующихся на производстве образовательного и просветительского контента. Ее деятельность финансируется за счет пожертвований компаний и частных лиц, а также грантов региональных и федеральных структур, например Национального управления телекоммуникации и информации или Корпорации общественного вещания, созданной в соответствии с законом 1967 г. Сама PBS не производит контента, а покупает его у независимых продюсеров или заказывает его производство. При этом входящие в ее состав станции сохраняют самостоятельность и формируют свои программы, состоящие из образовательных передач, лекций, уроков для школ и т. д. В 1980-е гг. PBS запустила проект обучения для взрослых, представляющий собой систему заочных занятий, в которой приняли участие около 1500 колледжей страны.

Объединение отдельных станций в сети способствовало созданию общенационального информационного пространства. Первый выпуск новостей, транслировавшийся на всей территории США, был показан по CBS в сентябре 1951 г. Постепенно телевидение превращалось в средство информации и развлечения номер один. Прямым результатом его распространения стало прекращение существования общенациональных радиосетей, которые не выдержали конкуренции с порожденными ими самими телекорпорациями. В крупных городах упал спрос на газеты, многие из которых прекратили свое существование. Огромное влияние телевидение оказало на развитие кино. В начале 1950-х гг. американское кинопроизводство оказалось в кризисе, резко сократилась посещаемость кинотеатров (в 1950–1955 гг. – в пять раз), зрители предпочитали теперь смотреть фильмы и развлекательные программы, не выходя из дома.

Расцвет американского эфирного телевидения

1960–1980-е гг. стали поистине периодом расцвета американского эфирного телевидения. В этот период оно безраздельно господствовало в информационном пространстве страны, оказывало определяющее влияние на общественное мнение, формировало вкусы и интересы американского общества, создавало и низвергало звезд и кумиров публики. Уже в 1963 г. более половины американцев назвали телевидение главным источником информации о событиях в стране и в мире. Тогда же сложились его основные жанры, форматы и принципы программирования, сохраняющиеся до сих пор.

Как правило, с утра на всех основных каналах выходят утренние шоу, блоки местных новостей, интервью, прогноз погоды и новости культурной жизни. Дневной эфир, рассчитанный в основном на домохозяйек, заполняют кулинарные шоу, мыльные оперы, викторины и ток-шоу. Прайм-тайм, самое рейтинговое эфирное время, отведено выпускам новостей, ситкомам или реалити-шоу. После этого наступает время драматических сериалов, а завершают эфир ночные ток-шоу. Такова типичная сетка вещания наиболее популярных американских телеканалов. Она ориентирована на целевую аудиторию, учитывает ее запросы и направлена на обеспечение максимальных рейтингов. Конкуренция между телеканалами проявляется и в формировании расписания программ. Как только один из них запускает успешный проект

в каком-либо из форматов, другие стремятся создать его аналог и показывают его в то же самое время, тем самым оттягивая на себя часть аудитории.

Самыми американскими тележанрами, совершившими триумфальное шествие по телеэкранам всего мира, являются разнообразные ток-шоу, реалити-шоу, ситкомы и мыльные оперы.

Ток-шоу (talk-show). Классическое ток-шоу представляет собой передачу, в которой один или несколько приглашенных участников обсуждают тему, предложенную ведущим. При этом в студии могут присутствовать зрители, принимающие непосредственное участие в программе, задавая вопросы или высказывая свое мнение. Первым в истории телевидения ток-шоу считается программа Джо Франклина, вышедшая на ABC в 1951 г. и продолжавшаяся до 1993 г. Франклин попал в книгу рекордов Гиннеса как ведущий шоу, проработавший наибольшее время в истории телевидения. За свою карьеру он провел 21 425 выпусков программы и, по его собственным словам, проинтервьюировал более 300 тыс. гостей. Среди них были Мэрилин Монро и Элвис Пресли, Джон Уэйн и Фрэнк Синатра, Энди Уорхол и Сальвадор Дали, Джон Леннон и Йоко Оно. Именно в его шоу впервые на телеэкране появились Вуди Аллен, Лайза Минелли, Джулия Робертс, Брюс Спрингстин и многие другие знаменитости. Участниками «Шоу Джо Франклина» стали пять президентов США.

Однако самым продолжительным ток-шоу в истории является программа NBC «Сегодня вечером», существующая с 1954 г. Ее первым ведущим был Стив Аллен, ранее работавший на радио. Именно он создал формат вечернего ток-шоу, в основных своих чертах сохраняющийся до сих пор. Программа включает в себя вступительный монолог ведущего, интервью со знаменитым гостем, участие аудитории в студии, комедийные перебивки и музыку. За все время существования сменилось всего шесть ведущих The Tonight Show. В течение 30 лет (1962–1992 гг.) в этом качестве выступал Джонни Карсон, в настоящее время шоу ведет комедийный актер Джимми Фэллон. Выпуск программы 20 февраля 2019 г. в YouTube посмотрели рекордные 20 млн человек.

Жанр телевизионного ток-шоу за время своего существования претерпел значительную эволюцию. Традиционно выделяют несколько типов или поджанров ток-шоу.

Таблоидное ток-шоу. Его особенностью является обсуждение при активном участии публики в студии противоречивых, сенсационных, иногда скандальных тем. Традиционно родоначальником этого формата ток-шоу считается Фил Донахью, один

из самых успешных американских телеведущих. В Советском Союзе он приобрел широкую известность после того, как в период перестройки вел совместно с Владимиром Познером первые советско-американские телемосты. Именно во время этих телемостов из уст одной из участниц прозвучала знаменитая фраза «в Советском Союзе секса нет». Так советская публика научилась публично обсуждать ранее табуированные в обществе темы, что является одним из признаков таблоидного ток-шоу.

Фил Донахью первым стал привлекать публику к активному участию в шоу. По легенде, это произошло совершенно случайно. В самом начале своей телевизионной карьеры, во время одного из выпусков программы в прямом эфире у него закончились вопросы к гостю. Стремясь спасти положение, Донахью обратился к присутствовавшей в студии публике с предложением задавать вопросы. Вопросов у зрителей оказалось достаточно, программа имела успех, после чего непосредственное участие публики в обсуждении темы передачи стало фирменным стилем «Шоу Фила Донахью». А обсуждать было что. Донахью за 29 лет (1967–1996 гг.), проведенных в качестве ведущего своего шоу, успел разрушить множество табу, публично обсуждая проблемы девиантного поведения, нетрадиционной сексуальной ориентации, феминизма, атеизма и т. д. Особенностью его шоу было то, что в центре внимания находились не знаменитые гости, а острые социально значимые проблемы.

Но самой знаменитой ведущей таблоидных ток-шоу, несомненно, является Опра Уинфри. Дебютировав в 1986 г. с программой на тему: «Как заключить брак с тем, кого ты выбрал», она провозгласила, что ее шоу делается для обычных людей и с обычными людьми. «Шоу Опры Уинфри» за 25 лет своего существования превратилось в самую популярную передачу в своем жанре, имевшую наивысшие зрительские рейтинги. Оно транслировалось в 149 странах мира и получило 47 премий Эмми – высшей телевизионной награды в США. Опра Уинфри неоднократно признавалась самым влиятельным человеком в шоу-бизнесе и самой влиятельной знаменитостью, она стала первой темнокожей женщиной-миллиардером в истории.

Примером другой разновидности таблоидных ток-шоу является «Шоу Джерри Спрингера». Не добившись большого успеха как ведущий серьезного шоу о политике, Спрингер изменил формат своей программы, сделал ее одной из самых скандальных и одновременно рейтинговых на американском телевидении. Гостями его передачи становились люди, готовые в предельно откровенной форме обсуждать свои личные проблемы. Тематами

шоу избирались эпатазирующие публику вопросы, такие как супружеская измена, педофилия, проституция, гомофобия, расизм и т. д. Их обсуждение велось в нарочито истерической форме, сопровождалось конфликтами и драками между участниками, что только подогревало зрительский интерес и повышало рейтинги.

Таким образом, существует довольно широкий диапазон форматов, тем и способов ведения таблоидных ток-шоу как одной из наиболее характерных для американского телевидения форм обсуждения значимых для общества проблем. Именно эта разновидность американских ток-шоу получила наибольшую популярность в мире и заняла значительное место в телевещании многих стран, включая Россию.

Ночные ток-шоу. Их особенностью является сочетание, как правило, иронических комментариев ведущего по поводу актуальных новостей и тем, интервью со знаменитыми гостями, музыкальных номеров, комедийных сцен и розыгрышей. Одним из первых его образцов стало «Шоу Эда Салливана», выходявшее на CBS по воскресеньям с 1948 по 1971 г. Гостями шоу Салливана были Элвис Пресли, The Beatles, Дженис Джоплин и другие знаменитые музыканты 1950–1960-х гг. Для многих из них участие в программе стало первым появлением на американском телевидении, что способствовало росту их популярности. Большую роль шоу Салливана сыграло в предоставлении эфира афроамериканским исполнителям, которые до этого имели мало шансов выступить по национальным телесетям. Среди них были Луис Армстронг, Джеймс Браун, Дайана Росс, Майкл Джексон, Тина Тернер и множество других выдающихся артистов. «Шоу Эда Салливана» в течение многих лет было одной из самых высокорейтинговых программ американского телевидения, а выпуски с участием Элвиса Пресли и The Beatles привлекли рекордную аудиторию, превышавшую 60 млн человек.

Окончательно формат ночных ток-шоу сложился благодаря многолетнему ведущему The Tonight Show на NBS Джонни Карсону. Он организовал ставшее классическим для этого жанра пространство студии, при котором ведущий находится за столом, а гость располагается на диване. Это создавало обстановку непринужденного разговора, в котором уместны шутки, иронический тон, т. е. все то, что является фирменным стилем ночных ток-шоу. Частыми гостями Карсона в первые годы его карьеры ведущего были политики, включая президента США Ричарда Никсона, министра юстиции и кандидата в президенты Роберта Кеннеди, вице-президента страны Хьюберта Хамфри. Позднее программа

стала носить более развлекательный характер, среди ее участников преобладали актеры, музыканты, писатели.

Формат, обеспечивший жанру популярность, сохраняется в своих основных чертах до сих пор. Примерами успешных ночных ток-шоу являются программы Дэвида Леттермана и Джона Стюарта. Дэвид Леттерман был ведущим шоу сначала на NBC, а затем на CBS в течение 33 лет, выпустив за это время более 6 тысяч передач. Особенностью шоу Леттермана была острая провокативная манера вести интервью с гостями, непредсказуемость развития диалога, использование различных трюков (например, съемки роликов с помощью камеры, закрепленной на его собаке). Его гостями были актеры, музыканты, политики, включая президентов США Билла Клинтона и Барака Обаму, сенатора Джона Маккейна и др. Все это сделало Дэвида Леттермана одним из самых популярных телеведущих страны, он получил рекордные 67 номинаций на Эмми, выиграв из них 12, был ведущим церемонии вручения Оскаров. В течение трех десятилетий его шоу имело высокие рейтинги, на пике популярности их аудитория превышала 7 млн человек.

Популярность превращает телеведущих в персон, влияющих на формирование общественного мнения и даже на принятие политических решений. Каждое десятилетие истории американского телевидения отмечено такой знаковой фигурой. В 1950-е гг. телеведущий программы *See It Now* на CBS Эд Морроу был одним из самых популярных людей в США, он сыграл огромную роль в противостоянии маккартизму. Джордж Клуни снял о Э. Морроу отмеченный множеством премий и номинаций художественный фильм «Доброй ночи и удачи», именно этими словами он заканчивал свою программу.

В 1960–1970-е гг. такой фигурой был Уолтер Кронкайт, ведущий вечерних новостей на CBS. По опросам общественного мнения в течение многих лет он был человеком, пользовавшимся наибольшим доверием американцев. У. Кронкайт был активным противником войны во Вьетнаме, сыграв значительную роль в формировании негативного отношения американского общества к этой войне. Известна фраза президента Линдона Джонсона по этому поводу: «Потеряв Кронкайта, я потерял поддержку средних американцев»⁶⁸, после чего отказался баллотироваться на следующий срок. Фраза «Такие дела», которой У. Кронкайт заканчивал каждую свою программу, стала его ви-

⁶⁸ Цит. по: *Willis W.J. The Media Effect: How the News Influences Politics and Government. Westport, 2007. P. 127.*

зитной карточкой и затем многократно использовалась другими ведущими.

В 2000–2010-е гг. на роль такого властителя умов молодого поколения американцев может претендовать Джон Стюарт, который в течение 16 лет (1999–2015 гг.) вел вечернее “Daily Show” на Comedy Central, платном канале, принадлежащем CBS. В этом проявилась в том числе тенденция перехода от информационного к развлекательному телевидению. Джон Стюарт не считает себя журналистом и часто заявляет, что его цель всего лишь развлечь зрителя. Делает он это мастерски. Начав карьеру комического актера, он продолжил ее в качестве успешного ведущего ток-шоу на MTV, а затем стал вести “Daily Show”. Особенностью его шоу является его остро сатирический характер, Стюарт не церемонился ни с политиками, ни со звездами шоу-бизнеса, от него доставалось всем: демократам, республиканцам, военным, сенаторам, коллегам по цеху. При этом он не избегал острых тем и болезненных для страны проблем, преподнося их в яркой, полемической, сатирической форме. В результате шоу Джона Стюарта, несмотря на то что оно выходило на кабельном платном канале, стало одной из наиболее популярных программ у аудитории от 18 до 49 лет (по данным Pew Research Center за 2010 г.), большую часть которой привлекала именно сатирическая форма подачи информации.

В 2010 г. он был признан самым влиятельным мужчиной года. На этот выбор, несомненно, повлияли выпуски шоу Стюарта, посвященные социально значимым темам: поддержке ветеранов войн, жертв и ликвидаторов последствий теракта 11 сентября 2001 г. Его программы заставили американские власти пересмотреть свою политику в отношении этих вопросов. Джон Стюарт стал одним из инициаторов широкой общественной дискуссии о проблеме современного расизма в США. Сенатор Джон Маккейн, с которым Стюарт неоднократно полемизировал в своей программе, назвал его «современным Марком Твенном»⁶⁹.

⁶⁹ *Samuelsohn D.* Jon Stewart’s Secret White House Visits // Politico, July 28, 2015 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.politico.com/agenda/story/2015/07/jon-stewarts-secret-white-house-visits-000178/> (дата обращения 01.04.2021).

Технологические революции в сфере телевидения и их последствия

В конце XX – начале XXI в. американское (как и мировое) телевидение пережило две технологических революции. Первой из них стало появление кабельного и спутникового вещаний. Первая кабельная система была проложена в США еще в 1949 г. в Пенсильвании продавцом телевизоров, недовольным низким качеством принимаемого сигнала, что снижало спрос на его товар. Он установил на горе, мешавшей приему изображения, антенну и протянул от нее кабель к городу. Однако вплоть до 1970-х гг. эта технология не получила широкого развития из-за ограниченной пропускной способности кабелей связи и дороговизны. Поэтому бум кабельного телевидения в США начался только в 1975 г., когда произошло существенное снижение тарифов на спутниковую связь и была усовершенствована техника. В результате к 1990 г. кабельные сети уже охватывали две трети населения страны. В отличие от эфирного телевидения, основные доходы которому приносила реклама, кабельные каналы поначалу зарабатывали на абонентской плате, а значит, их прибыльность зависела от количества подписчиков. Стремясь расширить аудиторию, кабельные компании стали запускать специализированные каналы: спортивные (ESPN, Fox Sports), музыкальные (MTV), семейные (Disney Channel), детские (Nickelodeon, Cartoon Network), документальные (Discovery Channel, Animal Planet), женские (Lifetime) и т. д.

Появление кабельного телевидения, не требующего получения разрешения от Федеральной комиссии по связи на создание новых каналов, позволило войти в телебизнес новым игрокам. Одним из наиболее активных среди них стал Тед Тёрнер, миллиардер, спортсмен, филантроп и медиамагнат. История его медиаимперии началась в 1970 г. с покупки телестанции в Атланте. Появление кабельных сетей предоставило ему почти неограниченные возможности для развития и диверсификации вещания. В 1976 г. Тернер начал реализацию своих проектов сначала на региональном, а затем и на национальном уровне. Одним из них стал канал TNT (Turner Network Television), запущенный в 1986 г. Первоначально он позиционировался как киноканал, владеющий правами на демонстрацию классического наследия Голливуда, первой его трансляцией стал показ фильма «Унесенные ветром». Завоевав аудиторию, канал начал производство оригинального контента, снимая популярные сериалы.

Однако самым известным и успешным проектом Turner Broadcasting System стало создание первого круглосуточного ка-

нала новостей CNN (Cable News Network) в 1980 г. Через пять лет через спутник его стали транслировать сначала на Европу, а затем и на остальной мир. CNN International является крупнейшей в мире информационной сетью, имеющей корпункты в 37 странах мира. Общая аудитория CNN в 212 странах превышает 200 млн человек. Особенностью работы канала является максимально возможная оперативность в освещении происходящих событий, прямые репортажи из любых точек мира. Лозунгом CNN является «Факты прежде всего» (“Facts first”), что позволило ему стать самым популярным в США источником информации о стране и мире. Первый круглосуточный канал новостей установил новые стандарты журналистского репортажа, на которые в настоящее время ориентируется мир современной тележурналистики.

Основным конкурентом CNN в США является канал Fox News, начавший свое вещание с 1996 г., однако он уступает по охвату аудитории. По данным на конец 2018 г., CNN имел более 90 млн подписчиков в стране, что составляет 97,7% всех пользователей кабельного телевидения.

В 1996 г. компании NBC и Microsoft запустили еще один новостной кабельный канал MSNBC с ярко выраженной либеральной политической ориентацией. В течение первых 15 лет своего существования он вел активную борьбу за привлечение аудитории, экспериментируя с форматами передач, ведущими, сеткой вещания. В результате в 2010 г. MSNBC впервые обошел по рейтингу CNN, а в мае 2017 г. опередил всех своих конкурентов, став самым рейтинговым новостным кабельным каналом в праймтайм. По итогам 2019 г. лидером среди новостных каналов американского телевидения является Fox News, следом идет MSNBC, а CNN опустился на третье место.

Особое место в американском кабельном телевидении занимает канал HBO (Home Box Office), начавший свою деятельность в 1972 г. с показа по кабельным сетям новых кинофильмов. В настоящее время он представляет собой старейшую в США и крупнейшую кабельную компанию, имеющую 140 млн подписчиков по всему миру (по данным на 2018 г.). HBO осуществляет круглосуточное вещание на восьми каналах, обеспечивая подписчикам неограниченный доступ к своей продукции, а также возможность самостоятельно формировать свою программу, выбирать и просматривать любую передачу в любое время. Оригинальная продукция HBO представляет собой в основном высококачественные сериалы, пользующиеся популярностью далеко за пределами США, они закупаются более чем 150 странами мира. Доходы компании в 2016 г. составили почти 2 млрд долл. HBO является

самым дорогим в США платным телевизионным сервисом, ежемесячная абонентская плата за полный пакет составляет от 15 до 20 долл. в зависимости от провайдера. При этом на каналах компании не транслируется реклама, что является принципиальной позицией НВО. Наиболее известными сериалами, произведенными компанией, являются «Секс в большом городе», «Клан Сопрано», «Байки из склепа», «Подпольная империя» и множество других, обретших популярность во всем мире. Главным же хитом НВО последних лет стала, несомненно, «Игра престолов».

Вторая технологическая революция была связана с внедрением интернет-технологий. Передача телевизионного сигнала через Интернет освободила зрителя от зависимости от жесткой сетки вещания, предоставила ему возможность самостоятельно формировать свою телепрограмму. Важнейшей инновацией в этом направлении стало появление потокового (стримингового) телевидения, которое изменило саму модель доступа к контенту. В последнее десятилетие большое развитие получили подписка и различные стриминговые сервисы, обеспечивающие доставку потребителю любой видеопродукции по запросу. Наиболее крупные из них – Netflix, Hulu, Amazon Video и другие успешно конкурируют с традиционными сетевыми компаниями, отбирая у них существенную часть рынка. Их доходы измеряются миллиардами долларов, от оказания стриминговых услуг они постепенно переходят к производству собственного контента. Все это приводит к обострению конкурентной борьбы на американском телерынке, становится основанием для дискуссий о дальнейшей судьбе телевидения. Все чаще звучит мнение о скорой смерти традиционного телевидения, не способного выдержать конкуренцию. Однако, несмотря на все бурные изменения, происходящие в медиапространстве, телевидение все еще остается для большинства американцев главным источником информации о стране и мире. Традиционные сетевые телекомпании, пережившие кризис, в 1990–2000-е гг. активно осваивают новые возможности, создавая свои стриминговые сервисы, и по-прежнему доминируют в сфере производства телевизионных программ. Наибольшую аудиторию, как и ранее, привлекают прямые трансляции спортивных соревнований, развлекательных шоу, церемоний награждения премиями Оскар или Грэмми.

Все это говорит о том, что телевидение не умирает, а трансформируется с учетом интересов потребителей, становится все более интерактивным, жанрово разнообразным. Зритель в этих условиях перестает быть пассивным потребителем предлагаемой продукции и принимает все большее участие в формировании и производстве телевизионного контента.

Для дальнейшего изучения

- Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения. М., 2014.
- Макеенко М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии. М., 2010.
- Cummings W., Gordon G. Programming Our Lives: Television and American Identity. Westport, 2006.
- Edgerton G.R. The Columbia History of American Television. N.Y., 2007.
- Edwards L.H. The Triumph of Reality TV. The Revolution in American Television. Santa Barbara, 2013.
- Kubey R. Creating Television. Conversations with the People Behind 50 Years of American TV. Mahwah, 2004.
- Paprocki Sh.B. Oprah Winfrey. Talk Show Host and Media Magnate. N.Y., 2006.
- Ponce de Leon Ch. L. That's the Way It Is: A History of Television News in America. Chicago, 2016.
- Timberg B.M. Erler R.J., Newcomb H. Television Talk. A History of the TV Talk Show. Austin, 2002.
- Wilik M. The Golden Age of Television: Notes from the Survivors. Silver Spring, 1999.

Электронные ресурсы

- Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>
- Эволюция телевидения 1920–2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PveVwQhNnq8> (дата обращения 01.04.2021).
- First Television Broadcast NBC/RCA July 7, 1936 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6iWJ5LObN2o> (дата обращения 01.04.2021).
- The History of Television [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=bW_rnc6_FaE (дата обращения 01.04.2021).
- The Invention of the Television: A Turning Point in American Culture [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=c52xh94gJ64> (дата обращения 01.04.2021).
- The Origins of Television [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uM7ZD5f9Pb8> (дата обращения 01.04.2021).
- PHILO FARNSWORTH: The Most Famous Man You Never Heard of [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HHy04aN0jfI> (дата обращения 01.04.2021).
- The World's First TV Commercial 1941 Bulova [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0Q4KfvlzXu0> (дата обращения 01.04.2021).

Тема 6. Мир в картинках: как комикс завоевал Америку и мир

Потребность рассказывать истории возникла одновременно с появлением человека. Самым универсальным способом этого стало изображение, понятное без перевода. Появившись в пещерах первобытных людей, истории в картинках пережили все технологические революции в коммуникациях, более того, каждая новая из них лишь добавляла им выразительных средств и расширяла аудиторию. Генеалогия комиксов включает в себя рисунки в неолитических пещерах Испании и Франции и храмах Древнего Египта, письма майя и древнегреческую живопись, жития святых средневековой Европы и серии сатирических гравюр английского художника XVIII в. Уильяма Хогарта.

Существует множество вариантов определения, что такое комикс: «рассказы в картинках», «последовательное искусство», «последовательные изображения», «единство повествования и визуального действия» и т. д. Одну из наиболее оригинальных попыток объяснения этого феномена предпринял Скотт Макклауд, создавший комикс, который так и называется «Понимание комикса: Невидимое искусство». Рассмотрев эволюцию комикса в историческом развитии и в контексте других искусств, он дал ему следующее определение: «Иллюстративные и другие изображения, сопоставленные рядом в продуманной последовательности для передачи информации и/или получения эстетического отклика от зрителя»⁷⁰. Макклауд предлагает рассматривать комикс как самостоятельное искусство, имеющее особый формат, способный вмещать в себя любой набор идей и изображений, характер которых целиком и полностью зависит от воображения авторов. Что ж, последуем этому совету.

© Окунь А.Б., 2023

⁷⁰ *McCloud S. Understanding Comics: The Invisible Art. N.Y., 1993. P. 9.*

Рождение современного комикса и его пришествие в США

Традиционно отцом современного комикса считают швейцарского писателя и художника Родольфа Тёпфера, который начал рисовать забавные картинки с подписями для своих друзей и учеников. Одним из этих друзей был И.В. Гете, высоко оценивший работу Тёпфера. Получив такую поддержку, художник решил издать свои рисунки в виде графических альбомов. Так появились сначала «История господина Жабо», а затем в 1837 г. в Женеве были опубликованы “Les Aventures de Monsieur Vieux-Bois”. Издание представляло собой серию иллюстрированных сатирических рассказов о похождениях героя, состоящую из отдельных рисунков с подписью. Уже в 1842 г. в США появилась пиратская версия этой книги на английском языке под названием “The Adventures of Mr. Obadiah Oldbuck”, ставшая первым комиксом, опубликованным на американском континенте. Сам Тёпфер выступил и в качестве теоретика нового вида искусства, утверждая, что рисунки без текста имели бы только неопределенное значение, а текст без рисунков не значил бы ничего. Он писал: «Когда вы создаете истории из изображений, не нужно считать себя ремесленником, стремящимся прорисовать все до последней детали. Это не означает, что надо подчинить себя гротескной фантазии, запечатлев ее карандашом шутника. Также это не означает, что нужно просто проиллюстрировать пословицу или обыграть каламбур. На самом деле необходимо создать драматическую историю, части которой связаны сюжетом и образуют единое целое. Это означает создание книги, хорошей или плохой, трагической или веселой, безумной или серьезной».

Он также рассуждал о месте комикса в истории культуры: «Истории в картинках, которые отвергают критики, а ученые едва замечают, имели огромное влияние во все времена, пожалуй, даже большее, чем литература». Массовую же его популярность Тёпфер обосновывал тем, что «истории в картинках обращены в основном к детям и низшим классам»⁷¹.

Этими обстоятельствами можно объяснить и ту популярность, которую комиксы приобрели в США. Во второй половине XIX в. значительную часть населения страны составляли эми-

⁷¹ Цит. по: *Figuiereido S.C. The Rhetorical Invention of Comics: A Selection of Rodolphe Töpffer's Late Reflections on Composing Image-Text Narratives* [Электронный ресурс]. URL: http://imagetext.english.ufl.edu/archives/v8_4/figuiereido/ (дата обращения 01.04.2021).

гранты первого поколения, многие из которых плохо знали английский язык. Поэтому истории в картинках с минимальным текстом были понятны и доступны всем, что обеспечивало им огромный спрос. Первым оригинальным американским комиксом считается «Путешествие к золотым копиям Иереми Сэддлбэгса», опубликованный в 1849 г. в Цинциннати и Нью-Йорке. Его авторы братья Джеймс и Дональд Риды опирались на творчество Тёпфера, но действие их книги происходит в Америке во время калифорнийской «золотой лихорадки».

Еще одним источником вдохновения для американских авторов стали работы немецкого поэта и художника Вильгельма Буша о похождениях Макса и Морица, издававшиеся с 1865 г. Иллюстрированные истории о двух сорванцах, сопровождавшиеся стихотворными подписями, стали признанной классикой юмора еще при жизни их автора. Согласно легенде, американский газетный магнат Уильям Рэндольф Херст привез в США экземпляр книги Буша из своей поездки в Европу. Результатом этого стало появление в юмористическом приложении к газете Херста “New York Journal” комикса Рудольфа Диркса «Беспокойные малыши», адаптации историй про Макса и Морица к американским реалиям. Популярность этого стрипа была настолько велика, что он издавался вплоть до 2006 г.

Но подлинным отцом американского комикса по праву считается Ричард Фелтон Аутколт (1863–1928). Его карьера в качестве художника началась в сфере, весьма далекой от мира развлечений. Он работал в компании Томаса Эдисона в качестве официального художника передвижной выставки, посвященной электрическому освещению в 1889–1890 гг. Затем, перебравшись в Нью-Йорк, Аутколт начал сотрудничество с различными изданиями как иллюстратор научно-технических статей. Тогда же он стал публиковать свои карикатуры и именно в качестве карикатуриста был приглашен в “New York World”, газету, принадлежавшую крупнейшему американскому издателю Джозефу Пулитцеру. В результате Аутколт оказался в нужное время в нужном месте. Конец XIX в. в США был временем газетного бума и острой конкуренции издателей, прежде всего Джозефа Пулитцера и Уильяма Рэндольфа Херста, боровшихся за читателей. Карикатуры и комиксы стали весомым аргументом в этой борьбе. Читать газетные статьи могли далеко не все жители Нью-Йорка, но истории в картинках были понятны каждому. В результате они стали занимать все больше места на полосах газет, особенно после появления цветной печати. Все это создавало идеальные условия для реализации таланта Аутколта. Его дебют на страницах “New

York World” состоялся в 1894 г. публикацией забавного стрипа «Происхождение новых видов», персонажами которого были клоун и его собака. Но подлинный успех пришел к художнику в следующем году после создания им Желтого малыша, благодаря которому Аутколт заслужил славу «отца американского комикса». Первоначально Желтый малыш был одним из персонажей успешной серии комиксов «Аллея Хогана», вымышленной улицы Нью-Йорка, населенной странными и смешными людьми, жизнь которых изобиловала различными приключениями. Лысый малыш с торчащими передними зубами в ночной рубашке желтого цвета стал самым узнаваемым из обитателей Аллеи Хогана. Работая именно над этим проектом, Аутколт довел до совершенства свой стиль и придал комиксу его современный вид. Произошло это, правда, уже в другом издании. Херст сумел переманить к себе группу художников из “New York World”, предложив им лучшие условия работы. Среди них был и Аутколт. Спор из-за права художника использовать созданных им персонажей на новом месте работы едва не дошел до суда. Однако в итоге было принято компромиссное решение: право на название «Аллея Хогана» осталось у издания Пулитцера, но это не распространялось на населявших ее обитателей. Таким образом, Желтый малыш продолжал жить на страницах двух конкурировавших между собой газет вплоть до 1898 г. Популярность этого персонажа позволила значительно увеличить тиражи изданий и в определенном смысле превратила его в их символ. Считается, что именно благодаря малышу, одетому в ярко-желтую ночную рубашку, появились термины «желтая пресса» и «желтая журналистика» применительно к газетам, ориентированным на невзыскательные вкусы массового читателя. Новая серия комик-стрипов, которую Аутколт делал для “New York Journal” Херста, получила название по своему центральному персонажу «Желтый малыш». В ней художник соединил созданные своими предшественниками приемы и основные элементы комикса: последовательную ленту отдельных картинок, разделенных рамкой и связанных между собой персонажами и развитием сюжета; диалоги в речевых пузырях; комичность ситуаций. Преобладание комичности в изображениях и историях в результате дало имя этому новому виду искусства – комикс. В 1995 г. в ознаменование столетия с момента выхода первых эпизодов «Аллеи Хогана» почтовая служба США выпустила серию марок, первая из которых была посвящена Желтому малышу. В следующем году официально отмечалось столетие американского комикса, точкой отсчета было выбрано 25 октября 1896 г. В этот день на страницах “New York Journal” появился комик-стрип «Желтый малыш и его

фонограф», содержащий все составные части современного комикса. Его слава вышла далеко за границы США. В 1970–2005 гг. в итальянском городе Лукка проводился ежегодный фестиваль комиксов, на котором вручались «Премии Желтого малыша».

Аутколт заложил и другую традицию, которая стала в последующие годы нормой для продукции массовой культуры. Он первым начал практику коммерциализации своего детища. Изображение малыша в желтой ночной рубашке появилось на бесчисленном количестве брелоков для ключей, пуговиц, различных сувениров, упаковок жевательной резинки и даже на сигаретах. Он удостоился издания специального журнала “Yellow Kid Magazine”, его приключения стали основой для нескольких водевилей и немых фильмов. В начале XX в. Аутколт повторил свой успех с новым персонажем – Бастером Брауном. Все это доказало высокий коммерческий потенциал комиксов, следствием чего стало их широкое распространение в прессе по всей территории страны. Так в США начался настоящий бум комиксов, впоследствии названный Платиновым веком (и продолжавшимся до 1930-х гг.).

Еще одним новатором, превратившим комикс в явление высокого искусства, стал Уинзор Маккэй. Созданный им комикс «Маленький Немо в стране снов» (1905), рассказывал о приключениях маленького мальчика в сюрреалистическом мире его сновидений. Комикс выделялся яркостью и изощренностью изобразительного ряда, неистощимой фантазией автора, обладавшего несомненным художественным даром. Он имел огромный успех, положил начало развитию целого направления последовательного искусства, в котором развлекательность соединялась с практически академическим уровнем художественного исполнения. Этот успех был также коммерциализирован, маленький Немо появился на бойко продававшихся открытках, в книгах, играх, на детской одежде. В 1908 г. на Бродвее была поставлена пьеса, написанная по мотивам комикса, а в 1911 г. Маккэй создал мультфильм на его основе. Так Немо стал первым персонажем комиксов, перенесенным на экран. Публикация стрипа продолжалась до 1947 г., но и после этого он не был забыт. В 1966 г. стал частью персональной выставки У. Маккэя в Метрополитен-музее в Нью-Йорке (крайне редкая честь для авторов комиксов). «Маленький Немо в стране снов» стал одним из первых американских комиксов, получивших широкое международное распространение и признание, которое остается таковым до сих пор. Свидетельством этому стал полнометраж-

ный японский мультипликационный фильм, снятый в 1989 г., вслед за ним последовала видеоигра. В январе 2020 г. компания “Netflix” объявила о съемках нового фильма по мотивам комикса о маленьком Немо.

Постепенно комикс превратился в один из ключевых элементов повседневной культуры американцев. Газеты, претендовавшие на массовую аудиторию, не могли теперь обойтись без ежедневных новых историй в картинках. Большинство из них стали издавать цветные воскресные приложения, практически полностью состоявшие из комиксов. Более того, многие (прежде всего дети) покупали газеты только ради приключений любимых героев, не обращая внимания на остальное их содержание. Индустрия массовой культуры чутко отреагировала на этот запрос, начав выпуск отдельных изданий оригинальных комиксов, ориентированных на детскую и подростковую аудиторию. Первым из них стал опубликованный в 1929 г. Джорджем Делакортом еженедельник “The Funnies”, за которым последовали многочисленные продолжения и вариации. Так появились сначала специализированные журналы комиксов, а затем комиксы в книжном формате, со временем занявшие центральное место в американской популярной культуре.

В этот же период формат комиксов начинает активно осваивать новые жанры: детективы, вестерны, фантастику. Среди их персонажей появляются сыщик-герой Дик Трейси (1931), Тарзан (1929), Бак Роджерс (1929). Именно в комиксах о Баке Роджерсе, повествующих о приключениях в далеком будущем, впервые в американской визуальной массовой культуре появились космические корабли, роботы, лазерное оружие и другие атрибуты фантастики.

Тогда же были заложены традиции тесной связи между кино и комиксами, причем первоначально персонажи популярных фильмов (прежде всего мультипликационных) становились героями печатных историй в картинках. Первым из них в 1923 г. стал знаменитый кот Феликс (1923), за ним последовали диснеевский Микки Маус (1930) и другие. Довольно скоро ситуация изменилась, и уже Голливуд начал активно использовать комиксы в качестве источника вдохновения.

1920-е гг. стали периодом активного экспорта американской массовой культуры. Американские кино, музыка, популярная литература успешно завоевывали европейские рынки. Не остался в стороне от этого и комикс, хотя его путь в Европу оказался более сложным. Первые попытки отправить американский комикс через Атлантику были предприняты еще в начале XX в., однако

они не имели успеха. В 1904 г. итальянская газета Il Novellino опубликовала «Желтого малыша», но он не прижился на итальянской почве: уж слишком чужими и далекими от местных реалий были персонажи и их приключения. Но сам формат комикса получил признание и адаптировался к европейским условиям. В 1908 г. в Италии началось издание “Corriere dei Piccoli”, еженедельного иллюстрированного приложения к газете “Corriere della Sera”, основным содержанием которого были истории в картинках. Так появились итальянские комиксы – Fumetti, как адаптация американских образцов к особенностям и традициям популярной культуры страны. С самого начала наряду с оригинальными историями и персонажами (первым из них был чернокожий мальчик Билболбул, созданный художником Аттилио Муссино) публиковались американские комиксы, подвергавшиеся своеобразной итализации. Так, «Беспокойные малыши» (The Katzenjammer Kids) превратились в “Bibi e Bibò”, “Happy Hooligan” – в “Fortunello”, кот Феликс – в “Mio Mao”, “Bringing Up Father” – в “Archibaldo e Petronia”.

В отличие от США, где целевой аудиторией комиксов были как дети, так и взрослые, в Италии они ориентировались прежде всего на юных читателей. При этом активно использовался воспитательный и пропагандистский потенциал формата: простота и доходчивость месседжа, преподнесенного в яркой и занимательной форме. Другой особенностью ранних итальянских (и европейских в целом) комиксов становился отказ от речевых пузырей. Вместо них использовались традиционные подписи под картинками, часто в рифмованной форме. Пузыри в европейских комиксах стали появляться только со второй половины 1920-х гг.

В условиях нарастания националистической и милитаристской пропаганды с 1939 г. в Италии была запрещена публикация иностранных комиксов. Единственным персонажем, для которого сделали исключение, стал Микки Маус (в Италии его звали Topolino – мышонок), что объяснялось особой любовью детей Б. Муссолини к этому персонажу У. Диснея. Однако многие издатели обходили этот запрет с помощью того же нехитрого метода переименования американских героев рисованных историй на итальянский лад. Вдохновенное описание той роли, которую комиксы (в том числе американские) играли в жизни итальянских детей и подростков, можно найти в романе выдающегося ученого и писателя Умберто Эко «Таинственное пламя царицы Лоаны».

Несколько иным путем происходила интеграция американского комикса в культурное пространство Франции. Это было связано с существованием длительной традиции политиче-

ской и бытовой карикатуры, которая стала одним из источников своеобразия французских «рисованных лент» (*bande dessinée*). Исторически первым французским комиксом стал «Простушка» (1905 г.), главной героиней которого была молодая служанка (няня или домработница). Она считается первым женским центральным персонажем историй в картинках. Ее успех у публики способствовал появлению все новых и новых комиксов, в которых творчески использовались американские образцы и формат. В 1925 г. в серии “*Zig et Puce*” впервые появились диалоги в речевых пузырях, а в 1929 г. родился самый популярный персонаж франкоязычных комиксов – молодой журналист Тинтин, которого придумал бельгийский художник Жорж Реми, работавший под псевдонимом Эрже. Первый комикс из цикла «Приключения Тинтина» был посвящен его поездке в Советскую Россию («Тинтин в стране Советов») и носил ярко выраженный политический характер. Всего Эрже создал 24 альбома о приключениях репортера и его собаки, один из них посвящался его путешествию в Америку. Влияние американских комиксов на творчество Эрже было значительным. В свою очередь, он также оказал обратное влияние на американскую популярную культуру. Энди Уорхол в одном из своих интервью сказал, что Эрже повлиял на его творчество в той же мере, что и Уолт Дисней. Более того, Уорхол написал серию портретов Эрже, а другой американский классик поп-арта, Рой Лихтенштейн, использовал образ Тинтина в одной из своих картин. Популярность Тинтина была настолько велика, что Шарль де Голль однажды сказал: «Моим единственным конкурентом в мире является Тинтин»⁷². В 2011 г. Стивен Спилберг снял полнометражный мультфильм на основе трех альбомов комиксов о Тинтине.

Еще более очевидным образом американское влияние на франкоязычную популярную культуру проявилось в издании «Журнала Микки Мауса» (1934). Он представлял собой прямой аналог американских журналов комиксов и был практически полностью посвящен приключениям Микки Мауса и других диснеевских героев, помещенных во французский контекст. Создатель этого журнала Пол Винклер адаптировал для французских читателей и другие популярные американские комиксы 1930-х гг. Это обеспечило изданию беспрецедентный коммерческий успех, его тираж достигал 400 тыс. экземпляров в неделю, что многократно превышало результаты конкурентов. Во время Второй мировой войны, когда нацисты оккупировали Францию, Пол Винклер был вынужден перебраться в США. После войны издание журнала

⁷² Цит. по: *Grove L. Comics in French*. N.Y., 2010. P. 11.

возобновилось, и он до сих пор остается самым популярным во Франции журналом для детей от 8 до 13 лет.

Американский комикс транслировал в европейскую массовую культуру образы, которые ассоциировались с возможностью противостояния злу, тирании в любых ее формах, стремлением к индивидуальной свободе и самовыражению. Следствием этого было подозрительное и враждебное отношение к данному виду искусства со стороны диктаторских режимов Европы. Нацисты после прихода к власти в Германии провозгласили комикс проявлением дегенеративного искусства наряду с творчеством импрессионистов, экспрессионистов, сюрреалистов и представителей других модернистских направлений. Результатом стал фактический запрет комиксов в Германии, а затем и в оккупированных ею странах.

В Соединенных Штатах, напротив, в 1930-х гг. начался период «золотого века» комиксов. Великая Депрессия оказала двойственное влияние на развитие индустрии комиксов. С одной стороны, прекратил свое существование целый ряд изданий, с другой – возросла потребность в недорогих развлечениях, способных отвлечь массового потребителя от повседневных забот, проблем и страхов. Комиксы как нельзя лучше отвечали этим потребностям, и в 1933 г. появился их новый формат, ставший впоследствии основным. Компания “Eastern Color Printing” издала первую книгу комиксов «Знаменитые забавы» (Famous Funnies), представлявшую собой 36 страниц как оригинальных, так и перепечатанных газетных стрипов. Это придало новый импульс производству историй в картинках, превратив его в самостоятельную отрасль индустрии развлечений.

В следующем году произошло еще одно эпохальное событие: Малькольм Уилер-Никольсон основал компанию “National Allied Publications, Inc.”, которая начала выпуск “New Fun: The Big Comic Magazine”, первой книги комиксов, состоявшей полностью из оригинальных произведений. Именно в этом издании в 1935 г. состоялся дебют Джерри Сигела и Джо Шустера, будущих создателей Супермена (Superman), начавшего эру супергероев в комиксах. В 1937 г. компания была преобразована в “Detective Comics, Inc.” и приступила к изданию новой антологии “Detective Comics”. Так началась история одного из двух крупнейших в США издательств, специализирующихся на комиксах – “DC Comics”. Всего же в конце 1930-х гг. в стране 18 издательств выпускали 322 журнала комиксов, которые распространялись через сети газетных киосков, бакалейных лавок, аптек. Все это превращало производство комиксов в быстро растущую индустрию, ориентированную на огромный внутренний рынок.

Золотой век американских комиксов. Эпоха супергероев (1938–1955)

Началом Золотого века комиксов традиционно принято считать июнь 1938 г., когда на свет появился первый выпуск новой антологии “DC Comics” под названием “Action Comics”, в котором читатели впервые встретились с Суперменом. Эта встреча оказалась судьбоносной как для персонажа, так и для всей отрасли. Супермен стал самым популярным персонажем комиксов в истории, фактическим их олицетворением, архетипическим образом американской массовой культуры. Его создатели Джерри Сигел и Джо Шустер смогли почувствовать потребность общества, переживавшего нелегкие времена, в герое, сосредоточившем в себе все лучшие качества, всемогущем защитнике и спасителе, приходящем на помощь в трудную минуту. Его сверхчеловеческие способности поставлены на службу истине и морали. Они являются гарантией неизбежной победы добра над злом и торжества справедливости.

Популярность Супермена росла от десятилетия к десятилетию, он стал героем десятков художественных и мультипликационных фильмов, видео и компьютерных игр. Экземпляры первого комикса с его участием являются объектом коллекционирования и вложения капиталов наряду с самыми выдающимися произведениями живописи. В 2014 г. один из них был продан на EBay за рекордные 3,2 млн долл.

Супермен открыл эпоху супергероев в мире комиксов. Вслед за его светлым образом последовал Темный рыцарь и борец с преступностью Бэтмен, впервые появившийся на страницах “Detective Comics” в мае 1939 г. Его авторы Боб Кейн и Билл Фингер, создавая свой персонаж, очевидно, задумывали его как антитезу Супермена. В отличие от последнего, Бэтмен имеет земное происхождение, не обладает сверхчеловеческими способностями, действует под покровом ночи в костюме, вызывающем зловещие ассоциации. Его сила основывается на интеллекте, знаниях, новейших технологиях и вполне человеческих качествах: сострадании, несгибаемой воле и убежденности в собственной правоте. Так же, как и Супермен, он борется со злом, которое олицетворяют преступное сообщество, коррумпированные политики и inferнальные злодеи, угрожающие благополучию простых граждан. Практически сразу после своего первого появления Бэтмен стал одним из самых популярных героев комиксов и остается таковым до сих пор. Ему посвящено множество фильмов, сериалов, игр,

которые продолжают выходить и привлекать миллионы зрителей и пользователей по всему миру. В январе 2020 г. начались съемки очередного фильма, в котором главную роль исполнил Роберт Паттинсон.

Третьим культовым персонажем Золотого века комиксов стал Капитан Америка, появившийся на свет уже во время Второй мировой войны, что оказало определяющее влияние на его образ. Он изначально создавался Джо Саймоном и Джеком Кёрби как патриотический персонаж, одетый в костюм цветов американского флага, защищенный от врагов своим суперщитом. Уже на обложке первого выпуска комикса о нем Капитан Америка наносил сокрушительный удар Гитлеру.

Другими популярными супергероями комиксов этого периода были Человек-факел, Пластик, детектив Спирит, Капитан Марвел, Чудо-Женщина и множество других.

Особое место среди них занимала Чудо-Женщина, ставшая первой женщиной-супергероем, отражением феминистских идей в популярной культуре. Ее создателем был Уильям Моултон Марстон, психолог, изобретатель знаменитого полиграфа (детектора лжи) и один из теоретиков феминизма. В 1940 г. было опубликовано его интервью под названием «Не смейтесь над комиксами», в котором он рассуждал об огромном образовательном потенциале комиксов. После этого издатель комиксов Максвелл Гейнс пригласил его в свою компанию в качестве консультанта. Марстон предложил издателю придать комиксам дополнительный импульс развития с помощью принципиально нового персонажа – женщины-супергероя. Эта идея получила поддержку, результатом чего стало появление в декабре 1941 г. Чудо-Женщины. В ее образе Марстон (публиковавший комиксы под псевдонимом Чарльз Моултон) воплотил свое представление об образе идеальной женщины, который должен был изменить бытующие в обществе предрассудки. Он писал:

Даже девочки не хотят быть девочками, пока женскому архетипу не хватает силы, неприступности и мощи. Не желая быть девочками, они не хотят быть нежными, покорными и миролюбивыми, каковы обычные женщины. Женские сильные качества стали презираться за их слабость. Очевидное лекарство от этого – создать женского персонажа с силой Супермена и очарованием хорошей и красивой женщины⁷³.

⁷³ Цит. по: *Berlatsky N. Wonder Woman: Bondage and Feminism in the Marston / Peter Comics, 1941–1948. New Brunswick, 2015. P. 115.*

Марстон прямо декларировал поставленную им воспитательную задачу: «Откровенно говоря, Чудо-Женщина является психологической пропагандой нового типа женщины, которая, как я считаю, должна править миром»⁷⁴.

В результате Чудо-Женщина, обладавшая сверхчеловеческими способностями и использовавшая Лассо Истины, с помощью которого могла заставить любого говорить правду (прямая аллюзия на детектор лжи – изобретение У.М. Марстона), стала одним из самых популярных персонажей в истории американских комиксов. Ее образ запечатлен в радио- и телепостановках, сувенирах, куклах, видеоиграх и мультипликационных и художественных фильмах, которые пользуются огромным успехом во всем мире. В фильме 2017 г. «Чудо-Женщина» ее роль сыграла израильская актриса и модель Галь Гадот. В 2020 г. – премьера сиквела «Чудо-Женщина: 1984» с ее же участием. Популярность персонажа и того меседжа, который он несет, стали основанием для журнала «Тайм» включить Гадот в число самых влиятельных людей 2018 г. и превратили ее в одну из самых высокооплачиваемых актрис в мире.

В общей сложности в период Золотого века было создано около 400 супергероев, многие из которых в годы Второй мировой войны сражались с фашизмом на страницах рисованных историй, пропагандируя патриотизм и повышая моральный дух на фронте и в тылу. Тиражи комиксов в это время достигали рекордных цифр.

Однако супергероями не исчерпывалось тематическое разнообразие комиксов Золотого века. Продолжали издаваться истории о приключениях диснеевских героев, наиболее продаваемыми из которых были Микки Маус и Дональд Дак. Относительно новым явлением этого периода стало появление серии образовательных комиксов “True Comics”, издававшихся с 1941 г. Инициатор их публикации Джордж Хехт, основатель и издатель Parents’ Magazine, так объяснял цель этой серии:

Существует много журналов комиксов. Первоначально комиксы в газетах и журналах пытались быть смешными, и в некоторых случаях им это удавалось. Но в настоящее время большинство журналов комиксов даже и не пытаются быть смешными. Они состоят в основном из увлекательных историй в картинках, которые

⁷⁴ Цит. по: *Lepore J. The Secret History of Wonder Woman. N.Y., 2014. P. 421.*

все признают не только ложными, но и совершенно невозможными. Мы рады представить вам новый и совершенно другой журнал комиксов... Лозунгом «Настоящих комиксов» станет: «Правда удивительнее и в тысячу раз интереснее выдумки!»⁷⁵.

Особенностью “True Comics” было также наличие редакционного совета, в который вошли историки, педагоги, психологи. В рамках этого проекта издавались биографии выдающихся личностей (У. Черчилля, С. Боливара), комиксы, посвященные развитию медицины, спорту и т. д. Всего за 1941–1950 гг. вышло 84 выпуска. Серия имела коммерческий успех, но не могла конкурировать с популярностью супергероев.

Другой попыткой придать большую респектабельность комиксам стала адаптация классических литературных произведений к его формату. Одним из сторонников этого направления был Альберт Льюис Кантер, иммигрант из Российской империи, начавший свой проект “Classic Comics” с публикации в октябре 1941 г. «Трех мушкетеров» в форме комикса. Проект оказался очень успешным, практически все из 169 выпусков издавались дополнительными тиражами, чтобы удовлетворить спрос, а некоторые переиздавались до 25 раз. Издатель Максвелл Гейнс публиковал комиксы по Ветхому Завету, по американской истории и в 1946 г. открыл издательство «Образовательный комикс» (Educational Comics).

После окончания войны продолжался бурный рост индустрии комиксов, в результате которого в 1952 г. их общий тираж достиг миллиарда экземпляров. Этому способствовало несколько факторов: низкая цена в 10 центов, сохранявшаяся неизменной с 1933 г.; рост рождаемости в течение предшествующего десятилетия, а значит, постоянный рост спроса на комиксы. Немаловажную роль играло и появление новых жанров, привлекавших взрослую аудиторию: криминальных комиксов, комиксов ужасов, комиксов-любовных романов. Вместе с тем падает популярность супергероев, к концу 1940-х гг. лишь немногие из них продолжали вызывать интерес публики (Супермен, Бэтмен, Чудо-Женщина, Капитан Марвел и некоторые другие). Освободившуюся нишу заняли криминальные сюжеты и хорроры, хлынувшие потоком на страницы комиксов. Особенно в этом преуспел Уильям Гейнс, сын и наследник основателя “Educational Comics”. Получив в наследство вместе с издательством 100 тыс. долл. долга, он корен-

⁷⁵ Цит. по: *Mitchel K., Thomas R. American Comic Book Chronicle*. Raleigh, 2019. P. 115.

ным образом изменил издательскую политику, перейдя от выпуска образовательной продукции к хоррору, саспенсу, фантастике и «взрослому» юмору.

Все это нанесло серьезный удар по репутации комиксов, вызвало резкую критику и обвинения в аморальности, в развращении детей и подростков. Особый резонанс вызвала книга психиатра Фредерика Вертхама «Совращение невинных», изданная в 1954 г. В ней автор утверждал, что именно комиксы несут ответственность за рост подростковой преступности, пропагандируют насилие и девиантное поведение⁷⁶. Под влиянием этой критики сенатор Эстес Кефаувер инициировал слушания в Конгрессе по комиксам. В результате Американская ассоциация комиксов приняла «Кодекс издателей комиксов», представлявший собой акт самоцензуры отрасли подобно Кодексу Хейса в Голливуде. Положения кодекса вводили жесткие ограничения, касавшиеся содержания комиксов, связанные с изображением преступлений, сцен жестокости, чрезмерного насилия, богохульства, расизма, секса, обнаженных тел и т. д. Согласно требованиям кодекса, «во всех случаях добро должно было побеждать зло, а преступник – наказываться за свои злодеяния». Издательства, вошедшие в Ассоциацию, должны были направлять свою продукцию в «Организацию по контролю за соблюдением Кодекса издателей комиксов» (Comics Code Authority) для проверки соответствия содержания требованиям кодекса⁷⁷.

Соблюдение этих требований носило добровольный характер, в результате целый ряд издательств отказались к нему присоединиться. Однако крупнейшие производители комиксов, контролировавшие их дистрибуцию, смогли навязать его положения индустрии. Формально «Кодекс издателей комиксов» просуществовал до начала XXI в. (последней компанией, переставшей его соблюдать, стала «DC Comics» в 2011 г.). Фактически же к концу 1970-х гг. он перестал оказывать определяющее влияние на развитие индустрии.

Таким образом, в первой половине 1950-х гг. американский комикс переживал серьезный кризис, проявившийся в снижении интереса публики к традиционным сюжетам, что привело к резкому падению тиражей. Принятие «Кодекса издателей комиксов», ужесточившего требования к их содержанию, способство-

⁷⁶ *Beatty B.* Frederic Wertham and the Critic of Mass Culture. Jackson, 2005. P. 136–137.

⁷⁷ *Pulp Demons: International Dimensions of the Postwar Anti-comics Campaign* / Ed. by J.A. Lent. Madison, 1999. P. 270.

вало уходу с рынка целого ряда небольших издательств, специализировавшихся на криминальных сюжетах, хорроре и саспенсе. Кроме того, отрасль оказалась неготовой к конкуренции с бурно развивавшимся телевидением, которое постепенно становилось лидером индустрии развлечений. Американцы все больше времени проводили перед телеэкраном и все меньше тратили его на чтение комиксов. Эра супергероев подошла к концу, а с ней завершился и Золотой век американских комиксов.

Серебряный век комиксов (1956–1970)

В новых условиях необходимо было искать новые способы привлечения аудитории. Эти поиски происходили в нескольких направлениях. “DC Comics” открыла так называемый Серебряный век комиксов попыткой возрождения супергеройской тематики. В октябре 1956 г. компания представила новую версию комикса о Флэше, человеке-молнии, обладавшем суперспособностями. Его успех позволил начать выборочный перезапуск классических персонажей Золотого века: Зеленого фонаря, Аквамена, Атома и других. Они сохраняли только свои знакомые публике имена. Все остальное (одежда, биография, место и обстоятельства действия) полностью обновлялись. Основными жанрами, формировавшими среду их обитания, стали научная фантастика и фэнтези с параллельными мирами и магией. Объединенные в 1960 г. в Лигу Справедливости, они спасали Землю от вторжения пришельцев и суперзлодеев, угрожавших ей уничтожением.

Успех “DC Comics” воодушевил конкурентов из “Marvel Comics”, которые в ноябре 1961 г. создали свою группу супергероев – Фантастическую четверку, каждый из которых обладал какими-либо сверхспособностями. С этого момента началась эпическая история конкурентной борьбы двух крупнейших компаний в мире комикс-индустрии.

Ее результатом стало появление целой плеяды новых супергероев, позволивших возродить и переформатировать жанр. Первенство в этом принадлежало “Marvel Comics” благодаря таланту ее креативной команды: Стэна Ли, Джека Кёрби и Стива Дитко. Созданные ими персонажи – Человек-паук, Железный человек, Тор, Халк, Люди-Х и многие другие – отличались от традиционных супергероев тем, что действовали в реальном мире, переживали внутренние проблемы, одиночество, повседневные трудности. Авторами уделялось особое внимание раскрытию характеров героев, что придавало действию драматизм и привлекало чи-

тателей. Такой подход получил название «супергерои в реальном мире» и стал одним из залогов успеха, вызывая интерес людей разного возраста и уровня образования. В 1965 г. Человек-Паук и Халк вошли в составленный журналом *Esquire* список 28 самых популярных личностей среди студентов университетов наряду с Джоном Кеннеди и Бобом Диланом. В результате в конце 1960-х гг. продажи изданий “Marvel Comics” составляли 50 миллионов экземпляров в год.

Другим направлением развития американского комикса стало появление так называемого подпольного комикса (*Underground Comix*). Это был ответ на ограничения, введенные «Кодексом издателей комиксов». Подпольный комикс стал важным элементом американской контркультуры второй половины 1960-х гг. В нем затрагивались табуированные в мейнстриме темы наркотиков, секса, насилия, рок-музыки, актуальной политики. Первым таким комиксом считаются созданные в 1962 г. техасским художником Фрэнком Стэком «Приключения Иисуса».

Центром нового направления в искусстве комикса стал Сан-Франциско, где было сосредоточено большинство издательств, их выпускавших. Кроме того, Сан-Франциско являлся неофициальной столицей американской молодежной контркультуры, движения хиппи и социального активизма. Центральными фигурами подпольного комикса стали художники Гилберт Шелтон и Роберт Крамб. Шелтон создал целый ряд знаковых для направления персонажей: пародию на Супермена «Чудо-Бородавочника», «Сказочных пушистых братьев-уродцев», «Жирного кота Фредди».

Роберт Крамб сформулировал главный творческий принцип создателей подпольных комиксов, которым, как он считал, было отсутствие любой формы цензуры:

Люди забывают, что именно в этом все дело. Именно поэтому мы этим занимались. Над нами не было никого, кто бы сказал «нет, ты не можешь этого рисовать» или «ты не можешь такое показывать». Мы могли делать всё, что хотели⁷⁸.

Крамб получил наибольшую известность как автор серии комиксов о приключениях кота Фрица в городе, населенном антропоморфными животными. Эта серия публиковалась в журналах “*Help!*” и “*Cavalier*”, а затем выходила отдельными изданиями.

⁷⁸ Цит. по: *Sabin R. Comics, Comix & Graphic Novels: A History of Comic Art*. N.Y., 2001. P. 95.

Комикс в пародийной форме затрагивал актуальные проблемы американского общества и переосмысливал штампы популярной культуры. В разных выпусках Фриц выступал в роли битника, звезды поп-музыки, поэта-хиппи, секретного агента, революционера-радикала и т. д. Все это было сдобрено гремучей смесью секса, наркотиков, обсуждением расовых и политических проблем. Персонаж обрел такую популярность, что в 1972 г. по мотивам комиксов был снят полнометражный анимационный фильм, который первым в истории американской мультипликации получил в США рейтинг X (не рекомендуется смотреть детям до 17 лет). Это не помешало ему стать самым успешным независимым мультфильмом, собравшим в мировом прокате 190 млн долл.

Подпольные комиксы не имели доступа к традиционным сетям дистрибуции и поэтому распространялись либо по подписке, либо через специализированные магазины – хэдшопы (*head shops*). Несмотря на ограниченные тиражи и трудности распространения, они стали важным культурным явлением, максимально расширившим рамки формата комикса, доказавшим его неограниченные возможности затрагивать любые проблемы и использовать при этом любую эстетику.

Признанием этого стало проведение в 1969 г. первой в США выставки подпольных комиксов “Phonus Balonus Show” в галерее искусств Коркоран (*Corcoran Gallery*) в Вашингтоне. Куратором выставки был Бхоб Стюарт, которого считают автором самого термина «подпольный комикс». На ней экспонировались работы Р. Крамба, Г. Шелтона, Кима Дейча, Арта Шпигельмана и других художников.

Важным наследием Серебряного века комиксов стало их обращение к актуальным социальным и политическим проблемам американского общества, они перестали ограничиваться фантастической реальностью или сказочными персонажами. Комикс как формат массового популярного искусства начал использоваться в качестве средства политического высказывания на действительно важные темы. Одним из первых таких примеров является комикс «Мартин Лютер Кинг и история Монтгомери», изданная в 1957 г. организацией *United States Fellowship of Reconciliation (FOR USA)*. В нем рассказывалась знаменитая история движения за десегрегацию общественного транспорта в Монтгомери, а его персонажами были Мартин Лютер Кинг и Роза Паркс. Изданный тиражом 250 тыс. экземпляров, комикс распространялся в группах социальных активистов, церквях, школах, пропагандируя идеи ненасильственного сопротивления и борьбы за гражданские права.

Косвенным отражением проблематики движения афроамериканцев за гражданские права и равноправие стало появление в 1966 г. первого чернокожего супергероя в комиксах издательства “Marvel Comics”. Им стала Черная Пантера. Символично, что в этом же году была создана знаменитая радикальная партия «Черных пантер» (Black Panther Party for Self-Defence).

Другой особенностью этого периода является взаимодействие комикса с другими направлениями популярной культуры. Его несомненное влияние на поп-арт нашло наиболее яркое проявление в творчестве Роя Лихтенштейна, который использовал в своих картинах персонажи, сюжеты, эстетику и технику комиксов, включая речевые пузыри. Это придавало историям в картинках статус искусства, а не только одного из видов массового развлечения, свидетельством чему стало проведение в 1967 г. в Музее декоративного искусства Лувра (Musée des Arts Décoratifs Louvre, Paris) выставки комиксов. Он превратился в объект серьезного искусствоведческого изучения и многочисленных дискуссий, посвященных различным аспектам этого социокультурного явления. Комикс, наконец, получил признание как самостоятельный вид искусства. В 1971 г. французский писатель и журналист Франсис Лакассен впервые назвал его девятым искусством. Это определение прижилось и в настоящее время является общепотребительным.

Бронзовый век комикса (1971–1984)

На рубеже 1960–1970-х гг. наметился очередной кризис американской комикс-индустрии. Он проявился в снижении спроса на ее продукцию, в начавшейся смене поколений в авторском корпусе и в изменении системы дистрибуции. В последнем случае наблюдался переход от массовой продажи дешевых изданий в газетных киосках, бакалейных лавках и супермаркетах к созданию специализированных магазинов, ориентированных на различные группы потребителей. Это позволило выйти на рынок небольшим издательствам и вывести из подполья сегмент комиксов для взрослых.

В результате произошло ослабление влияния «Кодекса издателей комиксов». Даже члены Ассоциации перестали строго соблюдать его ограничения. Показательным в этом смысле стало проникновение темы наркотиков в классические серии. В 1971 г. Министерство здравоохранения обратилось к главному редактору “Marvel Comics” Стэну Ли с просьбой сделать комикс о вреде

злоупотребления наркотиками в рамках программы антинаркотической пропаганды среди молодежи. Издательство включило в серию о Человеке-пауке историю, в которой один из персонажей оказался наркозависимым. И хотя комикс не получил разрешения со стороны “Comics Code Authority”, он все же был издан и пользовался успехом. Вслед за этим “DC Comics” выпустило свой комикс, затрагивавший ту же тему.

Центральным событием бронзового века стала ожесточенная конкуренция между крупнейшими игроками на рынке. “Marvel” в 1970 г. опубликовал первую книгу комиксов о Конане-варваре, за которым последовали и другие персонажи произведений Роберта Ховарда. “DC Comics” ответило Warlord-ом, Беовульфом и Тарзаном. Реакция конкурента не заставила себя ждать. В 1972 г. “Marvel” запустил новую успешную серию «Гробница Дракулы». В ходе этого противостояния издатели начали экспериментировать с различными жанрами: вестерном, хоррорами, фэнтези, боевыми искусствами, историями о монстрах, адаптациями бульварных романов.

Социальная тематика, проникнув в комиксы, стала их неотъемлемым элементом. Даже в сюжетах о супергероях затрагивались проблемы реальной жизни: наркотики, алкоголизм, расизм, окружающая среда, положение меньшинств, женщин и т. д.

Популярность героев комиксов не могла не привлечь внимание других медиа, прежде всего телевидения и Голливуда. За первым успешным опытом, телесериалом о Бэтмене 1966–1968 гг., во второй половине 1970-х гг. последовали сериалы о Чудо-Женщине, Халке, Человеке-пауке, которые не смогли повторить этот успех. Совершенно иной прием ожидал фильм «Супермен» Ричарда Доннера, снятый в 1978 г. по мотивам комиксов “DC Comics”. Он получил множество призов, включая «Оскар», «Золотой глобус», BAFTA, собрал в прокате 300 млн долл., обойдя экраны всего мира. Фактически он открыл эру голливудских фильмов о супергероях комиксов. В результате практически все популярные комиксы были экранизированы, а, в свою очередь, голливудские блокбастеры становились основой для комиксов, издававшихся огромными тиражами. Первым таким опытом стали «Звездные войны» (1977).

Середина 1980-х гг. знаменовала собой начало нового периода в развитии комикс-индустрии. Появление независимых издательств, расширение жанрового разнообразия и диапазона используемых художественных средств превратили комикс в полноправное направление современного искусства, способного затрагивать любые серьезные темы, оказывать влияние на мас-

совое сознание. В 1992 г. Арт Шпигельман получил Пулитцеровскую премию и множество других наград за серию комиксов о Холокосте «Маус: Рассказ выжившего». Он был переведен на 18 языков, включен в университетские и школьные программы. Другой его комикс, «В тени уничтоженных башен» (2004), посвящен событиям 11 сентября в Нью-Йорке. Новым феноменом стала так называемая комикс-журналистика, наиболее ярким представителем которой является Джо Сакко, получивший за свою книгу комикс-репортажей «Палестина» (1996) премию “American Book Award”.

В 2013–2016 гг. конгрессмен Джон Льюис совместно с писателем Эндрю Эйденем издал автобиографическую трилогию в форме графического романа о движении за гражданские права 1960-х гг. «Марш», получившую целый ряд престижных премий. Все эти примеры демонстрируют универсальность формата комикса, дающего возможность автору реализовать замысел любой глубины и сложности.

В настоящее время комикс-индустрия представляет собой гигантскую отрасль, в которой заняты десятки тысяч представителей самых разных профессий. Самая полная из существующих в настоящее время баз данных комиксов “Grand Comics Database” содержит информацию о более чем 13 тыс. издателей, 26 тыс. художников, 1,6 млн выпусков комиксов, 2,7 млн сюжетов. Причем эти списки постоянно пополняются. Обороты отрасли исчисляются миллиардами. Так, в 2009 г. “Walt Disney Company” купила компанию “Marvel” за 4 млрд долл.

Комикс-индустрия переживает очередной подъем, связанный с техническим перевооружением отрасли, использованием компьютерных технологий, освоением новых жанров, формированием своеобразной глобальной субкультуры с выставками, фестивалями, миллионами поклонников, объединенных в фанклубы. Комикс-фестивали (Comic-Con) проводятся с 1970 г. по всему миру и собирают сотни тысяч участников, стремящихся приобщиться к вселенной комиксов, почувствовать себя одним из ее героев.

Комиксы занимают огромное место в повседневной жизни общества, являются важной составной частью современной массовой культуры. Фильмы и детская одежда, телесериалы и сувениры, компьютерные игры и инструкции к бытовой технике, учебные пособия и реклама – кажется, трудно найти сферу или место на карте мира, куда еще не проникли персонажи и формат комиксов.

Для дальнейшего изучения

- Дмитриева Д.* Век супергероев: Истоки, история, идеология американского комикса. М., 2015.
- Макклауд С.* Понимание комикса: невидимое искусство. М., 2016 (McCloud S. Understanding Comics: The Invisible Art. N.Y., 1994).
- Цыркун Н.А.* Американский кинокомикс. Эволюция жанра. М., 2014.
- Booker M.K.* Encyclopedia of Comic Books and Graphic Novels: In 2 vols. Santa Barbara, 2010.
- Booker M.K.* Comics through Time: A History of Icons, Idols, and Ideas. Vols. 1–4. Santa Barbara, 2014.
- Duncan R., Smith M.J.* The Power of Comics: History, Form and Culture. N.Y.; London, 2009.
- Gabilliet J.-P., Beaty B., Nguyen N.* Of Comics and Men. A Cultural History of American Comic Books. Jackson, 2009.
- Gordon I.* Superman. The Persistence of an American Icon. New Brunswick, 2017.
- Lepore J.* The Secret History of Wonder Woman. N.Y., 2014.
- Rhoades Sh.* A Complete History of American Comic Books. N.Y., 2008.
- Sabin R.* Comics, Comix & Graphic Novels. London, 1996.
- Williams P., Lyons J.* The Rise of the American Comics Artist: Creators and Contexts. Jackson, 2010.

Электронные ресурсы

- Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>
- Comic-Con 2018: Все самое интересное из Сан-Диего [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JpJ3wus8fTg> (дата обращения 01.04.2021).
- Comic Con Russia 2019: Косплей [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QTl-JqZuu8I> (дата обращения 01.04.2021).
- COMIC-CON SDCC 2019 SAN DIEGO [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0onwPwldz1U> (дата обращения 01.04.2021).
- Comic Videos (12 Videos) [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLRTz5xOqUSCTA_zmFS0Tlpbc5RS8s5G4m (дата обращения 01.04.2021).
- Gilbert Shelton and the Underground Comix: EXCLUSIVE INTERVIEW [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yXaHUMESoM4> (дата обращения 01.04.2021).
- NEW YORK COMIC CON 2019 NYCC [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=6QBfDGz_0xc (дата обращения 01.04.2021).
- Videos/DC – DC Comics [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dccomics.com/videos> (дата обращения 01.04.2021).

Тема 7. Музыка на все вкусы и времена: от джаза до рэпа

Введение

Музыка, как и любое другое искусство, является отражением национального характера. Американская популярная музыка – не исключение. В ней проявляются все качества, которые мы приписываем американцам: предприимчивость, изобретательность, способность к развитию чужого опыта и совмещению нескольких удачных решений, демократизм.

Описать историю всей музыки США невозможно, однако можно выбрать какой-то один важный сюжет и проиллюстрировать его яркими примерами. В этой лекции речь пойдет о том, как американцы создавали новые музыкальные жанры, смешивая разные традиции и отталкиваясь от окружающей их социальной реальности. Героями рассказа будут джаз, кантри, рок-н-ролл и рэп. Однако обо всем по порядку...

Корни американской популярной музыки

До середины XIX в. американская популярная музыка была почти полностью европейской по своему происхождению. Культурное и языковое доминирование американцев английского происхождения означало, что музыка родом с Туманного Альбиона рано утвердилась в качестве своего рода «мейнстрима», на который впоследствии стали оказывать влияние другие музыкальные культуры.

Во время Американской революции профессиональные композиторы популярных песен в Англии писали в основном баллады. Хотя изначально они распространялись устно, к тому времени их тексты стали распечатывать на больших листах бумаги, называемых «бродсайды» (broadsides). Хотя некоторые баллады своими корнями уходили в народную песенную традицию, многие были вполне современны и описывали городские нравы XVIII в.

На бродсайде обычно приводился текст баллады и указывался мотив, на который следовало его напевать: чаще всего это была какая-то всем известная народная песня. Это обеспечивало популярность баллады и легкость запоминания. Для того чтобы сделать песню еще более въедливой, композиторы также придумывали припев – повторяющийся раз в несколько куплетов рефрен с неменяющимся текстом.

В Англии баллады можно было услышать где угодно: от грязных подворотен до прекрасных садов развлечений. Последние в период между серединой XVII и серединой XIX в. были самым популярным общественным местом отдыха. Они собой представляли большие городские парки, пересеченные дорожками в окружении раскидистых деревьев, которые возвращали жителей индустриализирующихся городов в пасторальную сельскую местность, тихую и наполненную свежим воздухом. Сады развлечений стали одним из основных мест распространения печатных песен профессиональными композиторами. Что касается будущих Соединенных Штатов, то первые сады для отдыха здесь открылись в Чарльстоне, Нью-Йорке и других городах в 1760-х гг.

В начале XIX в. в Америке была также популярна английская традиция балладной оперы. Возможно, самой известной из них является «Опера нищего» Джона Гея (1728). Главными героями балладных опер становились простые люди, а не особы королевских кровей. Песни были знакомы публике как по форме, так и по содержанию, поскольку они исполнялись на английском, а не на итальянском, главном «языке» опер того времени. Английская народная балладная традиция процветала в Америке.

Помимо этого, на раннюю американскую популярную музыку также повлияли ирландские, шотландские и итальянские песни. В Соединенных Штатах были широко распространены копии многотомной коллекции ирландских мелодий Томаса Мура, а также многие шотландские песни, пользовавшиеся бешеной популярностью, такие как “Auld Lang Syne”. К началу XIX в. своих поклонников приобрела и итальянская опера, а техника бельканто оказала большое влияние на развитие популярного пения.

Еще одним важным источником современной американской музыкальной культуры стала танцевальная музыка. До конца XIX в. танцы в США в целом следовали европейской традиции, однако в Новом свете они видоизменялись под влиянием местных культур. Танцевали, хотя и везде по-разному, все: горожане и жители сельской местности, богачи и бедняки, белые и черно-

кожие. Даже сегодня народные танцы являются неотъемлемой частью популярной культуры в Америке⁷⁹.

В дополнение к песням и танцевальной музыке, создаваемой профессиональными композиторами, вместе с волнами иммиграции XIX – начала XX в. в Америку была завезена народная музыка из Франции, Ирландии, Германии и разных частей Российской империи.

Помимо этого, на американскую музыкальную традицию сильно повлияли разные течения африканской музыки.

Генезис афроамериканской музыки в Соединенных Штатах тесно связал два процесса. С одной стороны, это был синкретизм, избирательное смешение традиций Африки и Европы. С другой – создание общественных институтов, которые стали важными центрами черной музыкальной жизни – семья, церковь, волонтерские организации, школа и тому подобное.

Ошибкой будет говорить о «черной музыке» как о некоем однородном явлении. Афроамериканская культура принимала различные формы в Бразилии, на Кубе, на Гаити, на Ямайке и в Соединенных Штатах. В каждом случае музыкальная традиция формировалась под влиянием конкретных местных социальных условий, а африканские и европейские музыкальные компоненты смешивались особым образом. Так сложилось, что в Соединенных Штатах выходцы из региона Сенегамбия в Западной Африке, по-видимому, составляли большую часть рабов. Банджо – афроамериканское изобретение – своими предками имеет струнные инструменты, распространенные в Сенегамбии, а некоторые аспекты блюзового пения вытекают из традиций западно-африканской саванны.

Определенные особенности африканской музыки повлияли на современную американскую музыкальную культуру. Так, например, во многих песнях, где происходит чередование партий солиста и хора, можно усмотреть заимствование из вопросно-ответной афроамериканской музыкальной традиции. Помимо этого, современные риффы в роке также своими корнями уходят в африканскую культуру, которая особо подчеркивала важность ритмических повторений, находя в них особую эстетическую привлекательность.

Влияние африканской музыкальной эстетики и техник на американскую популярную музыку невероятно глубоко. В начале XX в. афроамериканский рэгтайм и блюз сформировали поп-мейнстрим в США. Музыка «джазового века» 1920-х гг.

⁷⁹ *Starr L., Waterman C. American Popular Music. Oxford, 2008. P. 6–7.*

и «эры свинга» 1930–1940-х гг. основывалась на переработанной афроамериканской танцевальной музыке для привлечения внимания белой аудитории из рядов среднего класса. Даже кантри-музыка, которая кажется типично «белой», испытала африканское влияние. Некоторые из ее самых ярких звезд были чернокожими, а индивидуальные стили игры Джимми Роджерса, Хэнка Уильямса и Вилли Нельсона находились под сильным влиянием афроамериканской музыки⁸⁰.

Другим важным регионом, откуда популярная американская музыка продолжает черпать вдохновение, является Латинская Америка. Первым латиноамериканским музыкальным стилем, прибывшим в США, стала кубинская хабанера. Ее характерный ритм оказал влияние на музыку регтайм конца XIX в. и был важной частью того, что великий пианист из Нового Орлеана Джелли Ролл Мортон назвал «латинским оттенком» в американском джазе.

Следующая волна латиноамериканского влияния на музыку Соединенных Штатов пришла из Аргентины. На танго повлияли хабанера, итальянские и испанские песни, а также песни *гаучо* (т. е. ковбоев). В США танцевальная версия танго, парного танца с тесным контактом между партнерами и энергичным ритмом, была популяризирована примерно в 1914 г. звездами танцев Ирен и Верноном Касл.

В дальнейшем на американскую музыку оказала воздействие кубинская румба, бразильская самба и мексиканская народная музыкальная традиция в стиле мариачи – свадебных мелодий, а также конхунто – песен в исполнении небольших групп, в которых главную партию исполняет аккордеон⁸¹.

Переживая музыку: джаз

Джаз, одна из «истинно» американских форм искусства, появился в Новом Орлеане, штат Луизиана, примерно в 1900 г. Положение Нового Орлеана как ворот между Соединенными Штатами и странами Карибского бассейна, его социально и расово диверсифицированное население и наследие французской колониальной культуры способствовали формированию уникального музыкального сообщества. Джаз возник из слияния различных музыкальных традиций Нового Орлеана. Они включали в себя

⁸⁰ Ibid. P. 9–10.

⁸¹ Ibid. P. 10–11.

рэгтайм, марширующие группы, ритмы, которые использовались во время карнавала Марди Гра и похоронных процессий, французскую и итальянскую оперу, карибскую и мексиканскую музыку, песни “Tin Pan Alley” (так называли 28-ю улицу в Нью-Йорке, где располагались многочисленные нотоиздательские фирмы в начале XX в.) и афроамериканские песни: как духовные (спиричуэлз), так и светские (блюз).

Корнетисту и певцу из Нового Орлеана Луи Армстронгу обычно приписывают разработку основных черт джаза. В частности, именно он сделал акцент на свингующем ритме и выдвинул фигуру солиста-виртуоза на передний план. Также он оказал большое влияние на развитие поп-музыки в 1920-х и 1930-х гг.

Армстронг стал влиятельным музыкантом на местной сцене Нового Орлеана в годы после Первой мировой войны, а затем переехал в Чикаго, чтобы присоединиться к группе своего наставника Кинга Оливера и сделать первые джазовые записи на пластинках. В 1924 г. Армстронг присоединился к группе Флетчера Хендерсона в Нью-Йорке, подтолкнув ее в направлении более экспрессивного и импровизационного стиля. Именно он помог создать синтез джазовой и бальной танцевальной музыки, которая позже будет называться свингом. К 1930-м годам Армстронг был самым известным чернокожим музыкантом в мире благодаря его записям и выступлениям в кино и на радио.

Хотя джаз изначально рассматривался музыкальной индустрией как преходящее увлечение, он превратился в важный культурный феномен 1920–1930-х гг. и изменил навсегда популярную американскую музыку. Носителями джазовой субкультуры становилась белая молодежь из верхних и средних слоев общества: эмансипированные девушки-«флэпперы», бросающие вызов устоявшимся представлениям о поведении и облике женщины (они носили короткие юбки, стригли волосы, использовали яркий макияж и могли уединяться с мужчинами), и юноши, которые пытались копировать одновременно крутой и чувственный образ кинозвезды Рудольфа Валентино и которых называли «джаз-босами» или «шейксами» (“jazzbos” or “sheiks”). Это движение вбирало в себя элементы «высокой культуры» – романы Ф. Скотта Фицджеральда, картины Пабло Пикассо, пьесы Юджина О’Нила – и популярной, массовой культуры, представленной афроамериканской музыкой, танцами и манерой речи. Джаз и образ жизни, который он символизировал, быстро обрели поклонников по всем Соединенным Штатам, чему способствовали распространение пластинок, развитие радио и Голливуда.

Повальное увлечение джазом в 1920-е гг., по сути, означало увеличение влияния афроамериканцев на музыкальные вкусы и покупательские привычки белых американцев. С одной стороны, это давало больше возможностей некоторым чернокожим музыкантам проявить себя. Однако, с другой стороны, попасть в действительно популярные оркестры было проблематично по причине существовавшей в обществе расовой сегрегации. Хотя афроамериканские музыканты все чаще играли в модных кабаре в центре города и в бальных залах дорогих отелей, в обычное время они могли попасть туда как сотрудники из числа прислуги, а не как гости и посетители. В конце 1920-х годов белые поклонники джаза стали посещать ночные клубы в афроамериканских кварталах. В нью-йоркском Гарлеме и южной части Чикаго эти кабаре предлагали своим преимущественно белым клиентам разнообразную джазовую музыку. Выступая именно в таком месте – знаменитом гарлемском “Cotton Club”, – великий джазовый пианист и композитор Дюк Эллингтон разработал стиль, который он назвал «музыкой джунглей», характеризующийся плотными ритмическими текстурами и темными рычащими тембрами⁸².

Следует отметить, что развитие джаза в 1920-х гг. было тесно связано с Гарлемским Ренессансом, важным культурным движением, возникшим в афроамериканском сообществе Нью-Йорка и объединившим деятелей музыки, литературы, художественного искусства, театра и танца. Популяризация импровизационного джаза, центром которого был Гарлем, способствовала узнаванию жанра белыми композиторами и постепенному его вхождению в музыкальный мейнстрим.

Начиная с 1935 г. обретает известность новый стиль джаза под названием «свинг». Первоначально разработанный в конце 1920-х гг. черными группами, исполнявшими танцевальную музыку в Нью-Йорке, Чикаго и Канзас-Сити, он внес большие изменения в американскую поп-культуру. Само слово «свинг» (как и «джаз», «блюз» и «рок-н-ролл») происходит от афроамериканского слэнга. Изначально оно использовалось для обозначения плавного, «раскачивающегося» ритмичного ощущения, создаваемого хорошо сыгранной музыкой. Затем термин начал использоваться для обозначения эмоционального состояния, характеризующегося ощущением свободы, полноты жизни и удовольствия. Разные вариации слова «свинг» были широко распространены в названиях и текстах джазовых записей, сделанных в 1920-х и начале 1930-х гг. Следует заметить, что наиболее заметными мастерами

⁸² Ibid. P. 20–22.

джазового свинга были Бенни Гудмэн, уже упоминавшийся Дюк Эллингтон и Гленн Миллер, который, собственно, прославил этот стиль в фильме «Серенада Солнечной долины»⁸³.

Хотя с началом 1940-х гг. популярность джаза стала снижаться, его развитие не прекратилось. Начиная с середины века каждое новое поколение джазовых музыкантов приносило что-то новое в этот музыкальный жанр, а исполнители других стилей черпали из него вдохновение. Сегодня число разновидностей джаза велико. Бибоп, кул-джаз, фьюжн-джаз, соул-джаз и асид-джаз – это лишь немногие из них. Да и тот же свинг в наши дни продолжает оставаться любимым среди ностальгирующих американцев, примером чему стал недавний успех фильмов Дэмиена Шазелла «Одержимость» (2014) и «Ла-Ла Лэнд» (2016).

Дорога домой: кантри

Музыка кантри всегда была тесно связана с проблемами взаимоотношений между деревней и городом, домом и путешествием, прошлым и настоящим. Это неудивительно, ведь если мы рассмотрим основную аудиторию этой музыки в 1920-е гг., то ее ядро составляли сельские жители, чей образ жизни радикально изменился в результате механизации сельского хозяйства и подвижек в американской экономике, а также мигранты, которые покинули родной дом, чтобы найти работу и начать новую жизнь в индустриализованном мегаполисе.

Ранние записи песен в стиле кантри дают нам возможность почувствовать, как люди почти сто лет назад переживали смерть традиционного, сельского образа жизни перед лицом быстрых перемен. С одной стороны, это были баллады о любви, воспоминаниях о старых-добрых днях, семейном очаге и доме. С другой – рассказы о сломленной любви, расстоянии, отделяющем лирического героя от близких, и о беспокойном и зачастую бессмысленном скитании из города в город.

После Второй мировой войны популярность кантри только возросла. Причиной тому была миграция миллионов людей на север в 1940-е гг. Таким образом, кантри стали слушать не только в аграрных штатах «глубокого Юга», но и в городах и поселках Пенсильвании, Огайо, Мичигана и Калифорнии.

Послевоенная эпоха отмечена быстрым распространением на радио программ, где крутили музыку кантри. К 1949 г. более

⁸³ Ibid. P. 22–25.

650 станций организовывали прямые трансляции концертов исполнителей кантри. В 1950 г., когда “Capitol Records” – первая крупная звукозаписывающая компания, ориентированная на кантри, – начала свою деятельность в Нэшвилле, штат Теннесси, на долю музыки этого направления приходилась треть продаж альбомов по всей стране.

В некотором смысле количество и разнообразие стилей музыки кантри в годы после Второй мировой войны напоминает современную ситуацию с ритм-н-блюзом: их оказалось множество. Были крунеры (crooners), эксплуатировавшие «гладкий», поп-ориентированный стиль, исполнители блюграсса (bluegrass), адаптировавшие традиционную южную музыку под новые реалии и, конечно, музыканты стиля хонки-тонк (honky-tonk). Они выступали в жестком стиле с применением электрогитар и писали песни об испытаниях и несчастьях мигрантов в городе, а также о гендерных ролях и взаимоотношениях мужчин и женщин в период бурных социальных перемен.

В то время как некоторые музыканты делали музыку кантри более «мейнстримовой», стремясь попасть в популярные поп-чарты, другие хотели вернуться к «корням», лишь немного обновляя старые стили в соответствии с новыми обстоятельствами. Этот «неотрадиционалистский» импульс принимал разные формы, но наиболее влиятельной из них, вероятно, стал блюграсс.

Его пионером был Билл Монро (1911–1997), родившийся в Кентукки. Монро начал играть музыку еще в молодости, находясь под влиянием своего дяди-скрипача, а также чернокожего музыканта по имени Арнольд Шульц, влияние которого можно увидеть в особом блюзовом звучании музыки Монро.

В 1935 г. Билл сформировал дуэт со своим братом Чарли. Братья Монро играли по всей юго-восточной части Соединенных Штатов, производя сенсационный эффект своими вокальными гармониями и сочетанием виртуозной игры на скрипке и гитаре. В 1938 г. Билл основал собственную группу “Blue Grass Boys”, а в следующем году стал участником “Grand Ole Opry” – чрезвычайно популярной радиопрограммы, где звучала музыка кантри. Это был большой успех, так как передача приглашала к сотрудничеству только состоявшихся звезд жанра. Программа существует до сих пор, и с 1974 г. ее эфиры транслируются из “Grand Ole Opry House”, зала на 4400 мест, расположенного неподалеку от Нэшвилла.

Другое важное направление в послевоенном кантри представлено хонки-тонком, иногда называемым «жестким кантри»

(“hard country”), передающим звучание и дух придорожного бара или, как его называют, джук-джойнта (juke joint). Во время Великой депрессии нефтяные разработки Техаса и Оклахомы обеспечивали редкий источник стабильной, хорошо оплачиваемой работы, привлекая тысячи людей с американского Юго-Запада. Когда в 1933 г. сухой закон был отменен, число ранее нелегальных питьевых заведений, часто посещаемых этими рабочими людьми, увеличилось и стало основным источником работы для исполнителей кантри. Именно такие бары, где музыканты играли для трудяг, занимавшихся добычей нефти, и назывались хонки-тонк. Они пользовались популярностью: к концу 1940-х гг. тысячи подобных шумных ночных клубов были разбросаны по американскому Юго-Западу и за его пределами.

Привлекательность хонки-тонк полностью зависела от музыки, которая игралась внутри. Если настоящих музыкантов не было, то посетителей развлекали разноцветные светящиеся джук-боксы (jukeboxes) – механические проигрыватели, которые быстро распространились в середине прошлого века. Для того чтобы понравиться контингенту, обыкновенно проводящего время в хонки-тонк, кантри-музыканты внесли ряд изменений в свою практику исполнения.

Во-первых, многие старые песни о семье и церкви казались неуместными в новой обстановке. Музыканты начали сочинять композиции о тех аспектах жизни, которые имели непосредственное отношение к повседневности, окружающей слушателей: нестабильные семьи, непредсказуемость отношений между мужчиной и женщиной, привлекательность и опасность алкоголя, ценность каждого момента жизни. Когда упоминалось сельское прошлое, оно обычно описывалось через завесу ностальгии и тоски. Вокальная манера певцов хонки-тонк часто была очень эмоциональной и надрывной, что тоже подчеркивало сложности жизни. Кантри-музыканты адаптировали традиционные инструменты и технику игры к шумной атмосфере джук-джойнтов. Типичный их набор включал в себя скрипку, гитару со стальными струнами и ведущую гитару, бас-гитару (или контрабас) и пианино. Гитары подключались к усилителям, а сами музыканты играли в устойчивом ритме, подходящем для танцев.

Когда сегодняшние исполнители говорят о «старом-добром кантри», они чаще всего подразумевают именно хонки-тонк, а не довоенную традиционную музыку аграрного Юга. Такие звезды хонки-тонк, как Эрнест Табб, Хэнк Уильямс, Лефти Фриззелл, Хэнк Сноу, Джордж Джонс и Уэбб Пирс, доминировали в кан-

три-чартах в начале и середине 1950-х годов, пока их популярность не снизилась с появлением рок-н-ролла.

В 1960-е гг. многие молодые исполнители кантри хотели обновить хонки-тонк, сделав его звучание более современным. Они избрали сложный подход к изменению стиля, в некотором отношении ориентируясь на рокабилли, который играли Элвис Пресли или Бадди Холли. Полученный результат стал известен как «кантриполитан» (т. е. кантри + космополитан). Городом, где этот обновленный хонки-тонк получил наибольшее развитие, был Нэшвилл. Поэтому новый поджанр кантри также именуется «звучком Нэшвилла» (“Nashville sound”)⁸⁴.

В 1970-е годы музыка в стиле кантри превратилась в огромный бизнес, завоевав популярность у молодых слушателей и среднего класса, одновременно сохранив свою традиционную белую аудиторию рабочего класса на Юге. В 1974 г. радиопередача “Grand Ole Opry” переехала из ветхого театра в Нэшвилле, где она вещала с 1941 г., в новый комплекс с тематическим парком площадью 110 акров под названием “Opryland”. Дополнительным фактором повышения популярности музыки кантри стал также рост консервативных настроений в стране, отраженный в убедительной победе Ричарда Никсона над Джорджем Макговерном на президентских выборах 1972 г.⁸⁵

С тех самых пор кантри только продолжает наращивать свою фанатскую базу. Она остается как важным культурным явлением США, частью идентичности нации, так и крупным и очень прибыльным бизнесом. Сегодня существуют исполнители, которые хранят верность традиционному звуку – «звучку Нэшвилла», – выпуская десятки хитов ежегодно. Именно эти исполнители в первую очередь ассоциируются с кантри. Но есть много музыкантов, которые, находясь под влиянием альтернативного рока и панка 1990-х гг., экспериментируют с жанром, в результате чего получается много чего интересного и не поддающегося четкой идентификации. В целом эти музыканты объединяются термином «альт-кантри». Так или иначе и консерваторы, и искатели новых звучаний сохраняют идентичность кантри как музыкального жанра, уходящего своими корнями в историю американского Юга.

⁸⁴ Ibid. P. 56–57.

⁸⁵ Ibid. P. 60.

О'кей, бумер: рок-н-ролл

Взлет – а иначе и не скажешь – рок-н-ролла в середине 1950-х гг. навсегда изменил американский музыкальный ландшафт. Закрепив доминирование условно «южных» жанров, вроде блюза и кантри, он превратил тинейджера в главного потребителя музыки и образа жизни, который с ним ассоциировался. Если бы вы были американцем и вам было 16 лет в 1955 г., то вне зависимости от конкретного места жительства и социального происхождения вы слушали бы рок-н-ролл. Он звучал отовсюду, начиная от государственных школ, где учились преимущественно чернокожие и бедняки, до частных учебных учреждений в пригородах, которые посещали дети из среднего класса.

Появление рок-н-ролла стало событием огромной культурной значимости. Однако, прежде чем говорить о социальных условиях его происхождения и характерных чертах, следует особо разъяснить несколько принципиальных моментов. Во-первых, рок-н-ролл не был ни принципиально «новым», ни внутренне гомогенным музыкальным стилем. Во-вторых, эра рок-н-ролла не знаменовала собой первый в истории пример, когда музыка писалась специально для молодых людей. И в-третьих, рок-н-ролл, конечно, не был первым жанром американской популярной музыки, где смешались условно «белые» и «черные» стили.

Основной аудиторией, к которой обращался рок-н-ролл, было так называемое поколение бэби-бума, родившееся сразу после Второй мировой войны. Бумеры (да-да, те самые) представляли собой очень молодую демографическую группу и разделяли ряд ценностей. Хотя это были дети, выросшие в 1950-е гг., в период экономической стабильности и процветания, а также политического консерватизма, они отличались от своих родителей большим либерализмом, авантюризмом и широтой взглядов. Это приводило к столкновению поколений. Ценности и практики поведения, разделяемые бумерами, казались старшим неуместными, возмутительными и оскорбительными. Отчасти, как считалось, «благодарить» за испорченные нравы молодежи следовало радио и телевизор, которые беспрестанно крутили рок-н-рольные записи.

Сам термин «рок-н-ролл» был впервые использован диск-жокеем Аланом Фридом в начале 1950-х гг., когда он обнаружил, что ритм-н-блюзовые треки, которые он ставил в своей ночной программе на местном радио в Кливленде, пользуются популярностью у молодежи. Эту музыку он и стал называть «рок-н-роллом», приступив к организации концертных туров артистов по штату, что только увеличивало популярность как тер-

мина, так и самой музыки. Сами же слова «рок» и «ролл» не были чем-то новым для своего времени: они повсеместно встречались в текстах песен исполнителей ритм-н-блюза и соула⁸⁶.

Рок-н-ролл изначально включал в себя «бунтарскую» составляющую. Он казался старшему поколению слишком громким, слишком дерзким, слишком сексуальным. Покупка и прослушивание пластинок с рок-н-рольными записями, таким образом, становилась чем-то большим, нежели просто знакомство с музыкой. Это был знак протеста против духа консерватизма. Рок-н-ролл же, в свою очередь, стал «фишкой» всего поколения бумеров. Он отражал его настроение, чаяния и переживания. В текстах песен было много отсылок к школьным будням, выходным, моде, танцам, романтическим отношениям. Рок-н-ролл превратился из просто популярного музыкального жанра в символ новой эстетики, вобрав ее в себя.

Следует отметить, что с самого начала рок-н-ролл слушали и создавали люди разных рас и с различным музыкальным бэкграундом. Журнал “Billboard” в 1949 г. разделил свои чарты на три категории: поп, кантри-энд-вестерн, а также ритм-энд-блюз⁸⁷. Редакторы музыкального издания предположили, что R&B останется музыкой чернокожих. Вскоре, однако, выяснилось, что ритм-энд-блюз становится все более и более популярен среди белой аудитории. Так, например, к 1952 г. 40% всех покупателей пластинок исполнителей R&B в Лос-Анджелесе были именно белыми.

Ритм-н-блюзовые корни главного стиля музыки бумеров могут быть проиллюстрированы на примере трех афроамериканских исполнителей. Чак Берри был певцом-исполнителем, адресовавшим свои песни подростковой Америке, причем как белым, так и чернокожим в 1950-х гг. Литтл Ричард эпатировал публику намеренно возмутительным стилем исполнения, привлекавшим своей странностью, новизной и сексуальной двусмысленностью. В свою очередь, работы Фэтс Домино прекрасно иллюстрировали преемственность ритм-н-блюза и рок-н-ролла. Домино был первым из всех трех, кто заявил о себе в качестве поп-музыканта, однако истинный успех пришел ко всем только после того, как в 1955 г. выстрелил сингл «белой» группы Билла Хейли под названием “Rock Around the Clock”.

⁸⁶ Starr L., Waterman C. American Popular Music: The Rock Years. Oxford, 2005. P. 54–56.

⁸⁷ Menand L. The Elvic Oracle // The New Yorker, Nov. 16, 2015 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2015/11/16/the-elvic-oracle> (дата обращения 02.04.2021).

Рок-н-ролл позволил чернокожим исполнителям обрести популярность как у белых, так и черных американцев. Этот феномен, конечно, не был беспрецедентным, потому что еще в 1920-х гг. великие джазмены выступали в основном для белой аудитории, а их записи покупались всеми, вне зависимости от этнического происхождения. Однако после окончания Второй мировой войны звукозаписывающая индустрия значительно выросла, а радиосети покрыли всю страну, так что рок-н-ролл размыл границы между «черной» и «белой» музыкой еще больше, чем джаз.

Другим «источником» рок-н-ролла был, конечно, кантри. Именно как исполнитель кантри начинал свою карьеру Элвис Пресли, самая большая рок-н-рольная звезда. В 1955 г. крупный лейбл “RCA Victor” предпринял попытку превратить «деревенского кота» (“hillbilly cat”), как называли известного на местном уровне Элвиса, в действительно популярного исполнителя и икону стиля, не размыв при этом его фанатской базы, которую составляли подростки. Результат превзошел все ожидания. Несмотря на то что телевизионные выступления Пресли осуждались властями как вульгарные, на шоу присутствовали толпы кричащих молодых поклонников, и еще миллионы людей не отрывались от трансляций концертов на телеэкране. В период с 1956 г. по начало 1960-х записи Элвиса расходились астрономическими тиражами, сделав его самым продаваемым сольным исполнителем рок-н-ролла, а затем самым продаваемым сольным исполнителем всех времен, народов и стилей. Это звание он все еще сохраняет в начале XXI в.⁸⁸

Исключительная популярность Пресли сделала его самого и рок-н-ролл в целом феноменами массовой культуры. Его репутация как исполнителя и автора песен сохранялась вплоть до его смерти в 1977 г. в возрасте 42 лет. И продолжает существовать. Хотя Пресли писал отличные песни на протяжении всей своей карьеры, главные его достижения располагаются в начале рок-н-рольного периода. В 1956 г. Пресли записал несколько альбомов, которые изменили музыкальный мир, а образы его живых выступлений в ту эпоху стали образцом подражания для каждого ребенка, который мечтал о славе рок-музыканта, перебирая струны на гитаре, покачивая бедрами и повышая голос⁸⁹.

⁸⁸ *Starr L., Waterman C. American Popular Music: The Rock Years. P. 82–84.*

⁸⁹ *Zoglin R. When Elvis Flopped in Vegas // Saturday Evening Post, January 8, 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.saturdayeveningpost.com/2020/01/when-elvis-flopped-in-vegas/> (дата обращения 02.04.2021).*

В 1960-е гг. рок-н-ролл переживал эволюцию. Этот период отмечен несколькими трендами. Прежде всего рок-н-ролл обрел собственный танец, большая часть движений которого была позаимствована у твиста. Кроме того, первое поколение рок-н-рольщиков смогло закрепить позиции музыки, которую они играли, в качестве «мейнстрима», что открыло дорогу молодым.

В некотором смысле карьера успешной рок-звезды 1960-х гг. проходила по сценарию, состоящему из трех этапов. На первом она должна была показать мастерство владения классикой рок-н-ролла, базовыми композициями 1950-х гг. На втором – сочинить достойные песни, продолжающие традицию первого поколения рок-н-рольщиков. А на третьем – показать что-то принципиально новое, ломающее представление о границах и возможностях жанра⁹⁰.

В полной мере этот путь прошли “The Beach Boys”, созданные в 1961 г. Брайном Уилсоном в Калифорнии. Успех к ним пришел очень быстро: уже в следующем году они достигли первых мест в хит-параде Биллборд. В начале “The Beach Boys” по-школярски методично перепевали рок-н-рольные «стандарты», затем разработали на их основе новый поджанр, названный сёрфроком, а после благодаря таланту Уилсона выпустили в 1966 г. альбом “Pet Sounds”, который символизировал полный разрыв с прошлым. Эволюция “The Beach Boys” продолжилась бы и далее, что наглядно демонстрирует песня “Good Vibrations”, первый сингл с готовившегося следующего лонгплея, “Smile”. Однако у Уилсона случился нервный срыв. Кто знает, куда завел бы поиск новых форм “The Beach Boys”, если бы не психическая болезнь их творческого лидера.

“Pet Sounds” и “Good Vibrations” знаменовали начало нового этапа развития американского рока-н-ролла, стартовавшего в конце 1960-х гг. Повзрослевшие бумеры все больше начинают обращаться к политическим темам в своем музыкальном творчестве. Если ранее рок-н-ролл был все же музыкой любви и свободных нравов, то теперь он часто несет гражданский месседж. Эта тенденция особенно характерна для фолк-рока, представленного такими исполнителями, как Боб Дилан и Джоан Баэз.

Рост популярности фолк-рока, повышение политической сознательности граждан, политический и гражданский протест, а также распространение наркотиков привели к тому, что во второй половине десятилетия в Сан-Франциско – центре субкультуры хиппи – складывается самобытное музыкальное сообщество,

⁹⁰ Starr L., Waterman C. American Popular Music. P. 64, 66.

соединившее в своем стиле фолковые мотивы, этнический мистицизм и блюз и утяжелив в целом звучание под влиянием хард-рока. Так появился американский психоделический рок. Наиболее узнаваемыми представителями жанра стали “The Jefferson Airplane”, “The Grateful Dead” и “Quicksilver Messenger Service”.

Важно отметить, что рок-н-ролл с самых первых своих дней, вторя духу времени, перешагивал через гендерные барьеры. Его главными звездами были не только мужчины, но и женщины, такие как Ванда Джексон и Бренда Ли на рубеже 1950–1960-х, а также Грейс Слик (из “The Jefferson Airplane”) и, конечно, Джанис Джоплин десятилетием позднее.

В течение 1970-х гг. музыкальная индустрия создала множество жанров рока, призванных удовлетворить самые широкие эстетические вкусы. Под знаменем рок-н-ролла собрались такие разные исполнители и группы, как “Led Zeppelin” и Стиви Уандер, Элтон Джон и “The Doors”, “Pink Floyd” и “Simon & Garfunkel”, Нил Даймонд и “Crosby”, “Stills”, and “Nash”, “The Rolling Stones” и Фрэнк Заппа, “Santana” и “Eagles”.

К середине 1980-х гг. рок превратился из протестного и «бунтующего» жанра в музыкальный мейнстрим и большой бизнес. Но даже в таких условиях появлялись музыканты, которые, добиваясь большого успеха, говорили о социальных проблемах и обращались к «синим воротничкам». Одним из них был Брюс Спрингстин, чьи песни отражали его рабочее происхождение, рассказывая истории о еще молодых людях, сталкивающихся ежедневно с вызовами жизни: безработицей, низкой оплатой труда, о поиске настоящей любви и повторяющихся разочарованиях. Выступая вместе со своей группой “E Street Band”, Спрингстин не стеснялся экспериментировать со звуком. Хотя его основа была неизменна – ей являлся рутс-рок (roots rock), напрямую заимствовавший приемы кантри 1950–1960-х гг. – в разные периоды творчества Спрингстина можно заметить большее или меньшее влияние ритм-н-блюза, фолка, тяжелого рока и даже джаза⁹¹.

Сегодня пуристы от мира музыки говорят о том, что рок-н-ролл мертв. Времена, мол, изменились. В то же время многие другие настаивают на том, что рок жив. Изобилие форм и жанров, которые можно так или иначе назвать рок-музыкой, поразительно. Википедия приводит более 40 разновидностей рок-музыки. Панк, метал, гранж, глэм-рок, нью-вейв, стоунер, индастриал, барок-поп – это лишь некоторые из тех, что развивают традиции,

⁹¹ Starr L., Waterman C. American Popular Music: The Rock Years. P. 249–251.

заложенные в начале 1950-х гг. Рок-н-ролл продолжают играть и слушать, и, что не менее важно, он продолжает вдохновлять на творческий поиск и появление новых форм популярной музыки в Америке и во всем мире.

Парни с района: рэп

Мало какой жанр популярной музыки является настолько противоречивым, как рэп. Его корни лежат в африканской устной музыкальной традиции. С одной стороны, доказательствами этой преемственности могут служить черты, общие для всей афроамериканской музыки: акцент на ритме и импровизации, плотные темные музыкальные тона, стремление к эксперименту и развитию. Кроме того, рэп – это и ответ на культурное угнетение и расизм, который сохранялся в США в прошлом столетии (и отчасти сохраняется до сих пор), и окно в культурно-ценностный мир горожан-афроамериканцев, живущих в гетто. С другой стороны, хотя корни рэпа лежат в афроамериканской культуре, его слушатели сегодня представляют собой все классы и социальные группы. Рэп слушают миллиарды людей по всему миру вне зависимости от цвета кожи, языка и происхождения. Это говорит о культурной близости рэпа каждому, а также о превращении его в глобальный культурный феномен.

Говоря о рэпе, следует сразу сказать, что он появился в 1970-е гг. и представляет собой одну из важнейших частей хип-хоп субкультуры, подробнее о которой речь пойдет в следующей лекции этого модуля. Другими ее частями являются визуальное искусство (граффити), танец и искусство диджеинга.

Возникнув в Нью-Йорке с его пестрым этническим составом, рэп быстро вобрал в себя элементы не только культуры афроамериканцев, но и выходцев с Карибских островов, которые проживали в тех же районах, таких, например, как Бронкс.

До 1979 г. рэп оставался преимущественно локальным явлением, распространенным в отдельных городах (или даже районах). Первым предвестником того, что он обладает недюжинным коммерческим потенциалом, стал выпуск сингла “Rapper’s Delight”, записанного трио “The Sugarhill Gang” из Гарлема. Именно эта запись популяризовала термин «рэпер», т. е. исполнитель рифмованного речитатива под музыку, которую ставит диджей.

Уже на этом раннем хип-хоп треке можно обнаружить приемы и темы, которые в дальнейшем будут разрабатываться рэперами: сложная игра слов, рифмирование букв, самокрасование и,

конечно, поддержание атмосферы беззаботной дискотеки. Как зачитывал Гай «Мастер Джи» О’Брайен на треке:

Well it’s on-n-on-n-on-n-on
The beat don’t stop until
the break of dawn
I said M-A-S, T-E-R, a G with a
double E
I said I go by the unforgettable
name
Of the man they call the Master
Gee
Well, my name is known all over
the world
By all the foxy ladies and
the pretty girls
I’m goin’ down in history
As the baddest rapper there
could ever be

Итак, это продолжается,
и продолжается, и продолжается.
Бит не умолкает до восхода
солнца.
Позвольте представиться:
M-A-S-T-E-R. Потом G и двойная E.
Зацените, у меня незабываемое
имя.
Я говорю о чуваке, которого зовут
Master Gee.
Мое имя известно по всему миру,
Его знают все хорошенькие
женщины и все милые девушки.
Я собираюсь войти в историю
Как наикрутейший рэпер из всех,
когда-либо живших⁹².

Внезапный успех “Rapper’s Delight” открыл дорогу многим другим хип-исполнителям в начале 1980-х гг. Отчасти этому поспособствовали и сами “The Sugarhill Gang”, основав лейбл “Sugar Hill Records”, который оставался независимым от крупных игроков медиарынка.

Вслед за “Rapper’s Delight” в американских хит-парадах стали появляться и другие рэп-записи, такие как “The Breaks” от Кёртиса Блоу, “Planet Rock” от “Afrika Bambaataa & the Soul Sonic Force” и, конечно, “The Message” от “Grandmaster Flash & the Furious Five”⁹³.

Пока другие создатели первых рэп-хитов производили дискотечно-ориентированные треки, достаточно предсказуемые и легкие, “Grandmaster Flash” вводил в хип-хоп социально- и политически ориентированные темы. В песне “The Message”, которая сопровождается относительно беззаботным фанковым битом, описывается жесткая картина жизни в гетто Южного Бронкса. Песня открывается словами рэпера «Иногда это похоже на джунг-

⁹² “Rapper’s Delight” by Sugarhill Gang lyrics [Электронный ресурс]. URL: <https://genius.com/Sugarhill-gang-rappers-delight-lyrics> (дата обращения: 02.04.2021).

⁹³ *Starr L., Waterman C. American Popular Music. P. 86.*

ли. Я удивляюсь, как я до сих пор не ушел на дно». За следующим далее звуком разбитого стекла (что характерно, смоделированно на драм-машине) идет рассказ о грязном и беспросветном пространстве афроамериканского гетто, откуда нет выхода. Рефреном звучат слова «Не толкайте меня, потому что я на краю пропасти. Я пытаюсь не потерять голову». Песня заканчивается звуками улицы, на которой стоят участники the Furious Five, рассказывающие о планах на вечер, когда к ним подруливает полицейская машина, откуда раздается голос: «Вы что, банда?». На что следует ответ: «Нет, мы Grandmaster Flash & the Furious Five! Офицер, в чем проблема?» Коп дает последнюю реплику: «Вы есть проблема, давайте в машину!». Далее мы слышим звук удаляющегося патруля, по видимости, с арестованными за праздное шатание по улице участниками группы внутри⁹⁴.

Почти вся история современного хип-хопа может быть прослежена на основе “The Message” от “KRS-One” и “Public Enemy” до “Eminem” и “Childish Gambino”. Это была первая политически и социально заряженная рэп-композиция о жизни в гетто, достигшая широкого коммерческого успеха. “The Message” и “Grandmaster Flash & the Furious Five” установили золотой стандарт для честного «уличного» хип-хопа, который остается актуальным и по сей день.

Такие треки, как “Rapper’s Delight” и “The Message”, создали тот фундамент, который позволил молодым нью-йоркским исполнителям выйти за пределы города и познакомить со своей музыкой широкую аудиторию по всей стране. Также это подсказало крупным звукозаписывающим лейблам, что в рэпе сокрыт большой коммерческий потенциал, и побудило их искать новых артистов.

Середина 1980-х гг. отмечена бумом хип-хопа. Из, по сути, нишевого андеграундного стиля музыки буквально за несколько лет он превращается в мейнстрим. В 1986 г. выходят два очень важных для жанра альбома – “Raising Hell” от “Run-D.M.C.” и “Licensed to Ill” от “Beastie Boys”. Хотя оба достигли платинового статуса, сложно найти столь разные записи. Если “Run-D.M.C.” внешне были верны традиции нью-йоркского гетто-рэпа, то “Beastie Boys” состояли из трех евреев, которые никак не соответствовали тому, как должны выглядеть рэперы. Тем не менее между ними было много общего. И та, и другая группа во многом вдохновля-

⁹⁴ “The Message” by Grandmaster Flash & The Furious Five lyrics [Электронный ресурс]. URL: <https://genius.com/Grandmaster-flash-and-the-furious-five-the-message-lyrics> (дата обращения 02.04.2021).

лись духом рок-н-ролла. На “Run-D.M.C.” большое влияние оказал стадионный хард-рок, а их самый заезженный «MTV-ишный» хит “Walk This Way” вообще представляет собой дуэт с “Aerosmith”. В то же время “Beastie Boys” начинали как хардкор-панк группа, позднее смешав агрессивное и «тяжелое» гитарное звучание с речитативом⁹⁵.

Важно отметить, что и “Raising Hell”, и “Licensed to Ill” были выпущены независимым лейблом “Def Jam”, основанным в 1984 г. хип-хоп промоутером Расселом Симмонсом и продюсером Риком Рубином, который позднее станет известным за работу с калифорнийскими рокерами Red Hot Chili Peppers и иконой кантри Джонни Кэшем. Все это явно символизировало следующее: рэпу тесно в тех узких границах, которые казались еще недавно «естественными» для него. Он показал себя крайне пластичным стилем, который, легко смешиваясь с другими направлениями поп-музыки, превращался в нечто принципиально новое⁹⁶. Ну и, конечно, хип-хоп начал завоевывать общеамериканскую популярность, как и рок-н-ролл десятилетиями ранее, переступив через этнические, социальные и возрастные границы. Символом этого признания стало то, что в 1988 г. на канале MTV была запущена передача, где показывали только рэп-исполнителей, а премия Grammy ввела категорию «Лучшее рэп-исполнение».

К началу 1990-х гг. хип-хоп уже определенно вошел в музыкальный мейнстрим Америки. “Run-D.M.C.”, “Beastie Boys” и выстрелившие чуть позднее “Public Enemy” заставили крупные лейблы искать своих рэп-исполнителей и делать из них поп-икон. Такие рэперы, как “MC Hammer” и особенно “Vanilla Ice”, размыли хип-хоп идентичность, попытавшись сделать его более коммерциализованным и ориентированным на белый средний класс, избавившись от лишней агрессии и прямой ассоциации с «улицей», столь важной для представителей «олдскула».

Если в 1980-х гг. центром рэп-культуры, конечно, был Нью-Йорк, то в следующее десятилетие главными новаторами от речитатива стали представители Лос-Анджелеса. Именно там появился его новый поджанр, который одновременно означал возвращение хип-хопа к своим истокам и представлял собой его логическое развитие – гангста-рэп.

⁹⁵ *Starr L., Waterman C. American Popular Music: The Rock Years. P. 275–278.*

⁹⁶ *Light A. About a Salary or Reality? Rap's Recurrent Conflict // That's the Joint!: The Hip-Hop Studies Reader / Ed. by N. Forman, M.A. Neal. N.Y., 2004. P. 139–141.*

Его появление обычно связывают с творчеством группы N.W.A. и выходом альбома “Straight Outta Compton”. Хотя и более ранние рэп-исполнители говорили в своих песнях об «улице», но N.W.A. подняли ставки, не стесняясь пропагандировать гангстерский стиль жизни, жестокость, маскулинную сексуальность и неподчинение властям. Идеологами N.W.A. обычно принято считать трех людей: блестящего поэта О’Ши Джексона, взявшего псевдоним Ice Cube, Андре “Dr. Dre” Янга, ставшего главным битмейкером, и Эрика “Eazy-E” Райта. Все трое буквально выросли на неблагополучных улицах Лос-Анджелеса, раздираемого войной банд «крипов» и «бладов». Так что они не понаслышке знали об организованной преступности. Eazy-E вообще до начала своей карьеры рэп-продюсера и исполнителя торговал наркотиками. Именно на эти деньги он и основал лейбл “Ruthless Records”, на который подписались N.W.A. К ним присоединились еще двое участников – DJ Yella (настоящее имя – Антуан Карраби) и MC Ren (настоящее имя – Лоренцо Паттерсон).

Выход в 1989 г. “Straight Outta Compton” произвел эффект разорвавшейся бомбы. Уровень агрессии, энергии, поэтического мастерства, музыкальной композиции был беспрецедентным. К группе пришло общенациональное признание. К сожалению, в дальнейшем творческие пути членов группы разошлись. Ice Cube зарекомендовал себя как один из самых одаренных эмси поколения, выпустив несколько мультиплатиновых альбомов в 1990–2000-е годы. “Eazy-E” тоже наслаждался успехом до трагической смерти в 1995 году. Однако самым влиятельным членом N.W.A. оказался “Dr. Dre”, который последовательно создал новый поджанр (G-Funk/Gangsta-Funk) и запустил карьеры “Snoop Dogg” и “Eminem”⁹⁷.

Мейнстримовый успех хип-хопа в 1990-е годы омрачала только одна вещь: но и этого, к сожалению, было достаточно. Прочные связи между рэп-исполнителями и продюсерами, с одной стороны, и организованной преступностью, с другой, вели к настоящим войнам между лейблами западного и восточного побережий, жертвами которых стали восходящие звезды Тупак Шакур и Кристофер Уоллас, известный под псевдонимом “Notorious B.I.G.” Гангста-рэп все больше становился историей про гангстерские будни, нежели про музыкальное творчество. К счастью, эти смерти привели к определенному отрезвлению. Хотя рэп до сих пор в значительной степени является музыкой «улиц», он более никогда не становился столь жестоким.

⁹⁷ Starr L., Waterman C. American Popular Music: The Rock Years. P. 283–284.

Тем не менее многие темы, которые вначале появились в рамках гангста-рэпа, до сих пор являются ключевыми для жанра. Если исполнители в начале и середине 1990-х гг. только мечтали о лучшей жизни, дорогих машинах, социальном статусе, сексуальных женщинах и шампанском, то спустя 10 лет все это стало для них реальностью⁹⁸.

Вполне понятно, почему рэп вызывает множество дискуссий и противоречивых мнений. Ведь этот жанр не только декларирует свою приверженность социальной «правде» и справедливости, но зачастую пропагандирует жестокость, консюмеризм и сексизм.

Быть может, дело не в самом рэпе или афроамериканской культуре, где лежат его корни. Хип-хоп давно стал достоянием всего американского общества и выражает как его негативные, так и положительные характеристики: креативную энергию, желание экспериментировать с технологиями, рефлексировать, отстаивать свои убеждения и бороться за свои права. Именно поэтому рэп такой гибкий и пластичный. Он лишь инструмент, который в умелых руках способен превратить пару поэтических строк в мощный идеологический манифест.

Заключение

Феномен американской популярной музыки очень сложен и многогранен. Конечно, нельзя рассказать обо всех жанрах и значимых музыкантах и упомянуть обо всех важных записях. Однако в заключение следует подчеркнуть одну важную черту, которая позволила американцам создать такую богатую музыкальную культуру.

Секрет успеха состоит в способности американцев к адаптации мультикультурного опыта и созданию на его основе новых форм. В основе музыкальной традиции США с самых первых дней лежит мультикультурализм. Американцы легко перенимали чувство музыки у европейских, африканских и латиноамериканских народов, что позволило им на таком пестром фундаменте построить крайне разнообразную музыкальную культуру.

Посмотрите на любой из жанров современной популярной музыки: джаз, блюз, соул, кантри, рок-н-ролл и хип-хоп. Каждый из них имеет очень разнообразные корни. Вот почему эта музыка столь притягательна.

⁹⁸ Ibid. P. 287–289.

Для дальнейшего изучения

- Верменич Ю.Т.* Джаз: История. Стили. Мастера. СПб., 2011.
- Манулкина О.Б.* От Айвза до Адамса: Американская музыка XX века. М., 2010.
- Мошков К.* Блюз: Введение в историю. СПб., 2014.
- Guralnick P.* Sam Phillips: The Man Who Invented Rock 'n' Roll. Boston, 2015.
- Menand L.* The Elvic Oracle // The New Yorker. 2015. Nov. 16 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2015/11/16/the-elvic-oracle> (дата обращения 02.04.2021).
- Schwartz R.F.* How Britain Got the Blues: The Transmission and Reception of American Blues Style in the United Kingdom. Ashgate, 2007.
- Starr L., Waterman C.* American Popular Music. Oxford, 2008.
- Starr L., Waterman C.* American Popular Music: The Rock Years. Oxford, 2005.
- That's the Joint!: The Hip-Hop Studies Reader / Ed. by N. Forman, M.A. Neal. N.Y., 2004.
- The Cambridge Companion to Hip-Hop / Ed. by Justin A. Williams. Cambridge, 2015.
- Ward B.* Just My Soul Responding: Rhythm and Blues, Black Consciousness, and Race Relations. Berkeley, 1998.
- Wynn N.A.* Cross the Water Blues: African American Music in Europe. Jackson, 2007.
- Zoglin R.* When Elvis Flopped in Vegas // Saturday Evening Post. 2020. January 8 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.saturdayeveningpost.com/2020/01/when-elvis-flopped-in-vegas/> (дата обращения 02.04.2021).

Электронные ресурсы

- Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>
- American Music: Jazz and Blues and the Origins of Rock n' Roll [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/bVAy0LWgMHo> (дата обращения 01.04.2021).
- Founding Fathers: The Untold Story of Hip Hop-Narrated by Chuck D [Электронный ресурс]. URL: https://youtu.be/Q__6DEpFSqo (дата обращения 01.04.2021).
- Lost Highway: The Story of Country Music [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/fvhmqdWXusE> (дата обращения 01.04.2021).
- Rock n' Roll. The Early Days (Documentary) [Электронный ресурс]. URL: https://youtu.be/hLJ8_9aDZ3A (дата обращения 01.04.2021).
- Something From Nothing: The Art Of Rap (Full Documentary) [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/ePPwy50gdz8> (дата обращения 01.04.2021).
- The Swing Thing. Documentary [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/ZFjYkKS9Yb4> (дата обращения 01.04.2021).

Тема 8. Сотворение кумиров: спорт как национальный проект

Введение

8 июля 2010 г.

В студии главного спортивного канала Америки “ESPN” нервная атмосфера. В этот день «наследник» Майкла Джордана в качестве короля баскетбола Леброн Джеймс объявит о месте, где он продолжит свою карьеру. Леброну – 25 лет. До этого момента он, начиная с дебюта в NBA, в течение семи сезонов выступал за «Кливленд Кавальерс» из города Акрон. Леброн родился в Акроне, поэтому местные болельщики воспринимают его не просто как ярчайшую звезду своей команды, но почти как Бога.

Несмотря на спортивное признание, Джеймс к 2010 г. дважды взял титул самого ценного игрока сезона, – он так и не смог выиграть турнир NBA. Сравнения с Джорданом, осознание груза ответственности и желание оставить после себя великое наследие заставляют Леброна задуматься о смене команды. Решение должно быть принято сегодня в прямом эфире, который посмотрят миллионы человек по всему миру.

Это важный выбор. От него зависит не только будущее самого игрока и его нынешней команды, но и будущее лиги и, быть может, всего спорта. «Решение» – так была названа телепередача – окажет влияние на поведение спортсменов и клубов, отношения NBA и медиа, задаст новое направление спортивной коммерции.

Первые двадцать пять минут Леброн Джеймс и ведущий Джим Грей вели ни к чему не обязывающую беседу, обмениваясь шутками, поднимая градус напряжения. На двадцать восьмой минуте Джеймс сказал: «Этой осенью я собираюсь перевезти свои таланты на южное побережье и присоединиться к “Майами Хит”»⁹⁹.

© Панов А.С., 2023

⁹⁹ LeBron James' 'The Decision' (7/8/2010) | ESPN Archives [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Afpgnb_9bA4 (дата обращения 02.04.2021).

Студия замолкла. Зрители не могли поверить своим ушам. «Король Джеймс», как называли игрока, уйдет из своего родного города ради солнечной Флориды. Конечно, шансов побороться за чемпионство там больше, ведь в Майами его уже ждали двое других суперзвезд NBA – Дуэйн Уэйд и Крис Бош. «Большое трио» было собрано и только дожидалось начала сезона.

Однако где же лояльность команде, воспитавшей игрока? Где преданность болельщикам? Вскоре фанаты «Кавальерс» начнут сжигать майки с номером Леброна, проклиная его. Майкл Джордан заявит, что в его время звезды не объединялись ради побед, а боролись друг с другом. В этом и была цель игры. Ему вторили и другие легенды прошлого.

«Решение» стало самым скандальным шоу в эпоху современного спорта. Его форма напоминала выступление большого политика, спустившегося с Олимпа для разговора «без галстука». Программу посмотрело около 10 млн американцев, а обсуждало в несколько раз больше¹⁰⁰. За те полтора часа, что шел прямой эфир, за счет рекламы удалось заработать 3,5 млн долл. Еще 2,5 млн собрала благотворительная акция, приуроченная к нему¹⁰¹.

Что показало «Решение»? Оно в очередной раз проиллюстрировало тесную взаимосвязь между спортом и политикой в США, вызвав дискуссии даже в Белом Доме. Оно показало, что деньги и бизнес являются важнейшими составными частями спорта. Выбор Леброна Джеймса и сама форма его объявления были продиктованы не только желанием победить, но и перспективой заработать. Но, кроме этого, передача продемонстрировала, насколько спорт интегрирован в повседневную жизнь американского общества. Для миллионов граждан США – это не просто часть досуга, но и важнейшая составляющая их коллективной идентичности.

¹⁰⁰ Nearly 10 Million U.S. Viewers Watch LeBron's 'Decision' // Nielsen Wire. 2010. July 12 [Электронный ресурс]. URL: https://www.webcitation.org/68lkAfk1?url=http://blog.nielsen.com/nielsenwire/media_entertainment/nearly-10-million-u-s-viewers-watch-lebrons-decision/ (дата обращения 02.04.2021).

¹⁰¹ LeBron James' 'Decision' generated \$6 million in ad revenue // Cleveland.com. Jul 12, 2010 [Электронный ресурс]. URL: https://www.cleveland.com/ohio-sports-blog/2010/07/lebron_james_decision_generate.html (дата обращения 02.04.2021).

Бейсбол как вид спорта и явление массовой культуры

Первым национальным спортом США был бейсбол. В 1842 или 1843 г. группа молодых джентльменов стала по выходным собираться на углу 27-й улицы и 4-й авеню на Манхэттене в Нью-Йорке и играть в какую-то игру, используя мячик и биты.

Так бы они и развлекались, если бы в 1845 г. банковский клерк Александр Картрайт не убедил их придать своему занятию какой-то более организованный вид. В итоге появился бейсбольный клуб «Нью-Йорк Никерборкерс». Местом его пребывания стало поле по другую сторону пролива в городке Хобокен, Нью-Джерси.

Важно отметить, что члены «Никерборкерс» придерживались высоких моральных ценностей. Это были люди уважаемых профессий, не какие-то бездельники. Тот факт, что свое свободное время они проводили на свежем воздухе, а не в респектабельном клубе, объясняется тем, что в период конца 1830 – начала 1840-х гг. в моду вошли физические упражнения на открытом воздухе. Нью-Йорк быстро рос. Ежедневно прибывали все новые и новые эмигранты из Европы, которые селились в тесных этнических кварталах, где царила антисанитария. Поразившая город эпидемия тифа 1837 г. оставила свой след на ежедневных практиках его жителей: они стремились уехать за город, но общались преимущественно со своим кругом людей. То, что потом станет называться бейсболом, рассматривалось лишь как одна из форм взаимодействия между джентльменами, нежели как спорт. Каждая игра заканчивалась интеллектуальными беседами в отеле рядом с полем. Вскоре стали появляться и другие клубы, организованные по тому же образцу¹⁰².

Как вид спорта, бейсбол близок к британскому крикету и русской лапте. Правила его достаточно замысловаты, но вот главные из них.

Две команды набирают очки или «раны», поочередно играя в атаке и защите. Цель – совершить как можно больше «ранов». Очко засчитывается команде, если ее игрок, выступая в нападении, сможет оббежать по очереди все базы команды противника, расставленные по углам поля. Каждая команда за бейсбольный матч по девять раз выступает в нападении и защите. Таким

¹⁰² Grundy P., Rader B.G. American Sports: from the Folk Games to the Age of Televised Sports. 7th ed. London; N.Y., 2015. P. 52–53.

образом, игра может продолжаться бесконечно, но ограничена девятью иннингами, т. е. сменами командных ролей.

Первым профессиональным клубом стал «Цинциннати Ред Стокингс», возникший в 1869 г.¹⁰³ Он существует до сих пор под названием «Цинциннати Редс».

В полноценный вид спорта бейсбол начал превращаться только во второй половине 1870-х гг., когда была образована Национальная лига, которая, несмотря на очевидное желание ее основателей заработать деньги на уже довольно популярном занятии, сохранила «дух джентльменства». На играх лиги было запрещено делать ставки, а также продавать алкоголь. Эти ограничения не влияли на рост популярности бейсбола. Уже к 1880-м гг. доходы лиги составляли до 10 млн долл.¹⁰⁴

Где появляются деньги, там начинаются конфликты. В 1885 г. вспыхнуло первое противостояние между игроками и владельцами клубов. Игроки были недовольны тем, что рост доходов команд почти не отражался на их зарплатах. Для защиты своих интересов они создали Братство профессиональных бейсболистов. Будучи поначалу своеобразной секретной организацией, в рамках которой игроки занимались взаимопомощью, следуя чувству взаимной солидарности, в скором времени «Братство» превратилось в полноценный профсоюз.

В свою очередь, владельцы клубов выражали неприятие образа жизни игроков. Их веселье в ночных клубах мешало лиге сохранять респектабельный имидж. Проблема стояла настолько остро, что владелец команды из Чикаго и предприниматель Альберт Сполдинг даже нанял сыщика в агентстве Пинкертон для слежки за своими игроками. Тот составил подробный отчет о похождениях бейсболистов. Семеро из них проводили почти каждую ночь, прогуливаясь от бара к бару. Когда Сполдинг зачитал отчет своим игрокам, один из них, Кинг Келли, заявил:

Я хочу внести только одну поправку. В том месте, где детектив заявляет о том, что я пил лимонад в три часа ночи, он ошибается. Это был виски! Я никогда в жизни не пил лимонад в такое время¹⁰⁵.

¹⁰³ Ibid. P. 57.

¹⁰⁴ *Zirin D.* A People's History of Sport in the United States: from Bull-baiting to Barry Bonds – 250 Years of Politics, Protest, the People and Play. N.Y., 2008. P. 21.

¹⁰⁵ *Grundy P., Rader B.G.* Op. cit. P. 61–62.

В 1887 г. бунтовщика Кинга Келли «продали» в другой клуб за 10 тыс. долл. Это действие возмутило игроков во всей лиге. Как Сполдинг посмел передать права на человека другой организации без его спроса? Это напоминало рабство и не могло остаться без последствий.

Три года спустя Братство профессиональных бейсболистов во главе с Келли объявило о создании Лиги игроков. Туда сразу же ушла лучшая часть спортсменов Национальной лиги. Владельцы команд последней протестовали как могли, называя борющихся за свои права спортсменов «анархистами», «революционерами» и «террористами», а само создание параллельной лиги именовали не иначе как «бунтом рабов». Подобные слова не могли вызвать симпатий со стороны публики, однако отражали дух времени. Игроки и в самом деле были очень ограничены в своих правах, а темнокожих бейсболистов в Национальной лиге почти не было. Те немногие афроамериканцы, которым удавалось выйти на поля американской профессиональной бейсбольной лиги, часто были вынуждены быстро заканчивать свои карьеры из-за давления со стороны владельцев других команд, белых игроков и болельщиков. Такая ситуация продолжалась до появления Джеки Робинсона в Главной лиге бейсбола (MLB) в 1947 г.

К этому моменту бейсбол превратился в главный вид спорта страны. Он считался национальной игрой и любимым способом проведения досуга. В бейсбол играли все от мала до велика. Он не требовал строительства серьезной инфраструктуры. Все, что было нужно: мячик, бита и пара перчаток. Таким образом, бейсбол оказывался очень демократичным видом спорта, открытым для масс.

Молодые люди со всей Америки следили за матчами своих любимых команд и выступлениями игроков. Одной из важнейших черт повседневной культуры, порожденной бейсболом, стало коллекционирование бейсбольных карточек. Первые их экземпляры датируются еще 1860-ми гг., а стоимость некоторых из них сегодня достигает 2,5 млн долл.

Бейсбол иллюстрировал все лучшие черты американской нации, сохраняя за собой имидж игры для джентльменов. Такие спортсмены, как Бейб Рут, Джим Торп, Джо ДиМаджио, Джим Эббот, в разные годы являли собой не только примеры профессионализма, но и проявления высоких человеческих качеств.

Возможно, именно эта черта бейсбола и позволила Джеки Робинсону не только стать первым чернокожим американцем, игравшим в MLB, но и превратиться в легенду еще при жизни.

Инициатором приглашения Робинсона в Главную лигу был Бранч Рики, генеральный менеджер и совладелец «Бруклин Доджерс». Он полагал, что Джеки может стать человеком, который наконец разрушит расовый барьер в американском бейсболе. В то время параллельно с MLB в Соединенных Штатах существовала так называемая «Негритянская лига», в которой играли только чернокожие спортсмены. Так действовала политика сегрегации в спорте: бейсбол был популярен среди всех американцев, но играли в него раздельно. Робинсон считался одним из подающих большие надежды молодых людей, выступавших в «Негритянской лиге», но не главной ее звездой. Причина, по которой Рики выбрал именно его, состояла в том, что Джеки кроме спортивного таланта обладал твердым характером. Ведь ему предстояло выдержать ураган критики, оскорблений и угроз, как только он выйдет на поле во время матча Главной бейсбольной лиги Америки.

Робинсон, несомненно, имел невероятное самообладание. В 1946–1947 гг. некоторые его одноклубники отказывались выходить с ним одновременно на поле, представители других команд, не стесняясь, обещали нанести травмы, а один из самых уважаемых игроков своего поколения Боб Феллер заявил, что чернокожие, включая Джеки, в принципе не могут играть в бейсбол на уровне, достойном MLB. Казалось, что весь мир ополчился против Робинсона.

Когда же его дебютный сезон в Главной лиге начался, оказалось, что дух бейсбола выше, чем расизм. 22 апреля 1947 г. менеджер «Филадельфии Филлиз» Бен Чэпмен перед игрой с «Бруклином» уговорил своих игроков скандировать слово «ниггер» в адрес Робинсона. Последний вспоминал позднее:

Я чувствовал себя измученным и пытался просто играть в мяч и игнорировать оскорбления. Но это действительно выводило меня из себя... В какой-то безумный момент я подумал: «К черту этот благородный эксперимент мистера Рики... К черту этот образ терпеливого чернокожего гения, который я должен был создавать». Я мог бы бросить свою битку, подойти к скамейке «Филлиз», схватить одного из этих белых уродов и разбить его зубы моим презираемым черным кулаком. А потом я мог бы уйти от всего этого¹⁰⁶.

К счастью, Робинсон сдержался. Зато не выдержали его партнеры по команде, заоравшие во все горло в адрес скамейки

¹⁰⁶ Цит. по: *Zirin D.* Op. cit. P. 102–103.

«Филлиз»: «Слушайте, вы, желтопузые трусы! Почему бы вам не пооскорблять кого-то, кто мог бы вам ответить?». Как потом вспоминал менеджер «Бруклина» Бранч Рики: «Чэпмен сделал больше, чем кто-либо, чтобы объединить “Доджерс”»¹⁰⁷.

Джеки Робинсон, в свою очередь, сделал больше других в объединении бейсбольных фанатов вне зависимости от их происхождения и цвета кожи. Болельщики валом шли на игры афроамериканца. По итогам первого сезона он был признан лучшим новичком лиги. Следует отметить, что в тот год эта награда выдавалась в первый раз в истории. К концу 1947 г. Робинсон, согласно национальному опросу, был признан вторым по популярности человеком в США. Он уступил только Бингу Кросби, обогнав президента Гарри Трумэна и героя Второй мировой войны Дуайта Эйзенхауэра¹⁰⁸.

Вслед за Джеки в MLB начали появляться и другие чернокожие игроки: Ларри Доби присоединился к «Кливленд Индианз», а Рой Кампанелла и Дон Ньюкомб – к «Бруклин Доджерс». Бейсбол постепенно становился символом преодоления расовой сегрегации и в очередной раз показал, что именно он является воплощением лучших черт американской нации.

Американский футбол: спорт, массовое увлечение, политика

Наряду с бейсболом в список самых популярных видов спорта в США постепенно пришел американский футбол.

Не нужно подробно объяснять, в чем его разница с «соккером», как именуют в Америке тот другой футбол, который придумали в Англии и который теперь является самым популярным командным спортом в мире. Также бессмысленно настаивать в разговоре с американцем на том, что их «футбол» на самом деле один из вариантов регби. Он может и обидеться.

В американском футболе можно брать мяч в руки, а сам он имеет продолговатую форму, что напоминает регби. Однако, в отличие от него, здесь можно делать пас вперед и захватывать игрока противника за колени. Цель команды в игре состоит в том, чтобы занести мяч в зону противника, т. е. сделать тачдаун. За это начисляется 6 очков. Кроме того, очки начисляются за забитые голы, как в европейском футболе, однако мяч должен попасть в

¹⁰⁷ Ibid. P. 103.

¹⁰⁸ Ibid.

пространство между воротами не под перекладиной, а над ней. Всего игра длится 60 минут, разделенных на четыре равные части. Победителем признается та команда, которая наберет больше очков.

История американского футбола началась в конце 1860-х гг., когда университеты Принстон и Ратгерс сыграли свой первый матч. Вскоре в футбол начали играть студенты других университетов: с 1870-х гг. начинается противостояние Гарварда и Йеля. Футбол был жестоким видом спорта, и зачастую матчи заканчивались печально для молодых игроков. Так, только за 1905 г. во время игр погибли восемнадцать человек. Но это не помешало футболу расширять ряды своих поклонников. Одним из его фанатов был президент США Теодор Рузвельт, которому принадлежат следующие слова: «В жизни, как и в футболе, следует следовать одному принципу: упрямо иди до конца, не нарушай правил и не уклоняйся [от трудностей], гни свою линию»¹⁰⁹.

Долгое время футбол оставался в США любительским спортом, крайне популярным среди студентов. Однако в 1920 г. была создана первая футбольная профессиональная организация. В нее вошло 22 команды. Хотя сезон 1921 г. оказался убыточным, уже на следующий год была основана Национальная футбольная лига (NFL), которая существует и по сей день. В ее первом сезоне приняли участие 18 команд, в том числе «Уранг Индианз», включавшая в свой состав коренных американцев из городка Мэрион, Огайо. Хотя ее выступление нельзя было назвать удачным – из девяти игр было выиграно только три, – появление индейской команды в чемпионате стало хорошим коммерческим шагом, расширившим число зрителей на трибунах¹¹⁰.

В дальнейшем развитие NFL шло по нарастающей. В 1930-е гг. была налажена система драфтов, т. е. выборов командами Национальной футбольной лиги игроков-любителей из колледжей США. Сегодня она позволяет поддерживать относительное равенство возможностей между франшизами, так как дает право слабейшим из них выбирать первыми, что увеличивает шанс получить будущую звезду. Система драфтов оказалась столь успешной, что поныне используется и в других командных видах спорта в Америке, в том числе баскетболе и хоккее.

В это же десятилетие матч NFL был показан по национальному телевидению. Этой чести удостоилась игра между «Бруклин

¹⁰⁹ Цит. по: Ibid. P. 35.

¹¹⁰ Jozsa F.P., Jr. American Sports Empire: How the Leagues Breed Success. Westport, 2003. P. 19.

Доджерс» и «Филадельфией Иглз». В 1940-е гг. трансляции некоторых игр шли более чем на 100 различных радиоканалах по всей стране¹¹¹.

Начиная с 1949 г., когда к Национальной футбольной лиге присоединились «Балтимор Колтс», «Кливленд Браунс» и «Сан-Франциско Форти Найнерс», главная американская профессиональная футбольная ассоциация несколько раз расширялась. Сегодня в нее входят уже 32 команды, разделенные на две конференции – Американскую и Национальную, а последнее расширение произошло в 2002 г., когда к лиге присоединилась команда «Хьюстон Тексанс».

Главное событие сезона NFL – это, конечно, Супербоул: матч, который играется между победителями двух конференций в начале каждого календарного года. Супербоул для американцев – это не просто финальная игра, а культурный феномен. В 2015 г. в среднем его трансляцию смотрели по телевидению рекордные 114,4 млн зрителей, причем в отдельные моменты число людей увеличивалось до 120,8 млн¹¹².

Учитывая такие рейтинги, неудивительно, что Супербоул является самой желанной рекламной площадкой. За каждый тридцатисекундный ролик организаторы получают около 5 млн долл., а каждая реклама снимается специально для этого события, превращаясь в настоящее произведение искусства¹¹³. Этот тренд, как и многие другие, запустил Стив Джобс в 1984 г., когда по его указанию была снята знаменитая реклама “Apple”¹¹⁴.

В настоящее время NFL является коммерчески самой успешной лигой в США. Ее игры посещают в среднем почти 70 тыс. человек. «Даллас Ковбойз» в 2019 г. были признаны “Forbes” самой дорогой спортивной франшизой в мире. Ее стоимость оценивается в 5 млрд долл. Таким образом, «Ковбойз» обошли бейсбольный клуб «Нью-Йорк Янкиз» (4,6 млрд долл.) и «Реал Мадрид» (4,24 млрд долл.). Из 50 самых дорогих команд мира

¹¹¹ Ibid. P. 20.

¹¹² Kissel R. Update: Super Bowl on NBC Draws Record U.S. Television Audience // Variety. 2015. Feb. 2 [Электронный ресурс]. URL: <https://variety.com/2015/tv/ratings/super-bowl-ratings-hit-all-time-high-with-patriots-win-on-nbc-1201421267/> (дата обращения 02.04.2021).

¹¹³ Tadena N. Super Bowl Ad Prices Have Gone Up 75% Over a Decade // The Wall Street Journal. 2015. Jan. 12 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wsj.com/articles/BL-269B-2467> (дата обращения 02.04.2021).

¹¹⁴ The 25 Most Influential Super Bowl Ads of All Time // Time. 2017. Jan. 3 [Электронный ресурс]. URL: <https://time.com/4653281/super-bowl-ads-commercials-most-influential-time/> (дата обращения 02.04.2021).

26 представляют Национальную футбольную лигу¹¹⁵. Это ли не признание?

Однако у каждого успеха всегда есть своя цена. В американском футболе ее составляют страшные травмы, которые не только могут стать причиной окончания карьеры, но и превратить спортсмена в инвалида, а также политизированность данного вида спорта в целом.

Хотя многие популярные виды спорта страдают от излишней идеологизированности, футбол даже на их фоне стоит особняком. Для многих американцев он являет собой не просто национальный спорт, но вместилище государственной идентичности, символ мощи страны и ее исключительности.

Игрок Дейв Меггайси в своей автобиографии «Не из их лиги» писал в 1970 г.:

Я начал размышлять, почему другие страны не играют в эту игру. Я пришел к мысли, что полноценный профессиональный футбол – это больше, чем просто игра. Это форма политической выразительности и политического театра¹¹⁶.

Меггайси, вероятно, стал одним из первых людей, заговорившем об американском футболе как о политическом инструменте. Он не был профессиональным писателем, журналистом или политологом, но в какой-то момент, еще играя за «Сэнт-Луис Кардиналс» в 1960-х гг., задумался над проблемой дегуманизации спорта и его превращения в удобный рычаг для манипулирования общественным мнением.

Тренеры и партнеры по команде могли видеть меня за чтением разных прогрессивных книг и журналов во время перелетов между играми, и иногда они спрашивали, что я такое читаю, но это не вызывало большого беспокойства¹¹⁷.

Однако так не могло продолжаться долго. Меггайси пытался донести до других игроков то, что они сами и их страсть к футболу становятся политическим инструментом. Он критиковал дух экзальтированного патриотизма, царивший на футбольных

¹¹⁵ *Badenhausen K.* The World's 50 Most Valuable Sports Teams 2019 // *Forbes*. 2019. July 22 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2019/07/22/the-worlds-50-most-valuable-sports-teams-2019> (дата обращения 02.04.2021).

¹¹⁶ Цит. по: *Zirin D.* Op. cit. P. 177–178.

¹¹⁷ *Ibid.* P. 177.

матчах, а также пропаганду Войны во Вьетнаме во время Супербоулов в 1960-е гг. Хотя спорт, который был страстью Меггайси и сотен других молодых людей в NFL, предполагал жесткость и даже в некотором смысле насилие, это не означало, что они были готовы поддержать проведение параллелей между битвами на футбольном поле и в тропических лесах Вьетнама.

Гражданский активизм Меггайси не мог остаться незамеченным со стороны менеджеров «Кардиналс». Футбол казался одной из немногих сфер, не затронутых «бурными шестидесятыми». Однако и этот оплот стабильности начал рушиться. В 1968 г. Меггайси был вызван к руководству команды, где ему был поставлен ультиматум: или он прекращает свою политическую деятельность, или его выкидывают не только из «Сэнт-Луиса», но и вообще из лиги. Дейв не поддался на провокацию и заявил о своем намерении рассказать все прессе, если этот шантаж продолжится. По его мнению, профессионализм футболиста не может быть подвергнут сомнению, даже если его политические ценности отличаются от взглядов руководства. И более того, каждый человек, неважно каким делом он занимается, имеет право на выражение своих идеалов и гражданской позиции.

В том же 1968 г. NFL издала указание игрокам держать свои шлемы под левым плечом во время исполнения национального гимна США перед началом каждой из игр в знак уважения к государству. Под конец они должны были отдать салют. Меггайси, протестовавший против продолжения Америкой войны во Вьетнаме, отказался. Когда заиграло «Знамя, усыпанное звездами», он положил шлем на землю и опустил голову, частично повторив позу победителя двухсотметровки на Олимпиаде 1969 г. в Мехико Томми Смита, в которой тот стоял во время церемонии награждения, привлекая внимание к проблеме сегрегации в США.

Белого футболиста обвинили в симпатиях к красным. Меггайси особенно и не скрывал, что ему близки социалистические идеи¹¹⁸. Впрочем, они были не чужды и миллионам других американцев, своими действиями претворившими в жизнь «культурную революцию» 1960-х гг.

Меггайси стал одним из первых примеров политически активного спортсмена-профессионала. Сегодня так ведут себя многие американские спортсмены, которые не без причин полагают, что их известность и успешность не должны быть поводом для сохранения молчаливого согласия с требованиями политической конъюнктуры.

¹¹⁸ Ibid. P. 178–179.

В 2016 г. квотербек «Сан-Франциско Форти Найнерс» Колин Каперник перед товарищеской игрой демонстративно остался сидеть на скамейке запасных, а потом начал вставать на одно колено во время исполнения гимна в знак протеста против расизма. «Я не собираюсь делать вид, будто горжусь флагом страны, в которой ущемляют чернокожих и других цветных. Это важнее, чем футбол», – заявил позднее Каперник. Его поддержали многие другие спортсмены и публичные фигуры, включая баскетболиста Леброна Джеймса, теннисистку Сирену Уильямс, актера Джима Керри и рэпера Эминема. Журнал “Time” включил Каперника в список самых влиятельных людей года.

В то же время тысячи американцев осудили действия квотербека «Сан-Франциско» как непатриотичные и оскорбительные. Ему было предложено «валить в Канаду», если его что-то не устраивает в США. Многие сжигали майки с номером игрока, снимая это на камеру и публикуя на “YouTube”. По истечении срока контракта с «Форти Найнерс» Каперника не подписал ни один клуб NFL. После декабря 2016 г. он не сыграл ни в одном матче и до сих пор не нашел новую команду¹¹⁹.

В данной истории важно не то, кто прав и виноват, а то, что спорт в США часто оказывается площадкой для политических высказываний и гражданского активизма. Если американский футбол является сегодня американской национальной игрой, то от футболистов ожидают не только высочайшего мастерства, но и участия в жизни страны.

В то же самое время большой спорт в Америке – это всегда бизнес. И ни один спортсмен в истории не олицетворял эту неразрывную связь между высокими достижениями и большими деньгами, как Майкл Джордан.

Баскетбол: спорт, развлечение, бизнес

Историю баскетбола в США в принципе следует разделить на период до Джордана и после него. И дело даже не в том, что для всей Земли он олицетворял идеального спортсмена. Джордан стал человеком, который максимально эффективно конвертировал свой спортивный талант в коммерческую выгоду, сделав из своего имени полноценный бренд.

¹¹⁹ Рынкевич С. «Люди воевали за флаг, а ты отказываешься вставать»: Дойти до Супербоула и потерять работу // Sports.ru. 2017. 27 мая [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/firstandgoal/1288888.html> (дата обращения 02.04.2021).

Создатель баскетбола Джеймс Нейсмит, придумывая новый спорт в декабре 1891 г., конечно, и не думал о том, что его детище будет столь коммерчески успешным продуктом. Школьный учитель физкультуры в Международном тренировочном колледже молодежи YMCA («Молодежной христианской ассоциации»), он лишь хотел занять своих студентов на время холодов. Созданная им игра внезапно стала быстро расширять ряды поклонников, и уже 11 марта 1892 г. был сыгран первый публичный матч. На него пришли 200 зрителей, в том числе и сам Нейсмит. Еще через 6 лет родилась и первая профессиональная лига – НБЛ (NBL). В нее входило всего шесть команд, а игроки зарабатывали по 10 долл. за матч¹²⁰.

С течением времени баскетбол становился все более популярным в США. На смену гастролирующим командам и микролигам приходили более организованные франшизы и чемпионаты помасштабней. В 1925 г. была создана Американская баскетбольная лига (ABL), позволившая баскетболу выйти на национальный уровень. В отличие от бейсбола и американского футбола, придуманная Нейсмитом игра долго не могла обзавестись стабильным чемпионатом, объединившим все самые сильные команды страны. В разные десятилетия в США существовало несколько параллельных лиг, которые называли себя «национальными», пока, наконец, в 1949 г. после объединения Баскетбольной ассоциации Америки и Национальной баскетбольной лиги не появилась Национальная баскетбольная ассоциация.

Первые годы существования NBA были не слишком успешными. Между 1950 и 1960 гг. количество команд в ней уменьшилось с 17 до 8, что привело и к снижению общего числа игр (с 562 до 259), и, следовательно, к уменьшению доходов. Игры тоже не отличались большой посещаемостью: в 1960 г. в среднем на каждый матч ходило чуть больше 5 тыс. человек¹²¹.

Популярность баскетбола резко пошла вверх на рубеже 1950–1960-х гг., что объяснялось влиянием нескольких факторов. Во-первых, изменения в правилах, введенные лигой, сделали игру быстрее и зрелищнее. Во-вторых, «Бостон Селтикс» во главе с Рэдом Ауэрбахом между 1957 и 1969 гг. выиграли 11 чемпионств, доминируя над всей лигой и показывая идеальный сплав дисциплины и импровизации. В-третьих, превращению баскетбо-

¹²⁰ *Сприкут Р.* 125 историй об изобретении баскетбола // Sports.ru. 2016. 21 дек. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/basketblogg/1138595.html> (дата обращения 02.04.2021).

¹²¹ *Jozsa F.P., Jr.* Op. cit. P. 13–14.

ла в действительно популярный вид спорта способствовало противостояние Уилта Чемберлена и Билла Рассела, которое стало символом NBA 1960-х гг.

Личное противостояние и в дальнейшем оставалось фирменным знаком американского баскетбола. После относительно «застойных» 1970-х гг. Национальная баскетбольная ассоциация пережила возрождение именно благодаря соперничеству между Ларри Бердом и Мэджиком Джонсоном, начавшемуся еще в их студенческие годы и продолжавшемуся вплоть до 1991 г., когда у последнего обнаружили ВИЧ. Впрочем, даже казавшийся на тот момент смертельным диагноз (позднее, в 2002 г., было объявлено, что Джонсон смог побороть страшное заболевание) не помешал Мэджику присоединиться к «Dream Team», команде из главных звезд NBA, поехавших на Олимпиаду в Барселону.

Центральной фигурой этой легендарной сборной был, несомненно, Майкл Джордан. К 1992 г. стало уже понятно, что в NBA наступила новая эпоха, главным лицом которой стал именно он. Казалось, что у «Его воздушности», как стали называть его в народе, было все: два выигранных чемпионства с «Чикаго Буллз», всеобщее признание как лучшего баскетболиста в истории, десяток рекламных контрактов, дававших в сумме в 6,5 раз больше дохода, чем действующий контракт с клубом. Когда ему в 1991 г. был присужден титул «Спортсмена года» по версии журнала «Sports Illustrated», сопроводительный текст гласил: «Майкл Джордан, виртуозный игрок и непревзойденный шоумен, пленил Америку и теперь собирается покорить мир»¹²².

Быть может, сам того не желая, Джордан стал главным символом эпохи, начавшейся после окончания «холодной войны». Его фигура, одновременно полная силы и изящества, и лицо с неизменно высунутым языком преодолевали любые культурные и языковые барьеры. Мир, вздохнувший с облегчением после завершения блокового противостояния, смотрел на Соединенные Штаты с надеждой на решение всех своих проблем. Америка же, в свою очередь, пришла во все уголки Земли в образе чернокожего баскетболиста в красной майке и кроссовках от «Nike».

Когда «Его воздушность» приехал в Барселону в 1992 г. на Олимпийские игры и японский журналист спросил: «Каково Вам, мистер Джордан, чувствовать себя Богом?», казалось очевидным, что ответом может быть только очередная ослепительная улыбка и обезоруживающая шутка¹²³. На самом деле душа

¹²² LaFeber W. Michael Jordan and the New Global Capitalism. N.Y., London, 1999. P. 79.

¹²³ Ibid. P. 85.

у игрока сборной США и «Чикаго Буллз» уже давно была не на месте.

По свидетельству своих партнеров по команде и друзей, Джордан чувствовал себя словно запертым в клетке софитов. Постоянное внимание со стороны прессы, преследующие толпы фанатов, обвинения в эгоизме, граничащим с помешательством, и пресс-спортивного давления – все это создавало невидимую стену между игроком и миром. Спасением становились те 48 минут баскетбольного матча, когда можно было просто раствориться в игре. Он признавался в 1991 г.: «Сейчас я с нетерпением жду возможности играть, больше, чем когда-либо. Баскетбол – это мое спасение, мое убежище, а все остальное полно суеты и сложностей»¹²⁴.

Одним из вызовов, с которым «Его воздушству» пришлось столкнуться, был его собственный аполитичный образ. В отличие от многих других чернокожих игроков NBA, Джордан не был выходцем из низших классов. Трудности афроамериканцев в США второй половины XX в. были ему практически неизвестны. Он никогда не высказывал публично свои политические взгляды, чем вызывал подозрения в симпатиях к республиканской партии, более консервативной и, как казалось, отстаивавшей интересы белого населения.

Культ Джордана распространялся на все товары, которые он рекламировал и, в особенности, на его именные кроссовки – “Air Jordan”. Люди были готовы на очень многое, чтобы заполучить их, включая убийство. В 1989 г. в штате Мериленд пятнадцатилетний Майкл Юджин Томас был найден задушенным в лесу. Его убийца, который был старше жертвы всего на два года, забрал себе кроссовки с фирменным знаком Джордана на них. В Хьюстоне шестнадцатилетний Джонни Бейтс был застрелен ровесником за отказ отдать свои “Air Jordan”. На баскетболиста обрушился шквал критики. Его обвиняли в черствости, аморальности и равнодушии к проблемам чернокожих американцев в США. Дорогие кроссовки провоцировали преступления. Сам Джордан, казалось, был сконфужен сложившейся ситуацией. Он давал невнятные комментарии, которые только разжигали критику и заставляли баскетболиста все более погружаться в мир своих внутренних демонов¹²⁵.

Все закончилось 23 июля 1993 г. Отец Майкла, Джеймс Джордан, был убит за рулем собственного автомобиля. Для «Его

¹²⁴ Ibid. P. 88.

¹²⁵ Ibid. P. 90–91.

воздушества» это стало знаком для завершения карьеры баскетболиста, о чем он сообщил 6 октября на пресс-конференции. В память об отце он решил заняться бейсболом.

Тот год, что Джордан выходил с битой в руках за фарм-клуб «Чикаго Уайт Сокс», показал очень многое. Оказалось, что он не Бог и не может отбивать мячи так же эффективно, как забрасывать их в кольцо. Выяснилось, что ранее безжалостно требовавший максимального результата Джордан – это всего лишь чрезвычайно одаренный чернокожий мужчина, от которого публика хотела слишком многого, хотя необходимо было лишь одно – играть в баскетбол. Но также стало понятно, что он слишком обаятельный и привлекательный, чтобы просто так покинуть мир медиа. И «Его воздушество» вернулся.

Возвращение легенды «Буллз» не было идеальным. В конце сезона 1994–1995 гг. «Чикаго» проиграла «Орландо Мэджик» и вылетела из плей-офф: сразу же пошли разговоры о том, что Майкл «уже не тот». Однако затем успехи пошли по нарастающей как на баскетбольной площадке, так и вне ее. Три следующих сезона неизменно заканчивались победами «Буллз» в NBA, что только утвердило Джордана в статусе не только лучшего баскетболиста в истории, но и своеобразной мировой иконы 1990-х гг.

В 1996 г. на киноэкраны вышел фильм «Космический джем», в котором «Его воздушество» в компании Багза Банни и других мультяшных персонажей из “Looney Tunes” на паркете противостояли инопланетным захватчикам, похитившим таланты звезд NBA. Хотя картина получила смешанные отзывы, она в три раза окупила свой бюджет и обрела культовый статус.

В том же году Джордан заключил новый контракт с «Буллз» на два года, по которому он должен был получить больше 63 млн долл. Второй самый высокооплачиваемый игрок NBA в 1996 г. получал «лишь» 14,8 млн.

Плюс к этому следует прибавить доходы от рекламных контрактов, главный из которых – с “Nike” – навеки закрепил за Майклом право на доходы от “Air Jordan”, выделенного в отдельный суб-бренд. Сегодня Майкл Джордан является владельцем состояния в 1,7 млрд долл., что делает его самым богатым спортсменом в современной истории¹²⁶.

¹²⁶ Свиридов К. Майкл Джордан – самый богатый спортсмен всех времен. Все благодаря Jordan Brand // Sports.ru. 2019. 28 января [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/sviridov/2308088.html> (дата обращения 02.04.2021).

НБА же, в свою очередь, после толчка, который дал ей Джордан в 1990-е гг., продолжает стабильный рост. По итогам сезона 2018–2019 гг. общий доход лиги составил 8 млрд долл. Многие эксперты сегодня предсказывают сценарий, по которому баскетбол опередит американский футбол в качестве спорта № 1 в США, как в свое время тот опередил бейсбол.

Любительский спорт в образовательной среде

Несмотря на то что спорт и бизнес в Америке взаимно дополняют друг друга, все же есть одна сфера, где деньги не играют главную роль. Это студенческий спорт.

Можно заметить, что и футбол, и баскетбол в США зародились именно в образовательных учреждениях. Лишь годы спустя эти игры стали профессиональными. Однако до сих пор многие спортивные мероприятия на уровне школ и колледжей привлекают внимание миллионов американцев. Самые главные из них проводятся под эгидой Национальной ассоциации студенческого спорта (National Collegiate Athletic Association – NCAA).

NCAA была образована в начале XX в. для борьбы со злоупотреблениями в отношении спортсменов-студентов и организации спортивных мероприятий. Впоследствии ассоциация стала инициатором проведения национальных турниров по нескольким командным видам спорта, а также выработала правила, где были урегулированы размеры их стипендий и финансовой помощи¹²⁷.

Во многом благодаря NCAA студенческий спорт в США обрел организованные формы. Сегодня в ассоциацию входят 1268 учебных заведений по всей стране, а число студентов, занятых в мероприятиях, доходит до полумиллиона. Главные спортивные события года, такие как «Мартовское безумие» (финальный раунд плей-офф баскетбольного турнира), собирают миллионы людей перед экранами телевизоров. В чем же причина популярности любительского спорта?

Во-первых, многим людям профессиональный спорт кажется бездушным и погрязшим в деньгах. В отличие от него, атлеты-любители соревнуются не за деньги или рекламные контракты, а за идею.

¹²⁷ Jozsa F.P., Jr. College Sports Inc.: How Commercialism Influences Intercollegiate Athletics. N.Y., 2013. P. 14.

Во-вторых, почти все командные виды спорта в США не имеют систем дивизионов. Например, в России занявшие последние места команды в футбольной премьер-лиге вылетают в дивизион рангом ниже. Победившие же во втором по рангу турнире автоматически получают повышение. Роль вторых дивизионов, соответственно, в Америке играют студенческие турниры.

В-третьих, любительский спорт в образовательных учреждениях США имеет очень глубокую историю. Противостояние между командами своими корнями уходит в начало XX в. или даже XIX в. Это определяет высокий уровень лояльности в отношении студенческих команд. В мире, где мало постоянного и где тренды сменяют друг друга буквально каждый месяц, неизменная поддержка местного колледжа на спортивных мероприятиях становится важным фактором локальной идентичности. Люди, которые учились в определенном колледже, становятся фанатами его спортивных команд и продолжают их поддерживать даже после окончания учебного заведения.

Не стоит, однако, идеализировать мир любительского спорта в Америке. Он тоже сталкивается с вызовами. В некоторых видах спорта, таких как футбол или баскетбол, граница между любительским и профессиональным уровнями очень и очень прозрачна. До сих пор не вполне понятно, какой статус имеют студенты-спортсмены: с одной стороны, им запрещено иметь рекламные контракты и зарплату, но с другой – они тренируются так же усердно, как и профессионалы, и приносят большие доходы как для NCAA, так и для своих учебных учреждений. Они не получают никаких процентов с этих денег, работая фактически бесплатно. Возможно, в будущем эта ситуация изменится: уже сейчас идут разговоры о том, что спортсмены-студенты должны получать зарплату¹²⁸.

Тем не менее для многих молодых людей занятие спортом в колледжах – это единственный шанс вырваться из неблагополучного окружения. Стипендии, финансовая помощь и, главное, возможность показать себя в конкурентной среде становятся залогом продолжения карьеры уже на профессиональном уровне или, как минимум, подъема по социальной лестнице. Поэтому можно справедливо сказать, что студенческий спорт выполняет и важную социальную миссию.

¹²⁸ Ibid. P. 21–25.

Заключение

США – страна, которая любит героев и обожает истории о преодолении себя и внешних обстоятельств. В этом смысле спорт является источником бесконечного количества примеров, иллюстрирующих эту национальную черту. Неудивительно, что он участвует в формировании современной коллективной идентичности американцев.

Так что же такое спорт в США сегодня? Это одновременно и досуг, и бизнес, и политика. Современный американский спортсмен начинает свою карьеру еще в школе, продолжает в колледже и, если он того достоин, становится профессионалом. Однако ему следует заботиться не только о собственной физической форме и результатах.

Спортсмен – это публичная личность. Известность предполагает более активное участие в социальной жизни страны и гражданский активизм. Профессиональные атлеты в эпоху масс-медиа должны быть ролевыми моделями для подрастающего поколения, потому их высказывания на политические темы имеют серьезный вес.

Кроме того, спортсмены являются и бизнесменами. Учитывая, что доступ к спортивным мероприятиям сегодня существует 24 часа в сутки 7 дней в неделю, каждое появление звезд спорта на экране потенциально является рекламой какого-то продукта. Это выгодно и брендам, и самим атлетам: кто знает, как повернется жизнь, когда закончится спортивная карьера?

Возможно, именно поэтому карьера спортсмена высоких достижений в США сегодня является одной из самых сложных и самых желанных. Такие люди, как Джеки Робинсон и Майкл Джордан, выступают живыми воплощениями реализованной «американской мечты».

Для дальнейшего изучения

Рыжкович С. «Люди воевали за флаг, а ты отказываешься вставать»: Дойти до Супербоула и потерять работу // Sports.ru. 2017. 27 мая [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/firstandgoal/1288888.html> (дата обращения 02.04.2021).

Свиридов К. Майкл Джордан – самый богатый спортсмен всех времен: Все благодаря Jordan Brand // Sports.ru. 2019. 28 янв. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/sviridov/2308088.html> (дата обращения 02.04.2021).

- Сприкут Р.* 125 историй об изобретении баскетбола // Sports.ru. 2016. 21 дек. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/basketblog/1138595.html> (дата обращения 02.04.2021).
- Badenhausen К.* The World's 50 Most Valuable Sports Teams 2019 // Forbes. 2019. July 22 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2019/07/22/the-worlds-50-most-valuable-sports-teams-2019> (дата обращения 02.04.2021).
- Clotfelter Ch.T.* Big-Time Sports In American Universities. Cambridge, 2011.
- Farmer S.* 1968: Long before Colin Kaepernick, David Meggyesy Began NFL National Anthem Protest // LA Times. 2018. July 18 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.latimes.com/sports/nfl/la-sp-1968-nfl-anthem-protest-20180717-story.html> (дата обращения 02.04.2021).
- Gorn E.J., Goldstein W.* A Brief History of American Sports. Chicago, 2004.
- Grundy P., Rader B.G.* American Sports: from the Folk Games to the Age of Televised Sports. 7th ed. London; N.Y., 2015.
- Jozsa F.P., Jr.* American Sports Empire: How the Leagues Breed Success. Westport, 2003.
- Jozsa F.P., Jr.* College Sports Inc.: How Commercialism Influences Inter-collegiate Athletics. N.Y., 2013.
- Kissel R.* Update: Super Bowl on NBC Draws Record U.S. Television Audience // Variety. 2015. Feb 2 [Электронный ресурс]. URL: <https://variety.com/2015/tv/ratings/super-bowl-ratings-hit-all-time-high-with-patriots-win-on-nbc-1201421267/> (дата обращения 02.04.2021).
- LaFeber W.* Michael Jordan and the New Global Capitalism. N.Y.; London, 1999.
- LeBron James' 'Decision' generated \$6 million in ad revenue // Cleveland.com. 2010. Jul 12 [Электронный ресурс]. URL: https://www.cleveland.com/ohio-sports-blog/2010/07/lebron_james_decision_generate.html (дата обращения 02.04.2021).
- LeBron James' 'The Decision' (7/8/2010) | ESPN Archives [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Afpgnb_9bA4 (дата обращения 02.04.2021).
- Nearly 10 Million U.S. Viewers Watch LeBron's 'Decision' // Nielsen Wire. 2010. July 12 [Электронный ресурс]. URL: https://www.webcitation.org/68lkAfk1?url=http://blog.nielsen.com/nielsenwire/media_entertainment/nearly-10-million-u-s-viewers-watch-lebrons-decision/ (дата обращения 02.04.2021).
- Simmons B.* The Book of Basketball: The NBA According to the Sports Guy. ESPN, 2010.
- Tadena N.* Super Bowl Ad Prices Have Gone Up 75% Over a Decade // The Wall Street Journal. 2015. Jan. 12 [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.wsj.com/articles/BL-269B-2467> (дата обращения 02.04.2021).

The 25 Most Influential Super Bowl Ads of All Time // Time. 2017. Jan. 3 [Электронный ресурс]. URL: <https://time.com/4653281/super-bowl-ads-commercials-most-influential-time/> (дата обращения 02.04.2021).

Zirin D. A People's History of Sport in the United States: from Bull-baiting to Barry Bonds – 250 Years of Politics, Protest, the People and Play. N.Y., 2008.

Электронные ресурсы

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Big-Time Sports in American Universities [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cxdUHoE2VE0> (дата обращения 01.04.2021).

Evolution of Every NFL Team's Every Stadium / NFL Explained [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sWSO4BxJkVk> (дата обращения 01.04.2021).

The History of Baseball [Электронный ресурс]. URL: https://youtu.be/c7_V6evnha8 (дата обращения 01.04.2021).

How It Was Named / NBA Teams [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ХЕКНМJsYcDs> (дата обращения 01.04.2021).

How MLB is Organized / Baseball Explained [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3RaArSyRwGc> (дата обращения 01.04.2021).

The Strange and Clustered Timeline of NBA Franchises [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GTEN9ID4S58> (дата обращения 01.04.2021).

Top 10 Best College Athletic Programs in the USA [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5fxDT9865zo> (дата обращения 01.04.2021).

Top 15 NBA Career Point Leaders (1946–2020) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EleYY90BW1E> (дата обращения 01.04.2021).

Тема 9. Фрики и гики: молодежная субкультура в Америке

Введение

В 2000 г. на телеэкранах США стартовал сериал «Фрики и гики». Его действие происходило в 1980 г. в типичной старшей школе небольшого городка, расположенного близ Детройта. Героями сериала были обыкновенные подростки: они ходили на любимые уроки, прогуливали неинтересные классы, дружили и ссорились, влюблялись и искали себя в мире. Сериал не стал успешным: хотя отсняли 18 серий, по телевидению сначала показали только 12 из них, а затем шоу закрыли.

Тем не менее что-то такое во «Фриках и гиках» было, что затем сделало их культовыми, а также положило начало большой и успешной карьере многих людей, участвовавших в их создании. Джеймс Франко, Сет Роген, Джейсон Сигел и некоторые актеры построили успешные голливудские карьеры. В свою очередь, создатели сериала Пол Фиг и Джадд Апатоу стали известными режиссерами.

Секрет «Фриков и гиков» заключался в том, что они очень реалистично показали американские молодежные субкультуры. Школа в США – это место максимальной концентрации разных маленьких сообществ, групп по интересам. Реальные фрики и гики – это двоечники и ботаны, члены спортивных команд и научных кружков, панки и рэперы, «крутые» ребята и вечные аутсайдеры. В определенном смысле американская школа представляет собой маленькую версию всей страны, ведь современные Соединенные Штаты – это мозаика субкультур.

Некоторые исследователи считают, что субкультура – это отклонение от «нормальной» культуры. Их члены по разным причинам чувствуют свою инаковость и, собираясь в группы, формируют коллективное чувство идентичности, основанное на общности ценностей и интересов. При том, однако, что члены многих субкультур подчеркивают свое неприятие «нормальности», они формируют собственные нормы, проявляющиеся в одежде, языке, поведении, практиках.

Некоторые субкультуры появляются из-за особенного отношения к работе и труду, рассматривая гедонистический образ жизни как новую «норму». Другие формируются на основе общности классового или социального происхождения. Третьи – на базе осознания принадлежности к одной территории, месту. Четвертые строят коллективную идентичность, противопоставляя свой стиль и внешний вид общепринятым в обществе стандартам¹²⁹. Продолжать можно довольно долго. Так или иначе, перед этим текстом не стоит задачи перечислить все признаки субкультуры и дать их конкретные примеры.

Мы лишь попытаемся охарактеризовать некоторые из них: флэпперов, хиппи, готов, представителей хип-хоп культуры и уличные банды Лос-Анджелеса. Причина, по которой были выбраны именно эти субкультуры, довольно проста: в разные времена они не только стали яркими явлениями в культуре и истории США, но и оказали большое влияние на остальной мир. Кроме того, все они очень разные, как с точки зрения внешнего вида их участников, так и внутреннего духа, что наглядно демонстрирует всю сложность и пестроту сегодняшней массовой культуры Америки.

Флэпперы и женская эмансипация

Сегодня сложно сказать, откуда появился термин «флэппер», обозначающий субкультуру модно одетых и дерзких молодых женщин 1920-х гг. По одной из версий, он происходит от прозвища девочек-подростков. По другой – от того, что их волосы, собранные в хвост, шлепали по спине. Слово *slap* в английском как раз означает «хлопать», «шлепать». По третьей – так вообще называли малолетних проституток и девушек легкого поведения.

Представительницы субкультуры флэпперов, в отличие от дам старшего поколения, действительно вели себя крайне вызывающе. Они, не стесняясь, курили и пили алкоголь, танцевали и завивали волосы, экстравагантно одевались в короткие платья и юбки, открывая взору окружающих голени и колени, а также ходили в джаз-холлы и ночные клубы с сомнительной репутацией.

¹²⁹ Gelder K. Subcultures: Cultural Histories and Social Practice. N.Y., 2007. P. 2–4; Кудряшев М. Субкультура: Зачем она была нужна и что будет после нее? // Syg.ma. 2016. 28 июля [Электронный ресурс]. URL: <https://syg.ma/@lemonie/subkultura-zachem-ona-byla-nuzhna-i-chtobudiet-poslie-nieio> (дата обращения 05.04.2021).

цией и оставались наедине с мужчинами, за которых потом не выходили замуж.

Как и другие субкультуры, позднее флэпперы даже разработали собственный слэнг, который служил одновременно знаком их «современности» и способом определить «своих». Если, например, встретившаяся вам дерзкая девчонка в коротком платье говорила, что она собирается «кое-куда зайти» (“see a man about a dog”), то речь шла о ее намерении пойти выпить виски, который был запрещен во времена сухого закона. Если она говорила что-то насчет «гулянок-шалостей» (barney-mugging), то, вероятно, это был намек на возможность переспать с ней.

Совершенно неудивительно, что столь фривольный стиль общения и внешний вид флэпперов становился причиной конфликтов между ними и старшим поколением. Женщины постарше, всегда носившие длинные юбки и застегнутые на все пуговицы, боровшиеся десятилетием ранее за сухой закон, не могли понять, что они сделали не так при воспитании своих дочерей. Что же изменилось? Что привело к такому серьезному разрыву между поколениями?

Первой причиной была, конечно, Первая мировая война. Хотя США участвовали в ней всего два года, радость от подписания мирного договора вселяла оптимизм и надежду на будущее. Первая мировая должна была стать войной, которая навсегда покончит с вооруженными конфликтами, потому остаток XX в. казался безоблачным.

Во время Первой мировой войны многие девушки заменили мужчин на тех работах, которые ранее считались для них недоступными. Это делало их более независимыми как в финансовом плане, так и в плане взглядов на жизнь. Также это поспособствовало принятию в 1920 г. 19-й поправки к Конституции США, по которой женщины получили право политического голоса. На первых же президентских выборах в том же 1920 г. приняли участие примерно треть от всего числа американок, имевших право голосовать, что символизировало их увеличивающийся интерес к государственным делам.

Еще одной причиной неожиданной эмансипации женщин и появления флэпперов стала урбанизация. Если на рубеже XIX и XX в. большая часть американцев жила в сельской местности или маленьких городках, то в 1920 г. перепись впервые в истории страны показала численное преимущество жителей мегаполисов над провинциалами. Это имело далекоидущие последствия. Когда человек уезжал из села в город, это меняло не только место его работы, но и образ жизни. В городах можно было ходить в кино,

театры, ночные клубы, на спортивные мероприятия и так далее. В городской среде более либерально относились к курению, выпивке, флирту, танцам, мимолетным связям. Все это способствовало возникновению новых субкультур.

Однако все вышеперечисленное оставалось бы недоступным для горожан, если бы у них не было двух вещей: свободных денег и времени для досуга. Начало XX в. ознаменовало появление массового производства, что означало удешевление многих товаров, а это в свою очередь вело к формированию культуры массового потребления. Например, красивые и качественные платья в стандартных размерах стало возможно купить по каталогу, а не шить на заказ. Освободившиеся деньги можно было потратить на приятное проведение вечера.

В 1920-е гг. рабочие часы в среднем по стране сократились с 60 до 48 в неделю, что означало появление больших возможностей для досуга. Его можно было провести как в городе, так и на природе, чему способствовало распространение автомобилей. Если в 1919 г. в Америке было всего 6,8 млн машин, то спустя 10 лет их число увеличилось до 23 млн. «Ford-T» и другие недорогие серийные автомобили сокращали время на дорогу до близлежащего озера или загородного клуба, давали возможность скрыться от глаз родителей и соседей, а также невольно стали причиной того, что города стали значительно чище: отпала необходимость убирать отходы за лошадьми. Последний момент, в свою очередь, лишь подчеркнул все увеличивающееся различие между городами и селами: они и раньше выглядели по-разному, а теперь по-разному и пахли.

Субкультура флэпперов оказала значительное влияние и на США, и на мир в целом. Именно благодаря им вошла в моду Коко Шанель и стали известны имена таких писателей, как Фрэнсис Скотт Фицджеральд и Анита Лус. Также следует отметить, что именно флэпперы сделали популярным образ художавой женщины-пацанки. Позднее он будет воспринят поколением 1960-х, воплотившись в лице его главной супермодели – Твигги.

«Эра флэпперов» закончилась в 1929 г. с началом Великой депрессии в США¹³⁰. Сложная экономическая ситуация в стране, недостаток рабочих мест и падение доходов привели к переоценке приоритетов, и люди были вынуждены потуже затянуть пояса. Хотя отношение в обществе к работающим женщинам в следующие два десятилетия было в целом отрицательным, так

¹³⁰ Подробнее о флэпперах см.: *Sagert K.B. Flappers: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2009.*

как считалось, что они забирают рабочие места у мужчин, это не становилось причиной уменьшения их трудовой занятости. Даже выход замуж не означал немедленной необходимости прекращать карьеру. К моменту окончания Второй мировой войны в США уже 36,1% от всей рабочей силы страны была представлена женщинами. Хотя в значительной степени такой высокий процент был вызван мобилизацией мужского населения, тем не менее он отражает общий рост женской занятости и не может быть объяснен только нехваткой рабочих рук.

Великая депрессия также не означала прекращение процесса эмансипации женщин. 19-я поправка к Конституции дала им политические права, но не обеспечила равенство с мужчинами. Женщины в целом имели меньше доступа к рабочим местам, а также получали меньше. Эта ситуация де-юре изменилась в 1963–1964 гг., когда были приняты закон о равной оплате труда и закон о гражданских правах. Но даже эти важные государственные акты не изменили де-факто сохранявшееся неравенство между мужчинами и женщинами на повседневном уровне.

Кроме того, окончание эпохи «ревущих двадцатых» стало также концом либеральной и фривольной городской субкультуры. В период 1930–1950-х гг. американское общество становится более консервативным и сдержанным, что можно понять, учитывая масштаб вызовов времени, включавших в себя Великую депрессию, Вторую мировую войну и начавшееся противостояние с Советским Союзом. Однако так не могло продолжаться долго. Демографический взрыв и политические сдвиги начала 1960-х гг. привели к тому, что США захлестнула новая волна контркультурных движений, самым влиятельным из которых оказались хиппи.

Хиппи: идеалисты и гедонисты

Хиппи возникли из недр «бит-поколения» 1950-х гг. – молодых интеллектуалов, порвавших с массовой культурой как в плане поведения, так и внешнего вида. «Битники», как их также называли, слушали джаз и политически заряженный фолк, увлекались левыми идеями, критикуя либеральные ценности, пропагандировали свободные отношения и придерживались пацифистских взглядов. Многие из этих черт впоследствии унаследуют и хиппи.

Отношение самих битников к своим наследникам было довольно сложным: первые считали, что последние извратили их идеалы. Будущие хиппи находились под большим влиянием авторов «бит-поколения» – писателя Джека Керуака и в особенно-

сти поэта Аллена Гинзберга. Как говорил позднее в этой связи их соратник по перу Уильям Берроуз: «Гинзберг открыл миллионы кофе-баров и продал миллион пар джинсов “Levi’s” представителям обоих полов. Вудсток родился на его страницах».

Кто же такие хиппи? В первую очередь следует выделить ряд ценностей, которые они разделяли. Ядром философии хиппи можно считать максиму: «Пока тебе хорошо, продолжай делать то, что ты делаешь, если это не мешает кому-то». Она состоит из двух частей. Во-первых, хиппи считали, что главной целью жизни является получение удовольствия, а не достижение денежных или социальных благ. Во-вторых, они разделяли идею об идеальном обществе, которое не было бы под контролем каких-либо властных структур и общественно разделяемых стандартов поведения. Другими словами, хиппи были либералами от гедонизма.

Чтобы по достоинству оценить эти взгляды, следует более внимательно изучить исторический контекст, в котором образовалась субкультура хиппи. Вследствие сочетания ряда социальных и культурных факторов в 1940–1950-х гг. в США преобладала культура так называемого «консенсуса». Он, конечно, был консервативным, исповедовал «истинные» американские ценности и противопоставлял Соединенные Штаты Советскому Союзу.

В значительной степени на складывание субкультуры хиппи повлияла Война во Вьетнаме. Молодые люди, протестуя против бессмысленного, как им казалось, военного конфликта, пропагандировали идеи пацифизма и были частыми участниками антивоенных демонстраций, где появлялись во всей красе: в разноцветных мешкообразных одеждах и цветами, вставленными в волосы. “Make love, not war”, – таким был главный посыл хиппи.

Молодое поколение американцев 1960-х гг., которое не помнило тягот Великой депрессии и Второй мировой войны, противопоставляло себя старшему поколению и разделяло более идеалистические взгляды на мир. Оно находило общество «консенсуса» США глубоко коррумпированным, слащавым и недееспособным. Как и битники, хиппи волновали социальное неравенство в стране, гендерная и расовая дискриминация, политическое лицемерие. Однако, в отличие от других контркультур 1960-х гг., хиппи не пытались реально как-то изменить политическую обстановку в стране, уповая в этом смысле на общественный поворот к достижению индивидуального удовольствия и счастья, который позволит сделать США лучше.

С точки зрения этой философии выглядит логичным, что лидеры движения хиппи, такие как Кен Кизи и Тимоти Лири, в своих выступлениях и работах делали акцент на обеспечении

личных прав и свобод людей. Они полагали, что сумма индивидуальных порывов к достижению счастья может привести к созданию идеального общества.

Хиппи пытались реализовать свои идеи на практике, объединяясь в коммуны, куда съезжались десятки и сотни мужчин, женщин и детей. В них хиппи на практике реализовали принцип свободной любви, предавались коллективным медитациям, нередко принимая галлюциногенные вещества, и занимались творчеством. В целом хиппи поддерживали любые духовные и интеллектуальные практики, которые помогали человеку чувствовать себя лучше. Это могла быть восточная философия, наркотики, секс, музыка – одним словом, все, что способствовало получению положительных «вибраций».

Именно такими хиппи, «дети цветов», и остались в коллективной памяти современного человека. Одетые в непонятные яркие лохмотья, они привлекали художников, фотографов и кинорежиссеров. Являясь важным культурным символом, хиппи навсегда будут ассоциироваться с культурой 1960-х. Влияние этой субкультуры можно увидеть, например, в таких культовых фильмах эпохи, как «Трип» (1967), «Беспечный ездки» (1969) и «Забриски поинт» (1970).

Если говорить о музыке, то здесь хиппи оставили реальный след, и их влияние сложно переоценить. Однако следует быть аккуратными: не все музыканты, которые в своем творчестве выражали протест, были солидарны с хиппи или связаны с ними. Так, например, Боб Дилан, несмотря на созвучность взглядов с «детьми цветов», никогда не считал себя частью этой субкультуры. Таким образом, следует особо выделить список «хипповых» исполнителей и групп. К ним обычно относят Джанис Джоплин, “The Grateful Dead”, “The Jefferson Airplane”, “The Velvet Underground”, а также, конечно, “The Doors”. Главными музыкальными событиями хиппи считаются «лето любви» 1967 г. и фестиваль в Вудстоке 1969 г. Именно последний и стал апофеозом субкультуры хиппи.

Уже в 1970 г. умирают Д. Джоплин и Дж. Хендрикс, на следующий год скончается лидер “The Doors” Дж. Моррисон. Все они злоупотребляли наркотиками. Смерть таких звезд символизировала трансформацию практик хиппи. Движение все больше начинает ассоциироваться с курением марихуаны, использованием кислоты, а также употреблением тяжелых наркотических веществ. К середине 1970-х гг. оно оказалось в состоянии кризиса¹³¹.

¹³¹ Подробнее о хиппи см.: *Issitt M.L. Hippies: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2009.*

Тем не менее нельзя сказать, что это движение «умерло», став лишь яркой вспышкой в культуре США третьей четверти XX в. Многие проблемы, которые оно поднимало, до сих пор остаются актуальными. Пацифизм и ненасильственный протест сохраняются в повестке дня современных западных сообществ. Йога и медитации, которые практиковались хиппи, ушли в массовую культуру, и теперь ими занимаются миллионы американцев. Буддизм, привлекавший молодых людей 1960-х гг., повлиял на литературу по психологии и самопомощи.

В свою очередь, музыка хиппи, давшая в 1960-е гг. толчок психоделическому и прогрессивному року, оказала влияние на появление другой влиятельной американской субкультуры – готов.

Готы: грустные романтики

Группы “The Doors” и “The Velvet Underground” привнесли в рок-музыку США 1970-х гг. темные и мрачные тона. Их песни исследовали обратную сторону человеческой природы: зависимость от наркотиков, психические заболевания, тягу к насилию.

В этот же момент в Великобритании зародился жанр, который будет назван глэм-роком: музыканты, в первую очередь Дэвид Боуи, пытались найти новые способы выражения своих эмоций, создавая аудиовизуальные перформансы. Они считали, что их личные внешние образы также должны нести определенные смыслы. Время раннего рока, где исполнители были одеты просто в брюки и пиджаки, уходило. На его смену пришли рок-н-рольщики, будто соревнующиеся между собой в степени экстравагантности наряда.

Кроме того, начало 1970-х гг. ознаменовало появление панк-музыки, в своей лирике будто оттолкнувшейся от движения хиппи. Панки, такие как “The Ramones” в США и “Sex Pistols” в Великобритании, критиковали массовую культуру, общепринятые нормы, бунтовали против навязанной западному обществу системы ценностей. В отличие от хиппи, протест панков был намного более агрессивным и политически заряженным.

Эти три фактора в совокупности и дали рождение готической субкультуре. Ее три составные части – пессимизм, музыкально-визуальный перформатизм и социальный нонконформизм – нашли выход во второй половине 1970-х гг. в пост-панке, жанре рок-музыки, отличавшейся более мрачным, темным звучанием, чем обычный панк. Именно внутри пост-панка и появились все влиятельные истинно готические исполнители.

Несложно заметить, что каждая субкультура имеет в некотором роде «ядро», которое определяет ее идентификацию. Что же отличало готов рубежа 1970–1980-х гг.?

Во-первых, единство визуального и музыкального стиля. Готические исполнители, такие как “Siouxsie and the Banshees”, “Joy Division”, “Bauhaus” или “The Cure”, не только развивали пессимистические темы в своих песнях, но и сами выглядели мрачно. Их фанаты не отставали, пытаясь одеваться в черное. Спрос рождает предложение. И в 1980-х гг. в Великобритании и США появляются даже специальные бренды, выпускающие «готическую» одежду и аксессуары, распространяемые через особые магазины, вроде “Hot Topic”.

Во-вторых, выбор лирических тем в музыке. Герои песен готических исполнителей остро переживают чувство одиночества, оторванности от мира, который не понимает их. В отличие от панк-музыки, которая предлагала более агрессивный подход к выражению протеста, готы выбрали путь меланхолической мелодичности.

В-третьих, аполитичность. Хотя готическая субкультура в целом может характеризоваться как нонконформистская, однако нельзя сказать, что готы активно участвовали в политическом и гражданском акционизме. Причина этого лежит в общей ориентированности на пассивное внутреннее переживание дискомфорта, вызванного пребыванием в обществе массовой культуры, нежели на активное изменение последнего. Однако также это было вызвано общим неверием в возможность каких-либо изменений вообще. Не следует забывать о том социально-историческом контексте, в котором рождалась готическая субкультура. 1970-е гг. для США были временем полномасштабного экономического и политического кризиса, который усугублялся «холодной войной», «вьетнамским синдромом» и растущей безработицей.

Хотя готическая субкультура своими корнями уходит в Великобританию, вскоре она стала невероятно популярна в США. Еще на заре становления готического пост-панка в 1970-х гг. в Калифорнии появляются свои поклонники этого жанра и образуются такие музыкальные коллективы, как “Christian Death” и “45 Grave”, которые отличались более жестким, по сравнению с британским, звучанием и привнесли в готический рок темы ужаса и страха.

Расцвет готической субкультуры в Америке, однако, пришелся уже на 1990-е гг. и связан с появлением «индустриальной» музыки, эксплуатировавшей грубое звучание, провокативность,

чувство пессимизма в отношении современного общества и экспериментировавшей с соединением тяжелого рока и электроники. Хотя индастриал в лице таких исполнителей, как, например, “Marilyn Manson” и “Nine Inch Nails”, и не может в полной мере считаться жанром готической музыки, он многое заимствовал из нее, адаптировал под реалии конца XX в. и нашел признание среди «настоящих» готов.

Готическая субкультура интегрировалась в кинематограф, что совершенно неудивительно, учитывая ее стремление к визуальному перформатизму. В значительной степени готическая эстетика повлияла на режиссера Тима Бертона, снявшего фильм «Эдвард Руки-ножницы» в 1990 г. На волне его успеха за последующие годы были также созданы такие картины, как «Дракула» (1992 г.) Фрэнсиса Ф. Копполы и «Интервью с вампиром» (1994 г.) Нила Джордана.

С появлением интернета готическое сообщество шагнуло в виртуальную реальность.

1 ноября 1991 г. в США был запущен сайт “alt.gothic”, первым опубликованным материалом которого стала хартия онлайн-сообщества готов. В ней особо указывалось, что цель создания интернет-страницы – это обсуждение разных «мрачных» и «скорбных» тем. Уже через два дня на сайте стали появляться сообщения с вопросами о том, можно ли считать те или иные музыкальные группы, фильмы, книги «готическими».

“Alt.gothic” быстро стал очень популярным, превратившись в площадку для онлайн-сообщества готов США. Сами себя они называли нет-готами (net.goths). Хотя изначально этот термин относился только к тем, кто был посетителем и активным пользователем “Alt.gothic”, вскоре им стали называть всех готов сети Интернет.

Сегодня, на рубеже второго и третьего десятилетия XXI в., готы все еще существуют. В большинстве своем они, конечно, уже не выглядят как в 1970–1980-е гг. Мода и новые веяния берут свое. Однако пока подростки в Америке и по всему миру в пубертатный период будут чувствовать непонимание со стороны сверстников и старших, покуда они будут ощущать свою оторванность от мира, сохранится и готическая субкультура¹³².

¹³² Подробнее о готах см.: *Issitt M.L. Goths: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2011.*

Четыре элемента хип-хопа

Почти одновременно с появлением готической субкультуры в США начал свое становление и хип-хоп. Традиционно считается, что его родиной были афроамериканские гетто в Нью-Йорке. Молодежь в них устраивала вечеринки, где танцевали под фанк и диско и царила фривольная атмосфера. Их организаторами обычно была пара человек: диск-жокей и «эмси» (МС), т. е. Master of Ceremony, конферансье. В обязанности первого входил подбор треков. Второй же представлял их, а также заводил толпу. На этих вечеринках часто устраивались танцевальные соревнования, а для оформления пространства приглашались художники-самоучки.

Именно эти вечеринки и определили будущее хип-хопа. Из них выросли четыре главных столпа хип-хоп культуры – мастерство речитатива (эмсиинг или рэппинг), создание беспрерывного музыкального полотна путем миксования треков (диджеинг), танцы и уличное рисование (граффити).

Сегодня сложно сказать, кто был первым эмси или диджеем, кто перешел от просто выкрикивания разогревавших публику реплик к полноценному рифмованному речитативу. Так или иначе это решение, продиктованное самим духом вечеринок, изменило все правила игры. Диджей Эдди Чибо, многими считающийся одним из пионеров рэпа, вспоминал позднее: «Люди ходили на дискотеки каждую неделю, и чтобы их завести, нужно было нечто большее, чем просто музыка. Я не только ставил пластинки, но и зачитывал им тексты, а они отвечали мне».

В значительной степени на развитие эмсиинга повлияла традиция афроамериканской поэзии, своими корнями уходящая в эпоху Гарлемского ренессанса 1920–1930-х гг. Кроме того, на него повлияла художественная декламация, в рамках которой такие исполнители, как Гил Скотт-Херон, под аккомпанемент джазовой и блюзовой музыки импровизировали и сочиняли текст на ходу.

Чем больше искусство речитатива распространялось в среде афроамериканских музыкантов, тем более понятным становился его безграничный культурный потенциал. Слова не только могли зажечь публику, но и стать способом рассказать о насущных проблемах, а также превратиться в объект игры. Рэп становился все более изощренным, а рифмы – сложными.

Это привело к тому, что уже к концу 1980-х гг. именно рэп становится центральным элементом хип-хопа. Новые поколения исполнителей уже не просто рифмовали последние слоги, но создавали многослойные сплетения из слов, метафор и аллюзий.

Второвой ключевой составляющей хип-хоп культуры считается диджеинг. Именно фигуры людей, стоящих за микшерским пультом, определяли становление хип-хопа как музыкального жанра. На культовых диджеев конца 1970–1980-х гг., таких как “Kool Herc”, “Grandmaster Flash” и “Disco Wiz”, оказывали влияние очень разные жанры: от сальсы до диско. Первоначально задача диджея состояла в создании непрерывного музыкального полотна из разных треков, называемого сетом. Однако затем диджей стали не просто составлять последовательность чужих музыкальных композиций, но миксовать их между собой. Таким образом обнаружилось, что при использовании нескольких пластинок, предзаписанных звуков и собственного голоса можно создать принципиально новый трек.

Одним из самых важных событий в истории хип-хоп субкультуры стало изобретение техники скретча. Обычно его ассоциируют с “Grand Wizzard Theodore”, являвшегося учеником “Grandmaster Flash”. Скрэтч, т. е. звук, появляющийся от продергивания звуковой дорожки на пластинке вперед и назад, появился около 1976 г. Изначально целью использования скретчинга была маскировка многочисленных дефектов пластинки, однако впоследствии он обрел самоценность. Сегодня в общественном сознании именно характерный звук – «уики-уики» – непременно ассоциируется с фигурой диджея.

Другим ключевым элементом субкультуры хип-хопа, несомненно, является сэмплирование, т. е. использование коротких музыкальных фрагментов. Именно из него, по сути, и вырос диджеинг как отдельный вид искусства. Музыканты смешивали на микшерских пультах кусочки разных треков, преобразуя их в своеобразный пастиш, отдавая дань уважения своим предшественникам. Такие известные композиции, как “Gangster’s Paradise” калифорнийского рэпера “Coolio” или “Dr. Carter” новоорлеанского исполнителя “Lil Wayne”, целиком построены на сэмплах классики блюза.

Чисто постмодернистское по духу сэмплирование используется сегодня не так широко, как в 1980-е и 1990-е гг. ввиду сложностей авторского права на интеллектуальную собственность. Альбомы, подобные “Paul’s Boutique” бруклинцев “Beastie Boys”, где было смикшировано от 100 до 300 разных сэмплов, более невозможны из-за необходимости выплаты огромных роялти.

Несмотря на то что фигура диджея или музыкального продюсера, создающего фоновый трек для рэпера, кажется второстепенной, на самом деле она в значительной степени определяет успех всей композиции. В последние десятилетия такие люди, как “Dr. Dre”, Скотт Сторч, “Timbaland”, Фаррелл Уильямс, “Kanye

West" и другие, задавали векторы развития всей индустрии. Слово инь и ян искусство речитатива и создание музыкального сопровождения в хип-хопе неразрывно связаны друг с другом в одно гармоничное целое.

Учитывая тот факт, что хип-хоп создавался на дискотеках, совершенно неудивительно, что третьим важным его элементом стал танец. Однако, несмотря на это, стилистически он менее узнаваем, так как вобрал в себя множество других видов танца, поскольку их эстетика подходила под ритмы, которые создавали диджей и эмси. В их числе следует особо упомянуть локинг и поппинг.

Первый из них исторически связан с фанковой музыкой и появился в конце 1960-х гг. Для него характерны быстрые, амплитудные движения руками и медленные, плавные – бедрами. Контраст между верхней и нижней частью тела подчеркивается непродолжительными замираниями, которые затем сменяются ускорением движения. Второй вид – поппинг – характеризуется ритмичными, привязанными к ритму музыки, сокращениями мышц всего тела. Пожалуй, самое известное движение, своими корнями уходящее в этот танец, – это «лунная походка» Майкла Джексона, которому его научил известный уличный танцор Бруно Фалкон по прозвищу «Pop N Taso».

Кроме локинга и поппинга есть и еще один важный элемент танца в стиле хип-хоп – брейк-данс. Внутри самой субкультуры это слово почти не используется. Вместо него в ходу термин «брейкинг». В свою очередь танцоров называют «би-бойз» и «би-герлз» в зависимости от их гендерной принадлежности.

Брейкинг появился в начале 1970-х гг. в Бруклине и своим названием обязан длинным перкуSSIONным соло, характерным для фанковых композиций. Во время них в центр площадки выходили танцоры, заполнявшие своим танцем вынужденные паузы в треке. С развитием диджеинга брейкинг стал играть самостоятельную роль. Сложно сказать, в чем именно специфика этого танца. За годы своего существования он пережил уже много трансформаций, что свидетельствует о его адаптивности к веяниям времени и способности к абсорбации любых движений. Однако некоторые вещи остаются неизменными: брейкинг – это очень ритмичный танец, основанный на импровизации, в котором преобладают амплитудные движения телом, повороты, паузы и акробатические элементы.

Помимо музыки, речитатива и танца следует также упомянуть и о четвертом ключевом элементе хип-хоп субкультуры – искусстве граффити. Уходящее своими корнями в настенные рисунки в Древнем Риме, оно расцвело новыми красками в начале 1970-х гг., когда художники-самоучки в Нью-Йорке стали рас-

крашивать поезда метро картинами, сделанными при помощи баллончиков с краской. Для них граффити становилось знаком протеста против политики американского правительства и милитаризма. Изначально граффити было достаточно примитивным: художники просто оставляли надписи со своими никнеймами на стенах вагонов. Однако в конце десятилетия граффити могли представлять собой масштабные рисунки со сложными сюжетами, занимавшими всю площадь вагона.

Впоследствии граффити стали использоваться не только в метро, но и наноситься на стены зданий, а также выставляться в художественных галереях, что свидетельствовало о всеобщем признании его как вида современного искусства.

Тем не менее даже сегодня художники граффити подчеркивают свое принципиально негативное отношение к массовой культуре и политическому истеблишменту. Как и в 1970-х гг., власти многих городов не только США, но и других стран мира рассматривают граффити как вандализм и преследуют художников по закону.

Именно гражданская заряженность хип-хопа отличает его от других субкультур. Даже на заре своего развития хип-хоп стремился быть больше, чем просто молодежным хобби: его «пророк», диджей и эмси “Afrika Bambaataa” был уверен, что хип-хоп призван отвлечь слушателей от тяжелой ежедневной рутины, а также являлся способом увести молодежь с опасных улиц, на которых зачастую орудовали банды.

За годы своего развития хип-хоп как музыкальный жанр прошел несколько этапов развития. Подробнее об этом можно прочитать в другой лекции этого модуля. Одно следует сказать определенно: к 2020 г. он занял место рок-н-ролла в качестве наиболее бурно развивающегося жанра американской музыки.

Влияние же хип-хопа в целом на культуру видно повсеместно. Люди одеваются в мешковатые спортивные костюмы, стремясь подражать звездам рэпа 1990–2000-х гг., занимаются уличными танцами, вдохновившись фильмом «Шаг вперед» и покупают баллончики с краской, стремясь оставить свое имя на стенах родных городов. О хип-хопе снимают кино и сериалы, а люди, стоявшие у его истоков, сегодня кажутся легендарными небожителями. В этом есть определенная ирония: хип-хоп начинался как нишевая субкультура. Сегодня же он определяет тренды «мейнстрима»¹³³.

¹³³ Подробнее о хип-хопе и его влиянии на масс-культуру см.: The Cambridge Companion to Hip-Hop / Ed. by Justin A. Williams. Cambridge, 2015; *Sciullo N.J.* Communicating Hip-Hop: How Hip-Hop Culture Shapes Popular Culture. Santa Barbara, 2019.

«Крипы» и «блады»: банды «Города ангелов»

Возникнув в Лос-Анджелесе, эти группировки сегодня стали прообразом того, как в принципе должны выглядеть уличные банды. Хотя в крупнейшем городе Калифорнии существуют и другие преступные организации, ни одна из них не оказала столь серьезного влияния на культуру США. Что же их отличает? Ведь, как и другие банды, «блады» и «крипы» обычно общаются только внутри своих сообществ, совершают преступления, жарят барбекю, проводят досуг внутри «своих» районов, а также словесно задирают друг друга, периодически устраивая кровавые разборки за раздел территорий. Однако в этих двух лос-анджелесских бандах есть кое-что еще, связанное с разработанными ими системами символов, ценностей, образов, поведения и значений. В этом смысле «блады» и «крипы» – это больше, чем просто влиятельные уличные банды. Они стали важным культурным явлением, которое повлияло на жизнь страны, а может, даже и мира.

Для того чтобы адекватно понять субкультуру уличных банд Лос-Анджелеса, следует более подробно поговорить о том, почему они возникли. Южная Калифорния в первой половине XX в. была привлекательным местом для иммиграции, так как могла предоставить рабочие места на крупных индустриальных фабриках. Сюда приезжали тысячи афроамериканцев из сельских районов страны. И хотя они здесь могли заработать больше, сегрегация не позволяла им жить в тех же частях городов, где обитали белые жители. В Лос-Анджелесе местом расселения чернокожих стал Южный Централ.

После Второй мировой войны производство в городе стало сокращаться, и процент безработицы среди афроамериканцев повысился до чудовищных 60%. Другим фактором, способствовавшим развитию криминогенной обстановки, были нападения белых банд из других частей Лос-Анджелеса. Пытаясь дать им отпор, местные жители Южного Централы тоже стали объединяться в группировки.

1960-е гг. принесли только ухудшение экономической ситуации, и южный Лос-Анджелес был готов вспыхнуть массовыми беспорядками. Не хватало только искры.

11 августа 1965 г. офицер дорожного патруля остановил машину. За рулем сидел двадцатидвухлетний афроамериканец Маркет Фрай, которого заподозрили в вождении в состоянии интоксикации. Пока полицейский проверял состояние водителя, на место прибежала его мать, позвав всех соседей. Учитывая,

что офицер был белым, а межрасовые отношения в южном Лос-Анджелесе напряженными, ситуация начала резко накаляться. Инцидент с Маркетом Фраем стал импульсом для крупнейшего восстания в истории города, которое длилось до 17 августа. В ходе беспорядков погибло 34 человека, более тысячи были ранены, а ущерб составил несколько десятков миллионов долларов.

Помимо восстания в Уоттсе (именно под таким именем оно вошло в историю) в 1960-е гг. значительное влияние на формирование субкультуры будущих «крипов» и «бладов» оказали Черные пантеры. Это политическое движение считало, что единственным способом для афроамериканцев получить равные права и возможности была революция. Провозглашение начала вооруженной борьбы против сегрегации и дискриминации идеально легло на подготовленную восстанием в Уоттсе почву чернокожих районов Лос-Анджелеса. Следует, однако, особо подчеркнуть, что Черные пантеры занимались и продвижением социальных инициатив. Например, они открывали школы для чернокожих и разворачивали программы поддержки детей. Согласно исследованиям, период, когда Черные пантеры активно действовали в Лос-Анджелесе, отмечен низким уровнем бытовой преступности.

С наступлением 1970-х гг. и снижением активности Пантер политическая деятельность молодых афроамериканцев в южном Лос-Анджелесе вновь стала трансформироваться в криминальную. Именно в этот период и были основаны банды «крипов» и «бладов».

Первой из них стали «крипы». Согласно общему мнению, формирование этой группировки произошло в 1969 г. Существует огромное количество версий, объясняющих название банды. По одной из них *crip* происходит от слова *cripple*, калека, инвалид. Дело в том, что так называли брата одного из основателей банды, который травмировал ногу и оттого хромотал. Так прозвище стало именем всей группировки. По другой версии слово *crip* было образовано путем соединения слова *crib* (детская кроватка, ясли) с аббревиатурой *RIP* (*Rest in peace*), покойся с миром. В такой интерпретации имя банды символизировало как верность ее членов от пеленок до могилы, так и их воинственность, а также то, что в банду вступали и малолетние.

Так или иначе, «крипы» быстро обрели силу и стали нападать на соседние районы южного Лос-Анджелеса, в том числе Комптон. Именно здесь в целях противостояния «крипам» сформировались «блады». Изначально это был союз нескольких местных банд, которые поодиночке не могли противостоять «крипам».

В целях установления общей символики, которая помогла бы отличать своих от чужих, было принято решение сделать красный цвет основным во внешнем виде членов группировки.

Именно это дало имя банде. Красный цвет символизировал кровь. Однако есть и другая версия: на юге США в среде чернокожих было принято называть свою родню и близких друзей «кровью», намекая на кровные отношения. Иными словами, «блады» – это просто слэнговое выражение, заменяющее слова «братья» и «сестры».

Что же представляют собой «крипы» и «блады» с точки зрения внутренней структуры? Следует начать с того, что каждая из этих банд состоит из множества «сетов» (*sets*), которые контролируют определенные районы и имеют свои названия, обычно отсылающие к месту их происхождения. Ни «крипы», ни «блады» не разработали строгой вертикальной структуры, которая сделала бы их похожими на классические мафии. Напротив, они являются сложноструктурированными конфедерациями группировок различного размера. Внутри каждого «сета» есть своя иерархия. Младшие члены банды именуется «маленькими гангстерами». Старшие – настоящими или старыми гангстерами или просто *OG*. Не вполне понятно, какие отношения связывают глав разных «сетов» внутри одного альянса. Все это говорит о том, что лидерство в бандах носит неформальный характер, основанный на харизме и степени уважения.

Здесь следует оговориться, что и «крипы», и «блады» сегодня существуют и за пределами Лос-Анджелеса. На самом деле «отделения» обеих банд можно встретить по всей стране и даже за ее пределами. Их происхождение различно. Одни были основаны выходцами из Лос-Анджелеса, которые принесли свою культуру в новые места. Другие открывались «по примеру». Третьи могли быть сформированы как «франшизы», наподобие того, как открываются новые рестораны сетей быстрого питания.

Все эти отделения «крипов» и «бладов» связывает определенный набор черт, как в плане организации, так и касательно внутренней системы ценностей и способов артикуляции идентичности.

Главной ценностью для любого члена банды является наличие уважения. Следует отметить, что уважение должно соблюдаться как к каждому конкретному человеку, так и в отношении «сета». Кроме того, уважение следует проявлять к району происхождения группировки, системе ценностей в целом, образу жизни и т. п.

Второй важнейшей ценностью признается лояльность и преданность. Если человек в раннем подростковом возрасте ста-

новится, например, «крипом», то он должен сохранять верность им до конца жизни. Конечно, иногда бывают случаи, когда люди переходят в другую банду, но это скорее является исключением из правил и объясняется сложным стечением обстоятельств. Система ценностей банд требует регулярной демонстрации лояльности. От членов требуется носить одежду определенных цветов (красный – цвет «бладов», синий – цвет «крипов») и брендов. На кожу наносятся татуировки, рассказывающие об идентичности человека. Уважением пользуется нанесение граффити с изображением «своих» символов на «чужой» территории. Лояльность также требует сохранять в секрете личности других членов банды даже перед лицом смерти или суда.

Третьей характерной чертой системы ценностей уличных группировок является восприятие ими своих банд как семей. Это, в том числе, объясняется сложными обстоятельствами, в которых растут молодые афроамериканцы. Многие из них имеют только одного родителя или вообще являются сиротами. Банды действительно заменяют им семьи.

Что действительно делает «крипов» и «бладов» особыми субкультурами, а не просто очередными уличными группировками, – это конструирование ими особых вербальных и невербальных жестов и символики, которые служат предметом гордости, находясь в основе коллективной идентичности банд.

Следует отметить, что обе банды используют в общении специальный язык, или аргю. В его основе лежит американский английский и слэнг жителей Калифорнии. Людям, которые не разбираются в аргю банд, невозможно понять смысл сообщений. Например, «крипы» специально избегают употребления буквы «В» (потому что с нее начинается название противостоящей им банды) в своей речи, заменяя ее на «С». Помимо аргю, «крипы» и «блады» разработали для общения и специальный жестовый язык.

Одежда в субкультуре банд также имеет важнейшее значение. Возьмем, например, бейсболку. Казалось бы, это ничем не примечательный головной убор. Однако, если вы носите ее, повернув козырек налево, то это будет знаком вашей принадлежности к «крипам». Если вы поворачиваете бейсболку направо, то вас опознают как «блада».

Какое же влияние оказали уличные банды на массовую культуру? В значительной степени современный американский хип-хоп вышел из недр субкультуры банд. В середине 1980-х гг. появился гангста-рэп. Многие его исполнители были или членами банд (как рэпер и продюсер “Ice-T”), или хорошо знали тех, кто

в них входил. В начале 1990-х гг. культура банд настолько повлияла на гангста-рэп, что разразилась война между рэперами с Восточного побережья и с Западного. Ее ключевыми событиями стали убийства Тупака Шакура и “Notorious B.I.G.”.

В 1992 г. члены двух банд из Лос-Анджелеса сформировали рэп-группу “Bloods & Crips”, записавшую за время существования два альбома. В песнях музыканты поделились опытом жизни на улице в условиях войны группировок, а также выразили надежду, что в будущем конфликты будут решаться не оружием, а в ходе рэп-поединков. Поэтому субкультура банд в значительной степени повлияла на темы песен, образы исполнителей, сам речитатив, стили одежды и позиционирование.

В середине 1990-х гг. многие люди, ранее связанные с бандами, призывали к прекращению войны между ними, пропагандируя ненасилие. Самый известный из них, пожалуй, Стенли «Туки» Уильямс, один из основателей «крипов». После того, как его арестовали в 1981 г., он пересмотрел свои взгляды на мир и стал известным гуманистом и пацифистом. Находясь за решеткой, он написал несколько детских книг, в которых осуждал насилие. Уильямса девять раз номинировали на Нобелевскую премию, а по истории его жизни в 2004 г. был снят фильм «Искушение». Несмотря на многочисленные протесты и прошения о помиловании, бывшего гангстера казнили в 2004 г.

С началом эпохи Интернета банды стали активными участниками онлайн-сообществ. На особых сайтах или сообществах в “Facebook” и “Twitter” пользователи могут задать вопросы членам группировок об их системе ценностей, культуре, традициях и практиках. В социальных сетях участники банд выкладывают фото и видео со своим участием. Учитывая популярность гангстер-рэпа, все это находит свою аудиторию и становится способом пропаганды субкультуры банд.

Несмотря на то что власти США предпринимают все возможные меры для борьбы с организованной преступностью, сложно представить, чтобы «крипы» и «блады» прекратили свое существование в ближайшем будущем. Это объясняется как низким уровнем доходов населения в отдельных частях страны, так и общей привлекательностью образа субкультуры, который сформировался в последние десятилетия. Хотим мы того или нет, но уличные преступные группировки стали чем-то большим, нежели обычными бандформированиями¹³⁴.

¹³⁴ Подробнее о крипах и бладах см.: *Covey H.C. Crips and Bloods: A Guide to an American Subculture*. Santa Barbara, 2015.

Вместо заключения: субкультуры вчера и сегодня

В начале XXI в. субкультуры переживают сложный, но интересный момент истории. Распространение интернета, мультикультурализм западного общества, всепроникающие социальные масс-медиа как будто уничтожили классические субкультуры предыдущего столетия. Хотя мы иногда можем видеть на улицах и хиппи, и готов, и панков, и эмо, времена, когда они олицетворяли отдельные субкультуры внутри общества, прошли.

С чем связано исчезновение всех этих «фриков и гиков»? Следует начать с того, что в значительной степени молодежные субкультуры XX в. были контркультурами. Даже если они не являлись политически активными, их самоидентификация строилась на вызове общественным нормам поведения, одежде, ценностям и прочее. Это подразумевает, что в прошлом столетии существование некой доминировавшей массовой культуры воспринималось как само собой разумеющееся.

Флэпперы, которые появились в 1920-е гг., выступали против традиционной морали и системы ценностей викторианской эпохи. Это отражало такие изменения в обществе, как урбанизация и женская политическая эмансипация. В «ревущие двадцатые» на смену строгим платьям пришли легкомысленные наряды, поведение стало более фривольным, а сами девушки стали восприниматься более независимо.

В 1960-е гг., времена перемен в США, субкультура хиппи также протестовала против старых консервативных норм, установившихся после Второй мировой войны. В отличие от флэпперов, их протест имел серьезный политический заряд. Хиппи имели четкие взгляды на то, как должно быть устроено общество, и считали, что лучшего будущего можно достичь через обретение гармонии с самими собой. Хиппи были истинными либералами, но при этом гедонистами, пропагандируя культ личного удовольствия.

Наркотический угар, в котором утонули хиппи, а также экономический кризис 1970-х гг. дали толчок развитию готов, которые, как и «дети цветов», были идеалистами-романтиками, но при этом не верили в возможность улучшения ситуации в обществе. Разочарованные в массовой культуре, готы отгородились от нее, представляя скорбными героями-одиночками в черных одеждах.

Совсем иную форму протеста представляли собой носители хип-хоп культуры. Скрываясь от опасностей суровых улиц, молодежь афроамериканских гетто 1970-х гг. приходила на дискотеки,

служившие местом встречи музыкантов, поэтов, художников и танцоров. Развивавшаяся из подобного синтеза жанров искусства субкультура бросала вызов общественным стандартам и была одним из немногих способов выразить себя в неблагоприятных общественных условиях.

Другой пример протеста представляют собой уличные банды Лос-Анджелеса, «крипы» и «блады», формирование которых приходится на тот же период, что и субкультуры готов. Здесь мы видим неприятие массовой культуры по причине того, что она была придумана «белыми» для «белых». Банды, поставив между своими районами и остальной страной невидимую стену, создали свой мир с уникальной культурой.

Между всеми вышеуказанными субкультурами есть и другая общая черта: начинаясь во многом как протестные, с течением времени они сами становятся частью массовой культуры. Во многом этот факт определяет то, что сегодня США представляют собой сложную мозаику субкультур, в которой нелегко обнаружить условный «мейнстрим». В таких условиях имеет смысл говорить только о быстро сменяющихся друг друга трендах. Может ли сегодня возникнуть какая-то действительно мощная контркультура в ее традиционном для XX в. понимании? Едва ли. Но субкультуры не умерли. Они трансформировались.

Изучение современных субкультур требует иного подхода. Раньше их члены ценили внутреннюю гомогенность, единство стиля и системы ценностей. Границы между субкультурами были четкими. Смысл существования виделся в противопоставлении массовой, «стандартной» культуре¹³⁵.

Теперь же субкультуры представляются сложно идентифицируемыми и во многом конформистскими. Они уютно себя чувствуют, лавируя между трендами массовой культуры. Люди ценят то, что сегодня они играют роль члена одной субкультуры, а завтра – другой. Например, в один день человек может посетить сходку фанатов комиксов, переодевшись в костюм Человека-паука, а на следующий – устроить виртуальное собрание своей команды в компьютерной игре “Dota 2”. Протест тоже не играет важной роли во многих современных субкультурах. Не во всех, конечно. Однако тренд на «нормализацию» более чем заметен.

¹³⁵ О современных дискуссиях вокруг субкультурности см.: *Кудряшев М.* Субкультура: Зачем она была нужна и что будет после нее? // Syg.ma. 28 июля 2016 [Электронный ресурс]. URL: <https://syg.ma/@lemonie/subkultura-zachem-ona-byla-nuzhna-i-chto-budiet-poslie-nieio> (дата обращения 05.04.2021).

Причины этих изменений кроются в социально-экономической, политической, а также философской сферах. С одной стороны, за последние десятилетия заметно вырос средний уровень жизни, появилось больше возможностей проявить себя, а отношение старших поколений к младшим стало более либеральным, что стало возможным благодаря тому, что контркультура 1960-х гг. благополучно стала частью «мейнстрима». С другой – наступила эра постмодернизма, в рамках которого культура воспринимается как пастиш, эклектически собранная мозаика фрагментов. Получается, что условия для формирования «нормы» и, следовательно, противостоящих ей трендов просто не существует. Но быть может, это сделает субкультуры только интереснее?

Для дальнейшего изучения

- Кудряшев М.* Субкультура: Зачем она была нужна и что будет после нее? // Syg.ma. 2016. 28 июля [Электронный ресурс]. URL: <https://syg.ma/@lemonie/subkultura-zachem-ona-byla-nuzhna-i-chto-budiet-poslie-neeio> (дата обращения 05.04.2021).
- О'Хара К.* Философия панка. Больше, чем шум! М., 2003.
- Blanchard В.* The Social Significance of Rap & Hip-Hop Culture [Электронный ресурс]. URL: https://web.stanford.edu/class/e297c/poverty_prejudice/mediarace/socialsignificance.htm (дата обращения 05.04.2021).
- Cottrell R.C.* Sex, Drugs, and Rock 'n' Roll: The Rise of America's 1960s Counterculture. N.Y., 2015.
- Covey H.C.* Crips and Bloods: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2015.
- Gelder K.* Subcultures: Cultural Histories and Social Practice. N.Y., 2007.
- Issitt M.L.* Goths: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2011.
- Issitt M.L.* Hippies: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2009.
- Sagert K.B.* Flappers: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2009.
- Sciullo N.J.* Communicating Hip-Hop: How Hip-Hop Culture Shapes Popular Culture. Santa Barbara, 2019.
- Simon L.* Lost Girls: The Invention of the Flapper. N.Y., 2017.
- The Cambridge Companion to Hip-Hop / Ed. by Justin A. Williams. Cambridge, 2015.

Электронные ресурсы

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Brief History of Goths – Dan Adams [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=STOJftffOqs> (дата обращения 01.04.2021).

Crips And Bloods Made In America 2008 RUS русский перевод [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7KidcI94Xg> (дата обращения 01.04.2021).

The Flapper Story – Roaring '20s [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/18Bq7KгHORU> (дата обращения 01.04.2021).

Freaks and Geeks Pilot Episode [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/1b2xyZzOV08> (дата обращения 01.04.2021).

The Hippie Revolution (1986) [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=zv3_caG7S5c (дата обращения 01.04.2021)

Something From Nothing: The Art Of Rap (Full Documentary) [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/ePPwy50gdz8> (дата обращения 01.04.2021).

Тема 10. Социальные медиа как новое измерение массовой культуры США

Введение

Интернет сегодня – это не просто коллекция оцифрованных версий газет, журналов или книг, где каждому человеку уготована роль пассивного читателя или слушателя, но многоуровневое виртуальное пространство, наполненное активными пользователями. В любой момент – даже прямо сейчас – люди могут одновременно и потреблять, и создавать контент. Электронная почта, социальные медиа, чаты являются наиболее очевидными примерами этого феномена.

Интернет сделал всех нас Юлиями Цезарями. Мы можем выполнять сразу несколько задач. Компьютерные экраны с несколькими открытыми окнами позволяют пользователям читать один сайт, писать на другом, загружать аудиофайл или видеоклип на третий. И все это в один и тот же момент времени. С легкостью мы можем получить доступ к интернету, создавать ссылки, ведущие с сайта на сайт или с одной страницы на другую или даже создавать свои собственные порталы. Интернет превращает нас всех в журналистов, комментаторов, критиков, режиссеров, музыкантов, ведущих новостей в прайм-тайм и кулинарной рубрики в утреннем шоу.

В интернете один человек может общаться с настолько же большой аудиторией, как и ведущий общенациональной программы на телевидении, выпускаемой гигантской корпорацией.

Последняя являет собой пример классического средства массовой информации. Обычно мы представляем СМИ как крупные, иерархически структурированные организации. Вещатель транслирует определенную информацию аудитории, которая пассивно ее воспринимает. Обратная связь от читателя газеты, радиослушателя или телезрителя поступает вещателю со значительной задержкой и не всегда напрямую.

В интернете все не так. Каждый из нас и генерирует, и воспринимает контент, а обратная связь может быть немедленной и

прямой. И это скорее норма, чем отклонение от нее. Посмотрите на блоги: прочитав чью-то запись, мы немедленно оставляем комментарий, на который кто-то другой дает свой комментарий, вызывающий, в свою очередь, еще несколько реплик, одной из которых может быть ответ автора блога. Это больше похоже на обычное общение.

И так же, как в обычной жизни, общение в социальных медиа может разворачиваться в совершенно разных направлениях. Мы можем разговаривать о том, понравился ли нам последний эпизод «Звездных воинов», новый альбом “Канье West”, что мы думаем о глобальном потеплении, или просить поддержать новую гражданскую инициативу.

Процесс возникновения и развития новых социальных медиа, изменения, которые они вносят в нашу жизнь, многогранны и сложны. Цель этого лонгрида – показать, каким образом социальные сети вошли в нашу «офлайнтовую» повседневность, а затем превратились из приятного дополнения нашей реальности в полноценное пространство общения и диалога, в котором течет своя жизнь. Иными словами, этот текст про то, как интернет стал новым измерением массовой культуры США в глобальном контексте.

Важные социальные сети: от “MySpace” до “Snapchat”

Люди – существа социальные. Им свойственно заводить новых друзей, тусоваться со старыми, менять компании. С момента появления интернета весь этот процесс предсказуемо перешел в онлайн-пространство.

Первые сайты знакомств появились еще в 1990-е гг. Самый известный из них, “Match”, начавший работу в 1995 г., действует до сих пор в 25 странах мира, включая США. Суть их работы проста: люди заполняют анкеты, отвечая на стандартные вопросы, соглашаются на их публикацию онлайн и затем отдают себя на волю алгоритма, который пытается подобрать наилучшую пару. Сервисы знакомств удобны для того, чтобы заводить новых партнеров или друзей, но что же делать со старыми?

В 2002 г. был запущен “Friendster”, который стал прообразом будущих социальных сетей. Он не только позволял заводить знакомства, но и впервые давал возможность объединять ваших друзей в сообщества. Это была поистине революционная идея. Однако популярность его оказалась недолгой. Уже в следующем

году начинает работу “MySpace”, изменивший отношение людей к онлайн-общению.

В отличие от “Friendster” и нескольких других похожих сайтов, “MySpace” изначально позиционировал себя как молодежная интернет-площадка, предоставляя много возможностей для персонализации личных страничек. Также его руководство не возражало против того, чтобы их владельцы называли себя вымышленными именами – никнеймами, что пришлось по душе тем, кто хотел сохранить анонимность.

Однако истинный успех “MySpace” был обеспечен не этим. Его создатели, Крис ДеВульф и Том Андерсон, хотели, чтобы их социальная сеть стала удобным инструментом для связи между шоу-бизнесом и фанатами. В наибольшей степени от такого позиционирования выиграли независимые музыкальные исполнители. Они создавали профили на “MySpace”, выкладывая туда музыку, которую меломаны и скауты лейблов могли послушать бесплатно, не выходя из дома. Успех мог прийти буквально за одну ночь.

Такие американские рок-группы, как “Panic! At The Disco”, “Paramore”, “Fall Out Boy” и “My Chemical Romance”, в значительной степени обязаны известностью этой социальной сети. Их фанаты середины и конца 2000-х гг. – школьники и студенты – проводили много времени в интернете, слушая песни не на кассетах и дисках, а в интернете – через “MySpace”.

Например, “Fall Out Boy” до создания своей онлайн-страницы в мае 2004 г. были достаточно заурядной поп-панк группой, выпустившей один альбом на независимом лейбле. Хотя они и имели определенный успех на тематических фестивалях, однако едва ли могли претендовать на верхние строчки музыкальных хит-парадов. После того как команда стала выпускать песни в социальной сети, ее популярность резко повысилась: уже через год количество прослушиваний треков насчитывало 54 млн раз. Второй альбом группы – “From Under the Cork Tree”, промо-кампания которого велась через онлайн-медиа, вышел уже на мейджор-лейбле и стал огромным успехом, завоевав трижды платиновый статус.

Спустя всего три года после открытия “MySpace” им пользовалось почти 30 млн человек, а основной аудиторией были молодые люди от 16 до 24 лет. Необычность “MySpace” для своего времени, широкие возможности социализации, а также перспективы, которые сулила продажа рекламы онлайн, делали его привлекательной инвестицией. В 2005 г. социальная сеть была куплена “News Corp” за 580 млн долл. Таким образом, “MySpace”

стал частью международного медиа-холдинга во главе с Рупертом Мёрдоком, что сделало его действительно глобальным проектом¹³⁶.

Однако успех детища ДеВульфа и Андерсона оказался недолгим. У “MySpace” нашлось немало недостатков, которые вскрылись, когда один за другим стали появляться другие социальные сети. Прежде всего у него был очень неудобный интерфейс, общение между звездами и поклонниками шло в одном направлении, поскольку у последних не было возможности напрямую отреагировать на публикацию своего кумира, что серьезно снижало коммуникативный потенциал всей платформы.

Совсем иной подход к организации социального онлайн-пространства демонстрировал главный конкурент “MySpace” – “Facebook”. Ключом к пониманию секрета его успеха является кнопка с надписью «Поделиться». С самого начала своей истории сеть Марка Цукерберга была не просто местом, где люди обмениваются своими контактами, становятся «друзьями» и присоединяются к группам, но и активно генерируют контент. Такие нововведения “Facebook”, как «стена», фотоальбомы с тэгами и, наконец, «лайки», стерли грань между читателями и авторами.

Каждый пользователь получил возможность не только пассивно следить за новостями и публикациями, но и реагировать на них. Более того, любой зарегистрированный мог оставлять комментарии к чужим репликам, превращая тем самым “Facebook” в форум с расширенными возможностями. Все могли создавать группы, присоединяться к уже существующим сообществам, делиться любой информацией, отмечать друзей, «подмигивать» и лайкать понравившиеся материалы, превращая процесс общения в центральную функцию сети¹³⁷.

Другим отличием “Facebook” от “MySpace” был подход к локализации. Купившая последнюю социальную сеть “News Corp” создавала международные подразделения, во многом ориентируясь на опыт кабельного телевидения, где для каждого рынка существовала своя версия канала. Соответственно и “MySpace” должна была немного различаться в разных странах¹³⁸.

Сеть Цукерберга шла принципиально иным, более дешевым и инновационным, путем: она только локализовала язык, оставляя все остальное нетронутым. Таким образом, люди в различных

¹³⁶ *Mjos O.J.* Music, Social Media and Global Mobility: MySpace, Facebook, YouTube. N.Y., London, 2013. P. 27–29.

¹³⁷ *Dijk J. van.* The Culture of Connectivity: a Critical History of Social Media. N.Y., 2013. P. 45–54.

¹³⁸ *Mjos O.J.* Op. cit. P. 36–40.

странах мира пользовались одним и тем же “Facebook”, который стал поистине глобальным проектом. Все это делало возможности для коммуникации почти безграничными, а уровень социализации пользователей количественно измеримым¹³⁹.

Одновременно с “MySpace” и “Facebook” глобальный интернет стали завоевывать другие социальные медиа. Запуск “YouTube” в 2005 г. позволил людям со всего мира обмениваться, комментировать и оценивать видео друг друга. “Twitter”, начавший работу годом позже, дал старт новому явлению в сети – «микроблогингу», т. е. ведению персональных страниц, где каждая публикация имеет определенный знаковый лимит. “Instagram”, в свою очередь, переведя в виртуальную реальность искусство моментальной фотографии, дал ей второе дыхание. Сегодня более миллиарда людей по всему миру используют эту социальную сеть для обмена изображениями.

Другая социальная сеть, “Snapchat”, основанная в 2011 г., позволила загружать фото и короткие видео («снэпы») на определенное время (не более 24 часов), после чего они удаляются. Снэпы публикуются полупублично: пользователь сам решает, кому он хочет их переслать.

Не следует думать, что социальные медиа предназначены только для развлечения. Одна из самых популярных из них – “LinkedIn” – работая с 2003 г., позволяет пользователям создавать сообщества профессионалов, которые используются для обмена мнениями и рекрутинга.

Эти и многие другие примеры (а новые социальные сети появляются буквально каждый день) позволяют говорить о том, что практически все сферы человеческой деятельности перекочевали из нашей реальности в онлайн.

Люди хотят показывать себя и делиться информацией, а также знать, что другие ценят тебя. Количество «друзей», тэгов с твоим именем, групп с твоим участием является способом измерить степень популярности человека, что влияет на его самооценку. Иными словами, социальные сети стали важным инструментом для конструирования идентичностей, как личных, так и коллективных.

Именно это делает современные социальные сети столь привлекательными как для обычных пользователей, так и для бизнеса, ведь посчитать можно не только число «друзей» и подписчиков, но и число тэгов, где отмечен конкретный человек или продукт, количество просмотров страниц и публикаций, а также

¹³⁹ Ibid. P. 41–47.

выявить более сложную статистику. Таким образом, социальные сети превратились из места онлайн-встреч в полноценное пространство, где кипит разнообразная виртуальная жизнь, тесно переплетенная с «обычной» реальностью¹⁴⁰. Вместе с развитием онлайн-медиа стали появляться и люди, которые добились успеха благодаря им.

Американская мечта 2.0: звезды интернета

Выше уже говорилось о “Fall Out Boy” и других музыкальных группах, приход к славе которых основывался в значительной степени на том, что они создали страницы в “MySpace” и других социальных сетях. Их успех показал, что любой человек при правильном подходе может завоевать популярность онлайн и выйти «из грязи в князи».

Один из самых ярких примеров – Джастин Бибер. Это сегодня он поп-звезда, кумир миллионов и владелец *Instagram*-аккаунта с 170 млн фолловеров. А в 2007 г. это был 12-летний мальчик, записавший на “YouTube” пару видео с кавер-версиями музыкальных хитов. Спустя год медиа-менеджер Скутер Браун, блуждая по видеохостингу, наткнулся на набирающие популярность ролики Бибера и связался с его матерью, предложив контракт с рекорд-лейблом. В 2009 г. вышел первый сингл Джастина – “One Time” – поднявшись до 17 места в хит-параде “Billboard”. Затем последовал дебютный альбом, ставший платиновым. Дальнейшее – уже история. Бибер стал кумиром девушек-тинейджеров, выступил на всех вечерних шоу США и Канады и даже спел в Белом доме перед президентом Бараком Обамой на Рождество¹⁴¹.

А вот еще один характерный пример того, как работают социальные медиа. В 2012 г. Бибер перепостил у себя видео с песней “Call Me Maybe” канадской певицы Карли Рэй Дженсен. Последняя к тому моменту была относительно известна у себя на родине, приняв участие в шоу “Canadian Idol” и выпустив альбом в 2008 г. Однако в США ее практически не знали. Когда миллионы подписчиков Бибера увидели новый видеоклип Дженсен, он мгновенно стал вирусным. В итоге песня “Call Me

¹⁴⁰ *Dijck J. van.* Op. cit. P. 54–56.

¹⁴¹ *Lau M.* How Justin Bieber proved that YouTube can produce pop stars // CBC. 2019. June 7 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbc.ca/music/how-justin-bieber-proved-that-youtube-can-produce-pop-stars-1.5163197> (дата обращения 14.04.2021).

Maybe” достигла вершины чартов не только в Соединенных Штатах, но и еще в 17 странах мира и стала, пожалуй, самым надоедливым треком года¹⁴².

Вирусный эффект, возникающий, когда миллионы пользователей социальных сетей начинают репостить у себя на веб-страницах фото или видео, способен сделать из человека звезду, даже если тот вообще не помышлял об этом.

«Смехотворно фотогеничный парень» Зедди Литтл стал интернет-мемом в 2012 г. во время забега на 10 км, и его случайно сняли на фото. Изображение с улыбающимся Литтлом было загружено на “Reddit”, и спустя несколько дней молодой человек проснулся знаменитостью¹⁴³.

Рок-группа “OK Go” на рубеже 2000–2010 гг. прославилась своими самодельными видеоклипами на песни, в которых они танцуют на беговых дорожках, строят необычные механизмы с цепными реакциями и дрессируют собак¹⁴⁴. А бренд мужских средств для ухода за кожей “Old Spice” «выстрелил» серией комедийных рекламных роликов, которые полностью изменили его имидж¹⁴⁵.

Вирусность становится идеей-фикс: в эпоху интернета приходит понимание того, что для достижения успеха необходимо не просто выделяться, но быть максимально меметичным, дабы побуждать пользователей социальных сетей делиться публикациями¹⁴⁶.

Осознание важности маркетингового продвижения в социальных сетях привело к тому, что сегодня веб-персоны – это полноценные лидеры мнений, к которым прислушиваются. Инфлюэнсеры (звезды шоу-бизнеса, блогеры, публичные личности,

¹⁴² *Sisario B.* The New Rise of a Summer Hit: Tweet It Maybe // The New York Times. 2012. Aug 21 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/2012/08/22/business/media/how-call-me-maybe-and-social-media-are-upending-music.html> (дата обращения 14.04.2021).

¹⁴³ The Story of “Ridiculously Photogenic Guy” As Told By The Man Himself, Zeddie Little // Know Your Meme. 2020. March 6 [Электронный ресурс]. URL: <https://knowyourmeme.com/editorials/interviews/the-story-of-ridiculously-photogenic-guy-as-told-by-the-man-himself-zeddie-little> (дата обращения 14.04.2021).

¹⁴⁴ Get To Know OK Go: 9 Essential Viral Videos // Social Media Week. 2017. June 2 [Электронный ресурс]. URL: <https://socialmediaweek.org/blog/2017/06/get-to-know-ok-go/> (дата обращения 14.04.2021).

¹⁴⁵ *Keath J.* Behind the Curtain of Old Spice’s Viral Video Mega Hit // Social Fresh. 2010. July 21 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.socialfresh.com/old-spice-viral-videos/> (дата обращения 14.04.2021).

¹⁴⁶ *Wiggins B.E.* The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality. N.Y.; London, 2019. P. 4–6.

имеющие тысячи и миллионы подписчиков) способны определять тренды и вести за собой людей. Причем в принципе каждый может стать им и «раскрутиться» в том случае, если ему есть что рассказать миру, создав свой видеоканал на “YouTube”, фотоблог в “Instagram” или страничку в “Twitter”.

В этом смысле мы живем в удивительную эпоху. Сайты крупнейшего правительственного агентства или самой мощной вещательной сети, газеты с огромным тиражом или влиятельные компании по связям с общественностью и единичный пользователь с широкой аудиторией оказываются равны.

Другими словами, Всемирная паутина может дать голос тем, кто обычно «безмолствовал». Учитывая скорость, популярность и легкость в использовании интернета, он идеально подходит для проведения активистских кампаний.

Понимая, как работает Сеть, можно привлечь внимание людей к очень разным вещам: сделать рекламу продукта, выступить в поддержку того или иного политика, высказаться насчет какой-то общественной проблемы. И все это делается без участия традиционных медиа. Как мы видим, в этом есть огромное преимущество массовой культуры интернета. Однако у нее есть и существенные недостатки.

Вирусность и диванный активизм

В марте 2012 г. правозащитная организация “Invisible Children” выложила на “YouTube” и “Vimeo” 30-минутный фильм под названием «Кони 2012» (Kony 2012)¹⁴⁷. Видео было частью большой кампании, которая должна была привлечь внимание американской общественности и правительства к деятельности лидера угандийских повстанцев Джозефа Кони, возглавлявшего Господнюю армию сопротивления (ГАС) (Lord’s Resistance Army – LRA). Авторы фильма делали особый акцент на том, что ГАС рекрутировали в свою армию малолетних детей.

«Кони 2012» произвел эффект взорвавшейся бомбы: только за первые шесть дней его посмотрели более 100 миллионов раз. То, с какой скоростью люди делились ссылкой на фильм через “Facebook” и “Twitter”, превосходило все ожидания. На своем пике хэштэг #Kony2012 упоминался в 1200 твитах за минуту. В конце марта количество упоминаний исчислялось 12 миллионами.

¹⁴⁷ KONY 2012 // YouTube. 2012. March 6 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sqc> (дата обращения 14.04.2021).



В чем причина такого эффекта?

Авторы видео открыто призывали делиться ссылкой на него, апеллируя к гражданскому чувству пользователей. Несколько известных медиа-персон также помогли с раскруткой ролика: они активно просили свою обширную базу подписчиков посмотреть его. В итоге фильм вы-

звал бурную общественную реакцию, сопровождаемую не только осуждением действий Джозефа Кони и ГАС, но и дискуссией о роли социальных медиа в современном политическом активизме.

Суть ее заключалась в идее, что простой ретвит может привести к серьезному изменению в мире. Этот посыл фильма выглядел очень популистским: можно сидеть перед экраном ноутбука на диване и одновременно делать нечто глобально важное. Хотя за первые два дня после публикации «Кони 2012» организация “Invisible Children” смогла собрать 5 млн долл. на продолжение правозащитной деятельности в Уганде, фильм существенно не смог трансформировать онлайн-активность в оффлайне.

20 апреля 2012 г. по предложению “Invisible Children” была проведена акция “Cover the Night”, в рамках которой люди должны были установить плакаты и постеры на своих домах. Также организация продавала футболки, стикеры и браслеты, намереваясь использовать полученные средства в благотворительных целях. Однако эффект от акции оказался намного меньшим, чем ожидалось.

Тем не менее с точки зрения повышения осведомленности о происходящем в мире среди пользователей интернета, особенно в его молодежном сегменте, кампания #Kony2012 действительно была успешной. Но и здесь нашлось место для серьезной критики: фильм сильно упрощал действительное положение дел в Уганде. Например, некоторые комментаторы обращали внимание на то, что он оказывает молчаливую поддержку Йовери Мусевени, противнику Кони и несменяемому президенту Уганды с 1986 г., находившемуся на плохом счету у правозащитных организаций. Кроме того, многие обвиняли *Invisible Children* в неокOLONIALИЗме, так как фильм, по сути, представлял местных жителей Уганды беспомощными и политически пассивными, а также не предполагал иных способов изменения ситуации в стране, кроме как при помощи Запада.

В конце концов, дискуссия вокруг #Kony2012 во многом стала отражать известный интернет-мем, представленный выше. Вместо демонстрации реальной активистской деятельности создатели фильма о детской армии в Уганде сконструировали такую ситуацию, когда даже просмотр небольшого ролика, лайк и репост могли заставить пользователя чувствовать себя политически вовлеченным. Это явление получило собственное название – *slacktivism* или «диванный активизм», культивирующий в человеке удовлетворение от мнимой причастности к (мнимому) решению той или иной проблемы¹⁴⁸.

Гражданский активизм и виртуальное волонтерство

Хотя «диванный активизм» является серьезной проблемой в современном обществе, не следует думать, что человек вообще никак не может повлиять на мировые проблемы сидя дома за компьютером.

Гражданское сообщество, вдохновленное развитием цифровых технологий, демонстрирует возможности интернета, например при организации флешмобов, когда группы людей, разделенные географически, быстро собираются вместе для выполнения коллективных действий.

“MoveOn.org”, насчитывающий 8 млн пользователей, является самым известным сайтом для координации флешмобов и политических акций в виртуальном пространстве. “MoveOn.org”, используя электронную почту и социальные сети, имеет богатую историю по организации протестов и гражданских акций по вопросам социальной справедливости и окружающей среды. Например, он успешно мобилизовал калифорнийцев для того, чтобы заставить собрание их штата принять законопроект, требующий публичного раскрытия источников политических пожертвований. Или он помог в координации действий жителей Гавайских островов, желавших поднять минимальную заработную плату в рамках штата.

Другой сайт, “GoFundMe”, с 2010 г. использует краудфандинг – практику использования цифровых технологий для сбора пожертвований от большого числа людей для какой-либо цели или проекта, чтобы привлечь финансовую поддержку для тех, кто

¹⁴⁸ *Dennis J.* Beyond Slacktivism: Political Participation on Social Media. N.Y., 2019. P. 1–3.

в ней нуждается вследствие различных обстоятельств. В 2016 г. “GoFundMe” привлек 11,2 млн долл. для жертв наводнения в Луизиане, а в 2017 г. он помог собрать 9 млн долл. для жертв стрельбы в ночном клубе “Pulse” в Орландо. Когда в январе 2017 г. Исламский центр в Виктории, штат Техас, был уничтожен в результате пожара при подозрительных обстоятельствах, кампания “GoFundMe” по его восстановлению привлекла более миллиона долл. от более чем 22 тысяч человек за первые пять дней, что намного превысило изначальную цель в 850 тыс. долл.¹⁴⁹

Кроме того, с развитием интернета и социальных медиа все более популярным становится виртуальное волонтерство¹⁵⁰.

Этот термин включает в себя несколько видов деятельности. Так, онлайн-адвокация подразумевает, что через интернет можно эффективно проводить кампании по защите гражданских прав или инициировать рассмотрение законопроектов. Часто эта форма виртуального волонтерства принимает характер протеста, высказываемого через подачу петиций через специальные сайты, вроде *change.org*. Также в рамках онлайн-адвокации организуются кампании по сбору пожертвований.

Еще одним видом виртуального волонтерства является онлайн-оценка и консультирование. Интернет-порталы или форумы позволяют людям обращаться за помощью и советом к экспертам, обладающим специальными знаниями. При этом важно, что многие работают на некоммерческой основе. Комментируя и оценивая запросы пользователей, добровольцы-эксперты могут получить общественное признание, что делает этот вид онлайн-добровольчества гибким, оперативным и перспективным. Преимущества онлайн-консультирования более очевидны в тех случаях, когда портал, предоставляющий услуги, является междисциплинарным или транснациональным.

Например, *quora.com*, открытый еще в 2009 г. выходцами из “Facebook”. Сегодня “Quora” – это не просто своеобразный банк вопросов и ответов, но целая социальная сеть, в которой насчитывается около 100 миллионов юзеров. Принцип ее работы очень прост: вы задаете вопрос, а спустя некоторое время на него отвечают другие пользователи сайта. Если подобный вопрос уже был задан, то вам покажут ответы на него. «Фишка» “Quora” состоит в

¹⁴⁹ Другие примеры см.: Case Studies of Collaborative Campaigns [Электронный ресурс]. URL: <https://the-open.net/case-studies> (дата обращения 14.04.2021).

¹⁵⁰ Liu H.K. et al. Online and Virtual Volunteering // The Palgrave Handbook of Volunteering, Civic Participation, and Nonprofit Associations / Ed. by D.H. Smith, R.A. Stebbins, J. Grotz. N.Y., 2016. P. 291–293.

том, что он использует машинный алгоритм, который вычисляет «ценность» каждого ответа исходя из аргументации и предыдущих ответов конкретного пользователя. Это позволяет конкретизировать информацию. Как отмечает основатель “Quora” Адам д’Анжело, «Другие сайты вопросов и ответов оперируют некоторым количеством полезной информации, которая перемешана с тоннами низкопробных ответов. Вот почему мы сильнее озабочены технологиями, чем большая часть интернет-стартапов. Мы можем предсказать, какой контент действительно хорош, и показывать вам только его. В течение времени средний уровень качества ответов, вероятно, упадет, но пока количество хорошего контента, которое мы показываем, растет, у нас все хорошо. Когда люди говорят, что “Quora” пока полет нормальный, но так не будет продолжаться вечно, вот вам ответ. Вы будете видеть только малую часть всего». Именно это выгодно отличает “Quora” от других подобных сервисов¹⁵¹.

Третий вид виртуального волонтерства связан с переносом места работы из офиса домой. Очень многие некоммерческие организации сегодня предлагают добровольцам работать, не выходя за пределы собственных домов, потому что их обязанности вполне можно выполнять и через интернет. Очевидно, что это помогает экономить средства и освобождает время, которое ранее тратилось на дорогу до работы.

Наконец, существует «чистое» онлайн-волонтерство, подразумевающее, что проекты, в которых задействованы добровольцы, никак не связаны с «оффлайн»-миром. В его рамках пользователи, например, могут создавать и поддерживать жизнеспособность интернет-платформ, разделяя между собой обязанности. Очень часто в рамках таких проектов сочетаются несколько видов онлайн-волонтерства.

Одним из самых успешных и известных примеров реализации онлайн-проекта на полностью некоммерческой основе стала “Wikipedia”, свободная энциклопедия. Джимми Уэйлс и Ларри Сэнгер в конце 1999 г. задумали создать виртуальную энциклопедию со свободным контентом – Нупедию (*Nupedia*). Изначально планировалось, что ее авторами станут состоявшиеся специалисты, которые будут участвовать в проекте на добровольной основе. Уэйлс выступал главой всего проекта, а Сэнгер – главным редактором.

¹⁵¹ *Schleifer T.* Yes, Quora still exists, and it’s now worth \$2 billion // *Vox*. 2019. May 16 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vox.com/recode/2019/5/16/18627157/quora-value-billion-question-answer> (дата обращения 14.04.2021).

К концу 2000 г. оказалось, что Нупедия пополняется статьями чрезвычайно медленно: в ноябре было опубликовано всего две полноразмерные статьи. В попытке как-то ускорить работу энциклопедии Сэнгер предложил задействовать концепцию «вики».

Впервые этот термин использовал программист Уорд Каннингем в 1995 г. Он подразумевал создание онлайн-пространства, где каждый пользователь может свободно обмениваться информацией, а также дополнять и изменять статьи. Вики-движок не требовал от юзера специального программного обеспечения, а связь между страницами должна была осуществляться за счет гиперссылок. Большим плюсом вики стало то, что эта система позволяла вносить мгновенные правки в текст, а также видеть его разные редакции, что облегчало модерирование всего сайта.

Не все авторы Нупедии поддержали новую концепцию, так что Уэйлсу и Сэнгеру пришлось создать принципиально новую веб-страницу – собственно Википедию. После своего запуска 15 января 2001 г. свободная энциклопедия стала расти как на дрожжах. Этому способствовала простота вики-движка, одобрительные отзывы онлайн-сообщества на форумах, статьи в крупнейших газетах США, а также тот факт, что на Википедию перенаправляли веб-поисковики вроде “Google”.

Количество статей в новой виртуальной энциклопедии увеличивалось в геометрической прогрессии: менее чем через месяц после начала работы на Википедии было более 1000 статей, а спустя полгода – более 10 тыс. Всего за первый год существования на проекте появилось более 20 тыс. статей, написанных простыми пользователями интернета.

Важнейшей чертой Википедии с самого начала ее работы стала интернационализация. Уже 16 марта 2001 г. – через три месяца после запуска – был открыт немецкий домен энциклопедии, за которым последовала волна других языковых разделов.

В 2003 г. для поддержания деятельности Википедии и ее новых проектов возник некоммерческий Фонд Викимедиа. Сегодня в нем работают около 300 постоянных сотрудников из разных стран мира. Руководство фонда выполняется Советом попечителей из 10 человек, одним из которых является Уэйлс. Региональные версии Википедии поддерживаются национальными отделениями, которые являются полностью самостоятельными организациями и не имеют никакого контакта с центральным Советом. Финансирование Фонда Викимедиа производится за счет частных пожертвований и грантов со стороны корпораций и общественных организаций.

На конец 2019 г. англоязычная Википедия насчитывает почти 6 миллионов статей, а число пользователей достигает почти 38 млн. Всего существует 307 региональных вариантов свободной энциклопедии. По состоянию на 19 декабря 2019 г. русская версия состоит из 1 584 949 статей и по этому показателю занимает седьмое место по объему среди всех языковых разделов.

Хотя Википедия часто является объектом критики, следует понимать, что значительная часть замечаний относится к открытой природе всего проекта. Фактические ошибки, недостоверность, несбалансированность материала, воздействие вандалов, а также стремление к консенсусу являются таким же следствием организации свободной энциклопедии, как и ее беспрецедентная популярность¹⁵².

Википедия, конечно, не может претендовать на то, чтобы называться академической энциклопедией, однако она и не ставит такой задачи. В первую очередь это удобный справочник, которым может воспользоваться любой человек с доступом к интернету. Именно обеспечение свободы информации является главной задачей ее создателей. Как сказал Джимми Уэйлс на вручении Золотой медали Нильса Бора в 2013 г.:

Википедия стала символом эпохи взаимодействия, в которую мы живем. Это не просто инструмент, это воплощение мечты, столь же древней, как человеческий интеллект и собрания Александрийской библиотеки¹⁵³.

Заключение

Развитие онлайн-медиа в новейшую эпоху открыло широчайшие перспективы для коммуникации. “Facebook”, “Instagram”, “Twitter” и другие социальные сети переместили значительную часть наших повседневных практик в виртуальное пространство.

Значение социальных медиа и средств интернет-коммуникации тем более становится очевидным сегодня, в 2020 г., когда буквально половина населения планеты вынуждена оставаться дома на карантине в связи с пандемией COVID-19. Человеческое

¹⁵² Википедия // Википедия [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Википедия> (дата обращения 14.04.2021).

¹⁵³ UNESCO's Niels Bohr Gold Medal awarded to prominent researchers in 2013 // UNESCO. 05.12.2013 [Электронный ресурс]. URL: http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/about-us/single-view/news/unescos_niels_bohr_gold_medal_awarded_to_prominent_research/ (дата обращения 14.04.2021).

желание социализироваться теперь может быть вполне удовлетворено при использовании мессенджеров и сервисов видеоконференций. Поразительно, как быстро люди могут перенести значительную часть деятельности в виртуальное пространство.

С одной стороны, это позволяет вести примерно тот же образ жизни, что и обычно. Мы дружим, любим, общаемся, учимся и смотрим кино в интернете. Нам действительно практически не нужно выходить на улицу: все может быть доставлено курьером после онлайн-заказа. С другой стороны, это ощущение «нормальности» очень ненадежно.

Во-первых, будем реалистами, многие, например бездомные и малоимущие, не имеют стабильного доступа в интернет. Сложившаяся ситуация показала, что виртуальное пространство – это полноценное жизненное измерение. Следовательно, получается, что устройство с выходом в сеть является предметом первой необходимости, которым нужно обеспечивать людей.

Во-вторых, оторванные от реального мира за окном, нам бывает очень сложно отделить правду от лжи. Непривычность сложившейся ситуации может стать причиной усиления распространения фейковых новостей и непроверенных сведений, которые будет намного сложнее верифицировать. А это приведет к тому, что мы будем воспринимать их с большим доверием, чем обычно. Но тем не менее «обратная» темная сторона социальных медиа была нам известна и ранее. Сейчас она становится лишь более заметна.

Именно поэтому, как кажется, те положительные возможности, которые предлагают современные онлайн-медиа, все же перевешивают минусы.

Хотя многие социальные сети родились в США, они, как и вся американская популярная культура, глобальны и интернациональны по своему духу, а также достаточно пластичны, чтобы подойти любому человеку вне зависимости от того, в какой стране он родился и какие взгляды разделяет. Причиной тому – неиссякаемое желание людей общаться.

Этот феномен влияет на наши представления о массовой культуре. Социальные сети сделали так, что каждый человек может стать известным. Удачное видео или фото, получающее «вирусный» эффект, мгновенно обратит внимание пользователей Сети. Повод не важен: им может быть как смешной скетч или красивое исполнение песни, так и политическая акция или демонстрация последствий экономического кризиса. Люди в социальных сетях создают новости, комментируют их, делятся, оценивают. Каждый превратился в СМИ и медиа-личность.

Инфлюэнсеры в “Instagram” формируют определенный образ жизни и взглядов у своих подписчиков. Подобно кинозвездам 1930-х гг. они являются объектом восхищения и подражания. Интернет-кампании по защите гражданских свобод и прав конструируют миф о том, что даже один клик или лайк способен изменить мир к лучшему. «Диванный активизм» – это оборотная сторона веб-социализации, следствие потери чувства реальности и естественного желания человека самоутвердиться.

Хотя проблема переноса онлайн-деятельности в реальность продолжает оставаться насущной, нельзя сказать, что интернет-активизм полностью бесполезен. Он помогает в сборе средств, облегчает политическую самоорганизацию, перемещает волонтерство в виртуальное пространство.

Такие проекты как Википедия показывают нам перспективы коммуникаций в сети. Созданная специалистами из США, она не воспринимается нами как сугубо американское явление, хотя и основана на таких основополагающих для американцев принципах как децентрализация, демократичность, инклюзивность. Напротив, ее основатели подчеркивали с первых дней существования свободной энциклопедии ее открытость и глобальность. В этом, быть может, и заключается главная особенность новых социальных медиа в онлайн-пространстве. Они могут быть созданы в США или где-то еще, но обращены ко всему человечеству. Это поистине массовая культура без границ.

Для дальнейшего изучения

- Бернстайн У.* Массмедиа с древнейших времен до наших дней. М., 2017.
- Киркпатрик Д.* Социальная сеть: как основатель Facebook заработал \$ 4 миллиарда и приобрел 500 миллионов друзей. М., 2011.
- Куалман Э.* Безопасная Сеть: Правила сохранения репутации в эпоху социальных медиа и тотальной публичности. М., 2017.
- Baran S.J.* Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture. Tenth edition. N.Y., 2019.
- Dennis J.* Beyond Slacktivism: Political Participation on Social Media. N.Y., 2019.
- Dijk J. van.* The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. N.Y., 2013.
- Fitzpatrick P., Kawasaki G.* The Art of Social Media: Power Tips for Power Users. N.Y., 2014.
- Levy L.* Facebook: The Inside Story. N.Y., 2020.

- Lih A.* The Wikipedia Revolution: How A Bunch of Nobodies Created the World's Greatest Encyclopedia. N.Y., 2009.
- Mjøs O.J.* Music, Social Media and Global Mobility: MySpace, Facebook, YouTube. N.Y., London, 2013.
- Singer P.W., Emerson T.B.* Like War: The Weaponization of Social Media. N.Y., 2018.
- The Palgrave Handbook of Volunteering, Civic Participation, and Non-profit Associations / Ed. by D.H. Smith, R.A. Stebbins, J. Grotz. N.Y., 2016.
- Wiggins B.E.* The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality. N.Y.; London, 2019.

Электронные ресурсы

- Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>
- The History of Social Media: Communication & Connection [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KRsix3bi0jU> (дата обращения 01.04.2021).
- How Facebook Started? Grew & Became a \$138 Billion Company [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xVrbgiXfY90> (дата обращения 01.04.2021).
- KONY 2012 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sqc> (дата обращения 01.04.2021).
- Most Popular Social Media Platforms 1997–2020 [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=i hn Ug0_eS8Q (дата обращения 01.04.2021).

Курс 6

Роман с американской мечтой

И.В. Морозова

Понять, что такое американская мечта – это понять США. «Американская мечта» плотно вплетена в ткань повседневной жизни общества. Она играет важную, активную роль в определении того, кто такие американцы. Ни одна другая идея или миф не имеют такого влияния на их индивидуальную и коллективную жизнь. Американская мечта воспринимается как общенациональная идея, ставшая основой идентичности и увлекающая в эту страну миллионы людей со всех уголков Света.

Разной – трагической и счастливой – предстает американская мечта в литературе США: это и ее отрицание, и одновременно безграничная вера в то, что она есть и всегда будет великим американским стимулом к счастью.

Данный курс предоставляет прекрасную возможность проникнуть в истоки возникновения американской мечты, проследить основные этапы ее развития и увидеть множество ее вариаций в многоликом культурном контексте Америки. Программа курса включает в себя анализ основных произведений литературы США, в которых тема американской мечты проступает особенно ясно, где представлены ее герои – победители и лузеры, где отчетливо показан ее характер – романтический и прагматичный одновременно.

Кроме того, в курсе содержится обзор фольклорного материала, рассматривается региональное измерение американской мечты, женские пути и дороги афроамериканцев и индейцев к своей американской мечте.

Тематический план курса

1. Американский индивидуализм и «человек, сотворивший себя»	345
2. Как стать «здоровым, богатым и мудрым» – разговор о мечте и успехе в литературе США XIX в. ...	359
3. Вступая в XX век: американская мечта как американская драма	372
4. Многоликая американская мечта	383
5. Американская мечта в «доме со многими окнами» ...	397
6. Фольклорные герои и американская мечта	409
7. Региональное измерение американской мечты: Новая Англия, Юг и Дальний Запад	423
8. Женские пути и дороги за американским счастьем: биографии успехов и неудач	437
9. О чем мечтают коренные американцы	450
10. Афроамериканская мечта	463

Тема 1. Американский индивидуализм и «человек, сотворивший себя»

Живым воплощением жизненного успеха стали миллионеры, появившиеся в США еще в первой половине XIX в. Джон Джейкоб Астор, самый известный американский миллионер того времени – настоящее воплощение американской мечты, американского успеха. Приехав в 1783 г. двадцатилетним юношей в Новый Свет с 25 долларами в кармане, он сумел на торговле мехом и недвижимостью сколотить состояние в 20 млн долларов (по нынешним меркам это более 110 млрд долларов). Он стал настоящим *self-made man*, сотворившим себя человеком, который сумел не только быстро сориентироваться в требованиях производства и торговли в период «дикого капитализма», но и одновременно воплотил дух свободы и романтики самосозидающего индивидуума. Не случайно он увлек в кипучий водоворот своей деятельности и «отца-основателя» американской национальной литературы Вашингтона Ирвинга (Washington Irving, 1783–1859), пригласив того в путешествие в Скалистых горах в Орегоне, где было открыто меховое предприятие «Астория». Впечатления от этого путешествия (торговля мехами и золотая лихорадка, бизнес американских и российских фирм в Канаде, Сэндвичевы острова, проблемы взаимоотношений с индейцами) американский романтик отразил в своем романе «Астория» (1836) – восторженном гимне экономическому освоению Америки. Так американский успех, человек, созидающий себя и осуществляющий свою мечту, практически сразу стал героем национальной литературы. Его правнук Джон Джейкоб Астор продолжил и приумножил состояние семьи и в 1897 г. построил в Нью-Йорке роскошный отель «Астория», но погиб во время крушения «Титаника», не дожив до 48 лет.

Американская мечта воспринимается как некая общенациональная идея, ставшая основой национальной идентичности и увлекающая в эту страну миллионы людей со всех уголков света. Общее представление об американской мечте связано с тем, что каждый добропорядочный человек, обладающий способностями, энергией и трудолюбием, способен честным путем преуспеть

в жизни, стать состоятельным человеком. Американская мечта плотно вплетена в ткань повседневной жизни в США. Она играет жизненно важную, активную роль в определении того, кто такие американцы. Ни одна другая идея или миф не имеют такого влияния на индивидуальную и коллективную жизнь американцев, как американская мечта.

Если посмотреть на определение американской мечты в интернет-словарях, то при всем разнообразии формулировок это: «вера в то, что в Соединенных Штатах, если усилено работать, у каждого есть шанс стать успешным и счастливым»¹; «счастливый образ жизни, которого, как думают большинство американцев, может достичь каждый в Соединенных Штатах, особенно если достичь успеха тяжелым трудом»²; «американская мечта – это набор идей (демократия, права, возможности и равенство), в котором свобода включает в себя возможность процветания и успеха, так же, как и социальную мобильность для семей и их детей, достигаемую путем неустанного труда в обществе с немногими ограничениями»³, – главной в них является мысль о неустанном труде свободного индивидуума.

Основой американской мечты является принцип индивидуальной свободы. В США никогда не было главенствующей религии, сословных предрассудков, а жизнь американцев не сковывали сотни и тысячи формальных и неформальных законов, традиций и обычаев. Это позволило смотреть на США как на страну невиданной для остального мира свободы – самовыражения, творчества и предпринимательства.

При этом очертания американской мечты и по сей день остаются нечеткими, трудно определяемыми и порой противоречивыми. Даже американские знаменитости, своим успехом демонстрирующие возможность ее достижения, высказывают разное мнение. Так, например, знаменитая актриса Вупи Голдберг убеждена, что сама является «живым воплощением того, что обычно говорят об американской мечте: вы можете приехать откуда угодно и стать кем угодно в этой стране»⁴. В свою очередь,

¹ Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dictionary.cambridge.org> (дата обращения 18.02.2020).

² Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.merriam-webster.com> (дата обращения 18.02.2020).

³ Wikipedia [Электронный ресурс]. URL: <https://www.en.wikipedia.org> (дата обращения 18.02.2020).

⁴ “Whoopi Goldberg Quotes”. BrainyQuote.com. BrainyMedia Inc, 2020 [Электронный ресурс]. URL: https://www.brainyquote.com/quotes/whoopi_goldberg_363701 (дата обращения 16.02.2020).

певец Брюс Спрингстин, напротив, пессимистично резюмирует: «Я провел жизнь, пытаясь определить дистанцию между американской реальностью и американской мечтой»⁵.

Термин и первую формулировку понятия «американская мечта» дал историк Джеймс Траслоу Адамс (James Truslow Adams, 1878 – 1949) в своей книге «Американская эпопея» (1931):

Американская мечта – это мечта о такой земле, где жизнь каждого человека будет лучше, богаче и полнее, где у каждого будет возможность получить то, чего он заслуживает⁶.

Книга вышла в тяжелые для США времена Великой депрессии 1929–1933 гг. и стала ободряющим стимулом для людей, отчаянно боровшихся за существование, но не утративших веру в Америку как страну возможностей. Книга Адамса появилась в нужное время и в нужном месте. Американцам необходимы были вдохновение и глоток оптимизма, и фраза Адамса оказалась именно тем лекарством, в котором нуждалась страна. Тем не менее нельзя говорить о том, что Адамсу удалось полностью отразить сущность этого понятия, которое не может обладать одним и тем же содержанием в различные исторические периоды и в сознании различных поколений. Каждый житель США вкладывает в нее свои собственные представления о прекрасном будущем или, напротив, обеспокоен тем, о чем говорил в последний год своего президентства Барак Обама: для многих американская мечта стала кошмаром, или «американской мечтой наоборот», поскольку 43% американцев пришли к выводу, что американская мечта осталась в прошлом.

На самом деле американская мечта даже в XX в. в своем развитии прошла несколько этапов. В 1920-е гг. американская мечта являла себя в материальном успехе, желании моментального обогащения. В 1950-е гг. – это годы беби-бума и домашних ценностей: свой дом, свой сад, своя машина и своя семья. В 1980-е гг. на место домашних ценностей пришли карьера и мечта о достойной пенсии. Сегодня это зачастую мечта о том, чтобы получить миллионы долларов, не работая совсем, чтобы можно было купить все, что вздумается.

Так или иначе, а феномен американской мечты остается в центре общественного сознания и является предметом постоянного его переосмысления. При всем индивидуальном ее понима-

⁵ Gibbons F. Bruce Springsteen: “What was done to my country was un-American” // The Gardian. 2012. 17 Feb. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.en.wikipedia.org> (дата обращения 16.02.2020).

⁶ Adams J.T. The Epic of America. Boston, 1931. P. 404.

нии некоторые положения являются общими и практически неизменными во времени, что видно из опросов современной американской молодежи: это независимость, свобода, достижение материального благополучия, получение хорошего образования. Забавно, что российские студенты на вопрос об американской мечте прежде всего говорят о богатстве и материальных благах, которые можно получить, имея деньги. Это, вне всякого сомнения, является лишь поверхностным взглядом на понятие, в котором отразился национальный дух Америки.

На самом деле американскую мечту создали европейцы: начиная со времен открытия континента далекая Америка с ее просторами в сознании европейцев ассоциировалась с новыми возможностями и щедро сулила заманчивые перспективы. Золото, пряности, которые ввозились из Америки, создавали образ Эльдорадо, где каждый может быстро поймать удачу. Столетие спустя континент стали осваивать англичане, и образ Эльдорадо приобрел иные, но не менее манящие очертания. Несмотря на то что к восточным берегам Северной Америки уже в начале XVII в. прибывали представители разных европейских народов, интеллектуальный фундамент будущей страны заложила англо-протестантская культура, прежде всего пуританская, которая развивалась в колониях Массачусетского залива, носивших обобщенное название Новая Англия.

Пуритане были ярыми кальвинистами, и они принесли на американский континент идею избранничества. Они были убеждены, что их община подобна библейскому народу, избрана для нового пути в землю Ханаанскую и построения там Града на Холме, который мог бы служить моделью идеального устройства для всех народов. Кроме того, с пуританами на американский континент прибыла и доктрина предопределения – идея о божественной предустановленности жизни человека и всего мира, его спасения в Царстве Божиим или осуждения на вечные муки. Эта доктрина была напрямую связана с идеей призвания человека к определенному виду деятельности, что обеспечивает его профессиональный успех: ведь если человек избран Богом к спасению, то это видно по успехам в его делах. Поэтому современное уничижительное «лузер» в корне своем имеет гораздо более серьезный смысл, о котором наверняка никто не помнит, – ты не оказался среди избранных к спасению.

Краеугольным камнем пуританства, как, в сущности, и всего протестантизма, было убеждение, что человек способен на индивидуальное общение с Богом, и только его личная вера может

быть гарантом будущего спасения. Подобная доктрина порождала особую этику, где человек должен был полагаться исключительно на самого себя, свои способности и должен постоянно развивать свои трудовые навыки, дабы добиться успеха, являющегося знаком спасения.

Таким образом, в основании американской мечты не было ничего сугубо материального, материальное благополучие было лишь знаком богоизбранности, будущего неземного существования. Однако эта идея породила такие нормы поведения, которые неизбежно вызывали уважение к материальному успеху, достигнутому постоянным трудом. Не случайно немецкий философ М. Вебер еще в начале XX в. в труде «Протестантская этика и дух капитализма» высказал мысль о том, что протестантская этика и дух западного капитализма имеют общий элемент – идею призвания человека – в смысле жизненной задачи, поставленной ему Богом⁷.

В каком-то смысле, действительно, протестантизм стимулировал развитие капитализма, верующие стали носителями нового отношения к труду, когда любой труд становился знаком служения Богу и, как следствие, приносил прибыль, которая также могла использоваться для помощи ближнему. Не случайно, например, идея благотворительности зародилась именно в среде протестантов.

Уже в первых текстах колониального периода труду, материальному благосостоянию и собственности отводится немало места. Так, в наиболее важном для понимания колониального периода произведении, «Истории поселения в Плимуте» (1651, опубл. в 1856), Уильям Брэдфорд (William Bradford, 1590–1657), ставший вторым губернатором новой колонии, рассуждал о том, как Господь указал путь к собственности как основе формирования общественной и экономической жизни поселенцев. Первоначально поселенцы существовали как некая коммуна на коллективных началах: общий труд, общий склад, централизованное и равное распределение продуктов, инструментов и т. д. Однако очень скоро многие стали роптать, что работают больше, а получают столько же, сколько и другие. Тогда произошло важное событие, которое Брэдфорд описывает так:

Губернатор (по совету главных поселенцев) согласился, чтобы маис сеял каждый для себя и только на себя при этом полагался... <...> ...оказалось, что эта общность имущества... большую

⁷ Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. М., 2006.

рождала смуту и недовольство и многие затрудняла работы, которые могли принести пользу и доставить удобства... <...> Господь в мудрости своей указал им иной, более пригодный для них путь⁸.

В таком подходе к решению экономической задачи мы опять сталкиваемся с исключительной ответственностью индивидуума за результаты своего труда. Очевидно, что пуританская этика с осуждением праздности и расточительства, с культом трудолюбия и делового успеха, упорством в осуществлении целей, стоическим отношением к жизненным неудачам явилась одним из основных компонентов в формировании американского национального характера.

Нужно иметь в виду, что колонии отличались по цели своего формирования. Не все колонисты были религиозными беженцами. Так, например, южные колонии населялись людьми с целями сугубо материальными, уклад жизни и этика там заметно отличались по своему характеру от новоанглийских. Однако индивидуализм, расчет на свои собственные силы отличал всех жителей колоний, вынужденных в суровых условиях отстаивать свое право на жизнь.

В XVIII в. идеи американского индивидуализма приобрели новые очертания и выразились в концепции «человека, сотворившего себя», «самодельного человека» (*self-made man*). Этот термин впервые был употреблен уже позже, в 1832 г., сенатором Генри Клеем, который назвал так американцев, чье материальное благополучие зависело исключительно от их собственного труда. Однако основные контуры такого американца были обозначены еще в XVIII столетии.

XVIII век вошел в историю как европейской, так и американской культуры как век Просвещения. Колонисты всегда уделяли большое внимание просвещению в прямом смысле этого слова, ведь Библия должна была прочитываться каждым протестантом самостоятельно. Поэтому в колониях существовала не только разветвленная сеть школ, но и ряд колледжей: начиная с 1636 г., когда был основан Гарвардский колледж, на территории колоний возникло восемь высших учебных заведений. В обучении упор делался на знания, необходимые для последующей практической деятельности.

⁸ Брэдфорд У. История поселения в Плимуте // Уильям Брэдфорд. История поселения в Плимуте. Бенджамин Франклин. Автобиография. Памфлеты. Сент Джон де Кревекер. Письма американского фермера. М., 1987. С. 119.

Колонистам, живущим в обстоятельствах постоянной опоры на свои собственные силы, была вполне понятна идея естественного состояния человека, выраженная одним из самых влиятельных мыслителей Просвещения Д. Локком: естественное состояние это есть

...состояние свободы, это, тем не менее, не состояние своеволия... <...> Естественное состояние имеет закон природы, которым оно управляется и который обязателен для каждого... <...> ... все люди равны и независимы, ни один из них не должен наносить ущерб жизни, здоровью, свободе или собственности другого⁹.

В какой-то степени идеи Просвещения вывели на новый, светский уровень пуританский индивидуализм. В новой картине мира не было места карающему Богу, вершителю судеб, Бог отпускал человека и давал ему право свободного развития согласно разуму, которым он наделил человека. Естественные, природные законы, в отличие от неисповедимой Господней воли, оказались вполне доступны пониманию человеческого разума. Согласно этим законам, человек рождается свободным, равным другим людям, и ему изначально свойственны стремление к счастью и разумное отношение к себе и к своему окружению.

Эпоха Просвещения отразила надежды и чаяния людей так называемого третьего сословия, людей, лишенных аристократических привилегий и самостоятельно обеспечивающих себя и свою семью. Английские колонии в большинстве своем были как раз тем местом, где практически все население (не считая рабов в южных колониях) принадлежало к этому сословию, поэтому идеи Просвещения об устройстве более справедливого, разумного общества, основанного на общественном договоре свободных людей, получили столь активную поддержку их жителей. В результате 13 колоний объявили себя свободной страной и 4 июля 1776 г. подписали Декларацию независимости со значимыми словами, отчасти заимствованными у Локка и отразившими дух зарождающейся новой нации:

Мы исходим из той самоочевидной истины, что все люди созданы равными и наделены их Творцом определенными неотчуждаемыми правами, к числу которых относятся жизнь, свобода и стремление к счастью¹⁰.

⁹ Локк Дж. Второй трактат о правлении // Локк Дж. Соч: В 3 т. Т. 3. М., 1988. С. 264–265.

¹⁰ Декларация независимости [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hist.msu.ru/ER/EText/indpndnc.htm> (дата обращения 18.02.2020).

Среди «отцов-основателей», подписавших Декларацию, был Бенджамин Франклин (Benjamin Franklin, 1706–1790), политический деятель, просветитель, дипломат, изобретатель. Он явился своеобразным воплощением американской мечты эпохи Просвещения, обогатившейся образом «человека, сотворившего себя».

О жизни Франклина от рождения и до 1759 г. известно из его собственной «Автобиографии». Интересна история публикации этой знаковой для американской литературы и для американского самосознания в целом книги. Исходный текст был написан Франклином на французском языке, и первая его часть была опубликована во Франции в 1791 г., а перевод на английский уже первых двух частей вышел в Лондоне два года спустя. Однако полностью с автобиографией своего великого соотечественника американцы смогли познакомиться только в 1868 г., когда уже был известен термин *self-made man*, который сам Франклин не применял, но в общественном сознании термин прочно ассоциируется именно с его именем.

Все события изложены в ней не столько сообразно временной последовательности, но прежде всего сообразно главному жизненному кредо Франклина, как, впрочем, и всей просветительской мысли – убежденности в том, что судьба человека находится в его собственных руках и только от него самого зависит его жизнь.

Б. Франклин родился в Бостоне, центре пуританской Новой Англии, в семье ремесленника, занимавшегося производством сальных свечей и мыла. Денег в семье было немного, так что образование Бенджамину Франклину получить не удалось, если не считать двух лет грамматической школы (в дореволюционной России подобная школа называлась бы классической гимназией). Поэтому вся его дальнейшая жизнь явилась беспрестанным процессом самообразования. Еще подростком Франклин помогал старшему брату Джеймсу в типографии, и печатное дело на долгие годы стало его профессией.

Страсть к чтению, а затем и к сочинительству привела к конфликту с братом и желанию начать собственное дело. Так он оказался в Филадельфии, где и достиг первых успехов, основав в 1727 г. типографию и посвятив себя печатному делу и сочинительству. Обладая кипучей энергией, он создал «Пенсильванскую газету», дискуссионный кружок ремесленников и торговцев, впоследствии превратившийся в Американское философское общество, организовал в Америке первую публичную библиотеку и заложил основы Пенсильванского университета. Кроме того, он собрал добровольную милицию для обороны колонии, а также пожарную бригаду.

Одним из его многочисленных удачных проектов стал «Альманах Бедного Ричарда» (1732–1758), пользовавшийся огромной популярностью среди населения. Его тираж доходил до 10 тысяч экземпляров, что по меркам того времени было огромной цифрой. Он оказал весьма серьезное воздействие на формирование политических, социальных и этических взглядов жителей не только Пенсильвании, но и других колоний. В «Альманахе» отразился дух всей эпохи, направленный на воспитание человека, живущего самостоятельно, без опоры на других, соответственно разумным правилам и установлениям. Именно в «Альманахе» в доступной и хлесткой форме афоризмов, ставших крылатыми и дошедшими в большом количестве до наших дней, Франклин формулировал моральную программу воспитания нового человека. При этом во многих случаях Франклин их не придумывал, а заимствовал из китайских поговорок, афоризмов французского философа Франсуа де Ларошфуко (François VI, duc de La Rochefoucauld, 1613–1680) и других источников, но придавал им более краткую, яркую и запоминающуюся форму, что делало их более доступными для восприятия простым человеком.

Главный корпус всех поговорок связан с трудовой этикой. Трудолюбие – вот главная добродетель, которую, по мнению Франклина, должен воспитывать в себе любой человек:

Лень ведет за собой болезни, и это очень
укорачивает нашу жизнь;
Лень, как ржавчина, разъедает быстрее,
чем труд изнашивает, ключ же,
которым пользуются, всегда блестит;
Лень делает всякое дело трудным,
а трудолюбие легким;
Тот, кто поздно встает, должен целый день
бегать и только к ночи еле-еле кончит
свои дела;
Лень плетется так медленно, что Бедность вскоре
догонит ее;
Подгоняй свои дела, чтобы они тебя
не подгоняли;
Кто рано ложится и рано встает,
тот всегда здоров, богат и умен...

Время для Франклина является главным сокровищем:

Потерянное время нельзя вернуть, и того,
что мы называем достаточным временем,
всегда оказывается мало;
Если время – самая драгоценная вещь,
то растрата времени
есть самое большое мотовство.

«Время – деньги», наверное, самое знаменитое изречение Б. Франклина из его сочинения «Совет молодому торговцу, написанный старым» (1748), может считаться главным советом по трудовой и деловой этике для подрастающего поколения будущих американцев:

Запомните, что время – деньги. Тот, кто мог бы зарабатывать десять шиллингов в день своим трудом, а вместо этого полдня гуляет или бездельничает дома, даже если он при этом тратит только шесть пенсов в день на свои развлечения и безделье, должен учесть не только этот расход, но и считать, что он истратил, а вернее, выбросил на ветер еще пять шиллингов¹¹.

Обычно эти рассуждения и само выражение «время – деньги» понимаются исключительно как предостережение о том, что потеря времени равносильна потере денег, и ошибочно воспринимаются как совет исключительно для умножения денег как высшей цели. Однако такая интерпретация искажает его истинный смысл. Учитывая отношение Франклина ко времени как к жизни, высшей ценности, совет о приумножении денег ведет к тому, чтобы получить больше времени для самореализации, и деньги в данном случае не цель, а средство для полноценной жизни. Не случайно он отмечает, что «того, кто считает, что деньги могут все, можно заподозрить в том, что он сделает все ради денег».

Деньги являются у Франклина самой удобной метафорой, простым способом показать ценность того, что, возможно, не так очевидно было для его соотечественников в ту пору. Так, например, «инвестиции в знания всегда дают лучшую прибыль» или «гений без образования все равно что серебро в руднике».

Большое внимание Франклин уделял вопросам самосовершенствования – познанию своего внутреннего мира и вос-

¹¹ Франклин Б. Совет молодому торговцу // Б. Франклин. Автобиография. Совет молодому торговцу. М., 2013. С. 317.

питанию добродетелей. Приведем лишь некоторые из его афоризмов:

Легче подавить в себе первое желание,
чем удовлетворить все последующие;
Любям, не слушающим советов, нельзя помочь;
Лучше красиво делать, чем красиво говорить;
Если ты хочешь, чтобы тебе всегда угождали,
прислуживай себе сам;
Если ты не внемлешь благоразумию,
то оно тебе обязательно отомстит;
Сильный тот, кто сумел победить свои
дурные привычки;
Слишком много людей думает о защите
вместо того, чтобы думать
о возможности. Кажется, они больше
боятся жизни, чем смерти.

История жизни Франклина, изложенная им в «Автобиографии», словно иллюстрирует его знаменитые афоризмы и показывает нам человека, влюбленного в жизнь и стремящегося использовать все возможности, которые она предоставляет. Франклин склонен практически все обстоятельства своего жизненного пути рассматривать самым благоприятным образом. Но это вовсе не потому, что судьба одаривала его исключительно приятными сюрпризами, просто на все обстоятельства Франклин смотрел через призму своей активной жизненной позиции, с позиции человека с пытливым умом и оптимистическим настроением: если обстоятельства способствовали реализации его целей, то благодаря этому он добивался успеха; если препятствовали, то помогали формированию характера и закаляли волю.

Так, например, после того как Франклин решил открыть в Филадельфии собственную типографию, губернатор Кейт обещал ему помочь в этом предприятии. Тогда Франклин отправился в Лондон за оборудованием, но только уже на месте выяснилось, что Кейт не писал никаких рекомендательных писем и что в Лондоне его никто не ждет. Но он не стал предаваться унынию и нашел работу в местной типографии. За 18 месяцев пребывания в Англии Франклин не заработал ничего, так как много потратил на помощь своему другу, но вынес бесценный жизненный опыт, приобрел много полезных знакомств и прочел много книг, освоил профессию торговца.

Всей практикой своей жизни он показывал последующему поколению, что любой вид деятельности и любое знание могут быть освоены человеком любознательным и энергичным. Франклин подробно описывает в своем автобиографическом произведении то, как он вырабатывал в себе необходимые, с его точки зрения, моральные качества, способные привести к успеху. Вот его знаменитый свод добродетелей:

1. Воздержание. – Есть не до пресыщения, пить не до опьянения.
2. Молчание. – Говорить только то, что может принести пользу мне или другому; избегать пустых разговоров.
3. Порядок. – Держать все свои вещи на их местах; для каждого занятия иметь свое время.
4. Решительность. – Решаться выполнять то, что должно сделать; неукоснительно выполнять то, что решено.
5. Бережливость. – Тратить деньги только на то, что приносит благо мне или другим, то есть ничего не расточать.
6. Трудолюбие. – Не терять времени попусту; быть всегда занятым чем-либо полезным; отказываться от всех ненужных действий.
7. Искренность. – Не причинять вредного обмана, иметь чистые и справедливые мысли; в разговоре также придерживаться этого правила.
8. Справедливость. – Не причинять никому вреда; не совершать несправедливостей и не упускать добрых дел, которые входят в число твоих обязанностей.
9. Умеренность. – Избегать крайностей; сдерживать, насколько ты считаешь это уместным, чувство обиды от несправедливостей.
10. Чистота. – Не допускать телесной нечистоты; соблюдать опрятность в одежде и в жилище.
11. Спокойствие. – Не волноваться по пустякам и по поводу обычных или неизбежных случаев.
12. Целомудрие. – Избегать вступать в половые сношения слишком часто, только для поддержания здоровья и продолжения рода, но никогда по слабости или когда это может повредить твоей или чужой репутации.
13. Скромность. – Подражать Иисусу и Сократу¹².

¹² Франклин Б. Автобиография // Уильям Брэдфорд. История поселения в Плимуте. Бенджамин Франклин. Автобиография. Памфлеты. Сент Джон де Кревекер. Письма американского фермера. М., 1987. С. 423. (Библиотека литературы США)

Если внимательно присмотреться к этим добродетелям, то станет видно, что они все направлены в практическую плоскость, т. е. они предназначены для создания такого характера, которому проще всего будет приспособиться к жизни, чтобы получить пользу, достичь успеха. Здесь заметно, как пуританская модель духовного роста трансформируется в светскую, и «моральное самоусовершенствование» ведет к социальным достижениям.

Сам Франклин подошел к выработке этих качеств в себе весьма рационально – завел дневник, в котором ежедневно для наглядности отмечал, насколько часто он нарушал ту или иную добродетель. Кроме того, он составил расписание, которому следовал практически каждый день. В расписании каждый час был расписан так, чтобы не потерять драгоценного времени, оно стало наглядным пособием его знаменитых афоризмов о ценности времени.

Впоследствии и добродетели, и расписание – все это станет предметом и веселой иронии, и печального пессимизма, а подчас и полного отрицания в творчестве американских писателей последующих поколений. Однако величие этого человека, который создал идеал простого «самодельного» американца, созидającego себя человека, способного самостоятельно, без оглядок на чью-либо волю, построить свою жизнь и достичь успеха, несомненно. Он явился продуктом своего времени, воплощением американской мечты эпохи Просвещения, и все таланты, которыми наделила его природа, он в соответствии с требованиями своего времени направил на служение и себе, и обществу.

Для дальнейшего изучения

- Баталов Э.Я.* Русская идея и американская мечта. М., 2009.
- Ирвинг В.* Астория / Пер. с англ. А. Ващенко. М., 1998.
- «Человек, который создал сам себя»: Американский опыт в лицах и типах / Сост., предисл. Т.Д. Венедиктовой. М., 1993.
- Decker J.L.* Made in America: Self-styled Success from Horatio Alger to Oprah Winfrey. University of Minnesota Press, 1997.
- Debusmann B.* Obama and the American dream in reverse // Reuters. 2010. September 24 [Электронный ресурс]. URL: <http://blogs.reuters.com/great-debate/2010/09/24/obama-and-the-american-dream-in-reverse/> (дата обращения 15.01.2020).
- Goldfield D.* The Gifted Generation: When Government was Good. N.Y., 2017.
- Lawrence S.L.* The American Dream: A Cultural History. N.Y., 2012.

Электронные ресурсы

Американская мечта: откуда она появилась и почему все хотят ее достичь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UswzoGSdDX4&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JVIyzevFsC8&index=1&t=12s> (дата обращения 10.01.2020).

Сайт Института Франклина [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fi.edu//> (дата обращения 13.01.2020).

Сочинения об американской мечте [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bartleby.com/essay/> (дата обращения 15.01.2020).

Selected quotes on the American Dream [Электронный ресурс]. URL: <http://americandreamconference.com/selected-quotes-on-the-american-dream/> (дата обращения 16.01.2020).

Тема 2. Как стать «здоровым, богатым и мудрым» – разговор о мечте и успехе в литературе США XIX в.

Каких только тренингов и программ личного роста не появилось в последнее время! Это и тренинги по духовному развитию, обретению силы и уверенности в себе, и персонального лидерства через управление собственной жизнью, и просто развития личности. Названий много, а суть одна, и мало кто задумывается над тем, что все эти программы есть не что иное, как осязаемые идеи саморазвития и самопомощи, возникшие еще в XIX в. не без участия американцев.

Концепция самопомощи была изложена шотландцем Сэмюэлом Смайлом (Samuel Smiles, 1812–1904) в его книге «Самопомощь» (1859). В своем сочинении С. Смайлс говорил о необходимости воспитания и сохранения в себе моральной чистоты, которая должна сочетаться в человеке с активной деятельностью, тяжелым ежедневным трудом, стремлением к образованию, упорством в достижении цели. Книга содержала биографии известных промышленников и изобретателей Европы, доказывающих всей своей жизнью и деятельностью этот постулат. С. Смайлс показал, что

...свобода в равной степени является результатом как морального, так и политического подъема. Это результат свободного действия индивидуума, его энергии и независимости. Последствия его действий определяются не тем, что руководит им извне, а тем, чем он руководствуется внутри себя¹³.

Книга стала бестселлером в Америке, мысли автора этой книги оказались созвучны жизненному кредо американца, находящего опору своей жизни только в самом себе. На самом деле Смайлс, хотя и опирался в основном на описание жизни британских выдающихся личностей, тем не менее подвел своего рода итог процессу духовного становления американца в первой половине XIX в., ибо во многом разделял идеи американского трансцендентализма, первой национальной американской философии.

¹³ *Smiles S. Self-Help; with Illustrations of Character and Conduct* [Электронный ресурс]. URL: <https://oll.libertyfund.org/title/smiles-self-help-with-illustrations-of-character-and-conduct> (дата обращения 26.02.2020).

Трансцендентализм (от латинского *transcendens* – выходящий за пределы) по праву считается философией американского индивидуализма. Сформированная представителями интеллектуалов Новой Англии (священниками, преподавателями, писателями), эта философия впитала в себя ряд положений немецкого идеализма, а также восточных философских течений, приспособив их к требованиям американского духовного развития.

Главой кружка трансценденталистов был Ральф Уолдо Эмерсон (*Ralph Waldo Emerson*, 1803–1882), представлявший это философское направление как внутреннюю форму духовности, которая может быть выражена посредством языка поэзии и воображения. Именно поэтому среди трансценденталистов было так много писателей, в частности Натаниэль Готорн (*Nathaniel Hawthorne*, 1804–1864), автор романа «Алая буква», Генри Торо (*Henry David Thoreau*, 1817–1862), прославившийся книгой о своем двухгодичном проживании в лесу, идеи трансцендентализма разделял и великий поэт Уолт Уитмен (*Walt Whitman*, 1819–1892).

Согласно представлениям трансценденталистов, физический мир природы является отражением мира божественного. Соответственно, и человек, и его разум являются божественными по своей сущности, поэтому необходимо сосредоточиться на понимании своих собственных мыслей, чувств и эмоций как отражения божественного замысла и его предначертаний в судьбе человека. Трансцендентализм продвигал новое понимание индивидуальности, ее отношения с природой, обществом и Вселенной, важность самопознания в жизни каждого человека.

Такое понимание личности привело к появлению в трансцендентализме своеобразной формулы американского индивидуализма – доктрины «доверия к себе». В своей основе она содержит мысль о том, что лишь ему, самому человеку, дано знать, на что он способен, а это не прояснится, пока он не испытает себя. Ральф Эмерсон писал:

Верь себе! Нет сердца, которое не откликнулось бы на зов этой струны. Прими то место, которое было найдено для тебя Божественным провидением, прими общество своих современников и связь событий¹⁴.

Философия доверия к себе, которая в полной мере раскрыта в одноименном эссе Р. Эмерсона (*Self-Reliance*, 1841), обозначает

¹⁴ Эмерсон Р. Доверие к себе // Эмерсон Р. Эссе, Г. Торо. Уолден, или Жизнь в лесу. М., 1986. С. 134.

не только преобразование самой личности, но также и политическую приверженность идеалам демократии. Он был убежден, что демократия является лучшим условием для активного развития каждого человека. «Самость», “Self” – эта категория стала центральной в жизни и деятельности американца.

В рамках трансцендентализма развивались важные общественные движения и идеи, прославляющие полную свободу человеческой личности. Прежде всего это аболиционизм – движение за освобождение черных невольников. Р. Эмерсон старался в красочной и доступной форме объяснить страшную сущность и последствия рабовладения:

Я считаю, мы должны избавиться от рабства или мы должны избавиться от свободы. <...> Если вы наденете цепь на шею раба, то другой ее конец застегнется вокруг вашей собственной шеи¹⁵.

Трансценденталисты выступали также за предоставление женщинам больших прав и свобод. В своих лекциях Р. Эмерсон призывал женщин к борьбе за права в сфере образования, имущества, политического участия в жизни страны. Он утверждал, что если женщинам не дают избирательного права, то они и не должны облагаться налогом. Неслучайно главным редактором журнала трансценденталистов «Циферблат» стала талантливая журналистка и литературный критик Маргарет Фуллер (Sarah Margaret Fuller, 1810–1850), известная своей феминистской работой «Женщина в девятнадцатом столетии» (1843).

Трансценденталисты отвергали всяческое насилие и лучшей формой противостояния власти считали гражданское неповиновение. Право гражданина на ненасильственное неповиновение отстаивал Генри Торо. Так, доказывая право человека на свободу в выражении своего несогласия с политикой государства, он сам отказался от уплаты государственного подушного налога. Тем самым он предъявил свое несогласие с политикой государства и войной с Мексикой в 1846–1848 гг., за что впоследствии был заключен в тюрьму. На основе собственного опыта он обосновал принцип гражданского неповиновения в трактате «О гражданском неповиновении» (1849), в котором Г. Торо подчеркивал, что граждане обязаны мирно противостоять силе правительства для того, чтобы сила государства не стала всеобъемлющей.

¹⁵ Address to the Citizens of Concord on the Fugitive Slave Law, 3 May 1851. Sources: Houghton Library of Harvard University [Электронный ресурс]. URL: <http://emerson.tamu.edu/content/address-citizens-concord-fugitive-slave-law-3-may-1851> (дата обращения 19.11.2019).

Ему же принадлежит ставшая популярной в XX в. идея вегетарианства. Так, в своем главном произведении «Уолден, или Жизнь в лесу» (1854) он пишет:

Ни один гуманный человек, вышедший из бездумного мальчишеского возраста, не станет напрасно убивать живое существо, которому дарована та же жизнь, что и ему самому¹⁶.

Для Торо отказ от потребления мяса является началом духовного самосовершенствования. Впоследствии идеи трансцендентализма нашли свое развитие не только на территории Америки, но и широко распространились по всему миру. Ими вдохновлялись и Л.Н. Толстой, и Махатма Ганди.

Таким образом, в первой половине XIX столетия полностью сформировались социальные и философские концепции, утверждающие характер человека, сотворившего самого себя, опирающегося исключительно на свои силы, на свое «Я», как тип национального американского характера. Особенно важно заметить, что ставка на себя, на индивидуализм отнюдь не означала проповедь эгоистического отношения к жизни. Напротив, это было стремлением утвердить характер созидающего человека, способного изменить свой собственный мир к лучшему, а тем самым сделать и окружающий мир лучше.

В это же время, в годы своего президентства, Эндрю Джексон (1767–1845), чьим именем названо целое десятилетие истории, является героем своей эпохи. Годы его правления (1829–1837) стали периодом социально-экономических и политических реформ в США. Он родился в небогатой семье, но благодаря упорству получил хорошее юридическое образование и развил бурную деятельность, сначала как юрист, потом как предприниматель и плантатор. Во время англо-американской войны 1812–1814 гг. Джексон прославился как талантливый генерал и, наконец, обратился к политике.

Он вырос и стал знаменитым на Западе, большую часть жизни провел в гуще людей, потом и кровью устраивавших собственное благополучие, он знал жизнь простого человека не понаслышке. Это во многом определило в дальнейшем его политическое кредо. Один из главных принципов, которым руководствовался Джексон, – свобода личности и народа, их суверенитет. Он был убежден, что никто не имеет права вмешиваться в деятельность личности и сообществ индивидуумов, если она не противоречит законам.

¹⁶ Торо Г.Д. Уолден, или Жизнь в лесу. СПб., 2014. С. 212.

Первая половина XIX в. в США – это годы промышленной революции и интенсивного продвижения на Запад в поисках новых земель и с целью их освоения. Покупка в 1803 г. Луизианы, ранее принадлежавшей Франции, увеличила территорию страны почти вдвое. На северо-востоке США так же быстро росли фабрики, бурно развивалось фермерское хозяйство. Увеличился поток массовой иммиграции в США из Европы. Число иммигрантов, прибывших в США с 1820 по 1850 г., составляло около 2,45 млн человек. С 1800 по 1860 г. за каждые 10 лет население страны увеличивалось на 32–36%.

Дешевые земли и возможность начать собственное дело, не имея вокруг конкурентов, побуждали людей двигаться на необжитые территории, что привело к строительству и быстрому развитию новых городов: на карте страны появились Чикаго (1803), Астория (1811), Монтгомери (1819), Индианаполис (1821), Таллахасси (1824), Милуоки (1833) и многие другие.

Американский город – это особый организм, которому свойственны текучесть, масштабность, движение, многоликость и переменчивость. В городе не было четких классовых перегородок, способных встать на пути у молодого предпринимателя. Как пишет Генри Джеймс (Henry James, 1843–1916) в своей повести «Дейзи Миллер» (1876), европейцев страшно удивлял факт того, что агент семьи Дейзи запросто обедает вместе со своими нанятелями. Такая атмосфера воспитывала в американцах инициативность, предприимчивость.

Концепция *self-made man*, человека, себя сотворившего, возникшая еще на просветительских идеях добропорядочного труда, заиграла в эпоху Джексона новыми яркими красками.

Именно в городской среде появились первые американские бизнесмены. Сам термин «бизнесмен» существовал еще в XVII в., но широкое употребление получил в США в первое десятилетие XIX в. Ранний бизнесмен-американец принципиально отличался от европейского дельца, о котором, например, писал Ч. Диккенс. Бизнесмен в США работал не только на свой карман, но и на всеобщее благо. Доходы, получаемые с предпринимательства, шли на строительство и развитие городов. Ранний американский бизнесмен – энтузиаст, верящий в сочетание интересов общественного и личного процветания.

В первой половине XIX в. в журналах выходят десятки жизнеописаний успешных людей, образ бизнесмена становится популярным, воплощая важные деловые качества американца: его индивидуализм, предприимчивость, смелость, смекалку. Истории жизни таких людей, как, например, Уильяма Огдена (1805–1877),

ставшего железнодорожным магнатом и первым мэром Чикаго, или Дэниэла Дрейка (1785–1852), талантливого врача, организатора медицинской службы и обучения в Цинциннати, служили примером для подражания.

Переломным моментом в разговоре о характере американца и его отношении к стране стала Гражданская война 1861–1865 гг. Америка долго балансировала между двумя различными экономикami и социумами – свободным, развивающим промышленность Севером и рабовладельческим аграрным Югом. Конфликт интересов обозначился довольно рано, еще во времена подписания Конституции в XVIII в., но в результате целого ряда событий в первой половине XIX в. (распространение аболиционизма, восстание рабов под предводительством Ната Тернера в 1831 г., экспансия рабовладения на новые территории после аннексии Техаса в 1845 г., принятие закона о беглых рабах в 1850 г., предусматривающего суровое наказание не только беглым рабам, но и всем, кто им помогал, и т. д.) конфликт вылился в военное противостояние. В итоге Юг был повержен, рабство отменено, а США приступили к финальному этапу формирования нации.

Этот этап характеризовался, с одной стороны, небывало стремительным экономическим ростом, начало которому было заложено еще экономической программой президента Авраама Линкольна, обратившего внимание на развитие банковского дела, телеграфа и строительство железных дорог. После войны появились великие национальные проекты, каким было, например, строительство транснациональной железной дороги. Резко возросли зарплаты, появились новые богатые люди, которым улыбнулась удача в период бурной эпохи предпринимательства.

С другой стороны, в это же время страна погрязла в коррупционных скандалах, когда огромные состояния наживались далеко не самым праведным образом. Американская культурная элита неоднозначно воспринимала произошедшие перемены в обществе, однако чаще всего это был пессимистический взгляд на современность. Так, по мнению внука и правнука двух президентов США Генри Адамса (Henry Brooks Adams, 1838–1918), «эволюция, шагнувшая от президента Вашингтона к президенту Гранту, – да одного этого свидетельства достаточно, чтобы опрокинуть Дарвина»¹⁷. Уолт Уитмен, певец американской демократии, в эссе «Демократические дали» с разочарованием отмечал:

¹⁷ Адамс Г. Воспитание Генри Адамса. Гл. 17 [Электронный ресурс]. URL: http://www1.lib.ru/INPROZ/ADAMS_G/educatio.txt_with-big-pictures.html (дата обращения 19.02.2020).

Испорченность деловых кругов в нашей стране не меньше, чем принято думать, а неизмеримо больше. Общественные учреждения Америки сверху донизу во всех ведомствах, кроме судебного, изъедены взяточничеством и злоупотреблениями всякого рода. <...> В крупных городах процветает благопристойный, а порою и открытый, грабеж и разбой. В высшем свете – легкомыслие, любовные шашни, легкие измены, ничтожные цели или полное отсутствие каких бы то ни было целей за исключением одной: убить время. В бизнесе (всепожирающее новое слово «бизнес») существует только одна цель – любыми средствами добиться барыша... <...> Нажива – вот наш современный дракон, который проглотил всех других¹⁸.

С таким мнением относительно современного бизнеса и бизнесмена солидаризовался и Уильям Дин Хоуэллс (William Dean Howells, 1837–1920), писатель и литературный критик. В своем романе «Возвышение Сайласа Лафема» (1885) он повествует о внезапном богатстве и превращении простой семьи в нуворишей. Их претензии на аристократизм смешны, а неумеренное тщеславие приводит к утрате богатства и начальной точке их существования.

Неслучайно за последней третью XIX в. закрепилось удивительно точное название этого периода – «позолоченный век», иронически переосмысляющее традиционный образ золотого века. Это название дал своему времени Марк Твен (Mark Twain, наст. имя Сэмюэл Лэнгхорн Клеменс, 1835–1910) в одноименном романе (1873), первом крупном сочинении великого писателя, который он написал в соавторстве с Ч.Д. Уорнером (Charles Dudley Warner, 1829–1900). В образе сенатора Диллуорти отразился новый тип политика, работающего на конечный результат, несмотря на моральные отступления, которые происходят в процессе его достижения. Этот циник обладает деловой хваткой и хорошо усвоил правило современного предпринимательства: «в деловом мире процветание – лишь мыльный пузырь, возникший из кредита и спекуляций». Неслучайно весь Конгресс у Марка Твена – это сборище беспринципных дельцов, расхищающих государственную казну, как, например, достопочтенный мистер Хиггинс, который

не напрасно явился в Вашингтон служить своему отечеству. Ассигнования, которые он выудил у Конгресса на содержание индейцев, населяющих Территорию, могли бы сделать всех этих дикарей богачами, если бы только эти деньги когда-нибудь дошли по назначению¹⁹.

¹⁸ Уитмен У. Демократические дали // К. Чуковский. Мой Уитмен. М., 1969. С. 237.

¹⁹ Твен М. Позолоченный век [Электронный ресурс]. URL: <https://e-knigi.com/nauchnye-i-nauchno-populjarnye-knigi/istorija/page-56-184265-mark-tven-pozolochennyi-vek.html> (дата обращения 20.11.2020).

В этом же романе появляется и образ ловца удачи, устремившегося к американской мечте, – полковника Бирайи Селлерса, доброго недотепы, неустанно придумывающего различные проекты, которые принесут ему золотые горы, но недостаточно жесткого и циничного, чтобы эти проекты осуществить. Бирайя Селлерс – первый из героев Марка Твена, о которых он много позже, уже в 1905 г., с иронией скажет:

Шестьдесят лет тому назад «оптимист» и «дурак» не были синонимами. Вот вам величайший переворот, больший, чем произвели наука и техника. Больших изменений за шестьдесят лет не происходило с сотворения мира²⁰.

В эпоху «позолоченного века» происходит важный перелом во взгляде на американскую мечту и человека, сотворившего самого себя. Резче всего полярные точки зрения на американскую мечту и возможности ее достижения отразились в очно-заочном творческом споре Марка Твена и Хорейшо Олджера (Horatio Alger, Jr., 1832–1899).

Хорейшо Олджер является самым ярким защитником американской мечты и «человека, сотворившего себя», автором так называемого романа «из грязи – в князи», где названия говорят сами за себя: «Слава и Богатство» (1868), «Марк, продавец спичек» (1869), «Бен-швейцар» (1870), «От мальчика с канала до президента» (1881), «От мальчика с фермы до сенатора» (1882), «Авраам Линкольн – мальчик из лесной глуши» (1883) и т. д. В сущности, его произведения являлись своеобразным развернутым и уточненным рецептом совершенствования, предложенным Б. Франклином.

Славу Олджеру принес первый большой роман, написанный в 1867 г., «Оборванец Дик, или Уличная жизнь Нью-Йорка с чистильщиком обуви». Все действие романа происходит на улицах Нью-Йорка, где главный герой романа Дик, самостоятельно обучаясь чтению, письму и арифметике, постепенно превращается из бродяги в уважаемого члена общества. Нью-Йорк представлен с точки зрения главного героя – это город, в котором сосуществуют как богатые и преуспевающие дельцы, так и люди, находящиеся за чертой бедности. Дик не просто беден, он нищ, о чем свидетельствуют первые строки романа:

²⁰ Твен М. Из записных книжек 1865–1905 // Твен М. Собр. соч.: В 12 т. Т. 12. М., 1961. С. 526.

Его спальня была деревянной коробкой, наполовину наполненной сеном, на котором юный чистильщик обуви расположил свои изможденные конечности и громко сопел, словно его кровать была очень даже удобной²¹.

Однако он не мирится со своим существованием, а обращает внимание на людей, о которых можно сказать, что они тоже когда-то были бедными, но достигли успеха. И вот теперь они готовы помогать таким же мальчишкам, какими были некогда сами. Например, владелец книжного магазина был разносчиком газет, но благодаря честности и труду стал состоятельным джентльменом. Дик беден, но он окружен успешными людьми, что внушает ему веру в то, что выбиться в люди и стать достойным членом общества возможно, стоит только постараться.

Олджер уделяет особое внимание в романе моменту переосмысления героем собственной жизни и осознания своего бездействия. Он утверждает, что главное – захотеть перемен, сделать первый шаг и не отступаться, слушать свое «Я». Главная задача Олджера – воодушевить детей, читавших роман, к переменам, показать, как легко можно наладить свою жизнь, относясь к жизни более ответственно. Именно поэтому Олджер не стал описывать целиком жизненный путь Дика, сосредоточившись на одном дне, одном случае, который послужил толчком ко всем добрым переменам в его дальнейшей жизни.

Х. Олджер с самого начала выделяет преимущества Дика перед остальными мальчишками, наделяя его множеством положительных качеств. При этом, подобно Ч. Диккенсу, он также не объясняет, как Дик смог остаться добрым и честным в компании беспризорников. Он характеризует его как примерного ребенка, щедрого и полного оптимизма, отличающегося также дружелюбием, добротой, честностью, храбростью. Это образцовый герой, воплощение знаменитых франклиновских добродетелей, выраженных в его бессмертных афоризмах («Пораньше ложись и пораньше вставай – будешь умен, и здоров, и богат!»; «Легче избежать дурных привычек, чем их победить»).

Очевидная мораль романов Х. Олджера – поступай по совести и будешь счастлив. Для Х. Олджера материальное благополучие и успех неразрывно связаны с нравственным воспитанием. Главная задача текстов – подать правильный пример, вдохновить, заставить поверить в собственные силы и подарить

²¹ *Alger H. The Ragged Dick, or The Street Life of New York with the Boot-blacks. N.Y., 2009. P. 5.*

надежду на то, что повторение судьбы героев его романов возможно в реальной жизни.

Успех романов Х. Олджера был огромен, породив так называемый миф Хорейшо Олджера, в котором главным было изображение оптимизма, успеха, возможностей и надежды. Этот «миф» является отражением американской мечты и веры в возможности, которые Америка открывает для человека.

Романы Х. Олджера, не выдерживающие серьезной критики в смысле их художественного достоинства, вызвали резкое неприятие у больших художников слова, критически осмысляющих традицию нравоучительных романов в американской литературе. Так, например, Томас Б. Олдрич (Thomas Bailey Aldrich, 1836–1907) первый заложил традицию иронического отношения к «хорошим мальчикам» из романов Олдрича и книжек для воскресных школ, написав полуавтобиографический роман с вызывающим названием «История плохого мальчика» (1870). Его Том Бейли не отличается примерным поведением, мечтает о путешествиях и даже готовит себя к жизни на острове, но, когда умирает его отец, он сразу взрослеет и поступает на работу.

Марк Твен успешно продолжил и усовершенствовал это начинание. В середине 1870-х гг. Твен создал злую пародию на нравоучительные повествования, рассказы-перевертыши на тему романов Х. Олджера – «Рассказ о дурном мальчике» (1875) и «Рассказ о хорошем мальчике» (1875). С огромной иронией, приближенной к стилю «черного юмора», в них Твен показывает несовместимость реальных законов жизни с теми, которые навязывает ей франклиновский идеал. Презирающий мораль и благопристойность «плохой мальчик» неизменно преуспевает во всех своих незаконных действиях. Так, например, когда «плохой мальчик» Джим забрался на чужую яблоню, чтобы красть яблоки,

...сук не подломился, Джим не упал, не сломал себе руку, его не искусила большая собака фермера, и он потом не лежал больной много дней, не раскаялся и не исправился, ничего подобного! Он нарвал яблок сколько хотел и благополучно слез с дерева. А для собаки припас камень и хватил ее этим камнем по голове, когда она кинулась на него. Необыкновенная история! Никогда так не бывает в нравоучительных книжках... <...> Так он вырос, этот Джим, женился, имел кучу детей и однажды ночью разможил им всем головы топором. Всякими плутнями и мошенничествами он нажил состояние, и теперь он – самый гнусный и отъявленный негодяй в своей деревне – пользуется всеобщим уважением и стал одним из законодателей штата²².

²² Твен М. Рассказ о дурном мальчике // Твен М. Собр. соч.: В 12 т. Т. 10. М., 1961. С. 38–40.

История же «хорошего мальчика», напротив, представляет ходульный сюжет о добрых деяниях и ожиданиях награды за них, но то и дело герой попадает в неприятные ситуации, не предусмотренные произведениями указанного жанра:

Он всегда слушался родителей, как бы нелепы и бессмысленны ни были их требования; он постоянно сидел над учебниками... он не пропускал уроков и не бил баклуши даже тогда, когда трезвый голос рассудка подсказывал ему, что это было бы самое полезное для него времяпрепровождение. <...> Но почему-то этому славному мальчику не везло! Никогда ничего не происходило в его жизни так, как бывает с хорошими мальчиками в книжках. Те всегда жили припеваючи, и ноги ломали себе не они, а скверные мальчишки. А с Джейкобом что-то было неладно – все у него выходило наоборот. Когда он увидел, как Джим Блейк рвет чужие яблоки, и подошел к дереву, чтобы прочесть Джиму рассказ о том, как другой воришка упал с яблони соседа и сломал себе руку, Джим действительно свалился, но не на землю, а на него, Джейкоба, и сломал руку не себе, а ему, а сам остался цел и невредим²³.

Важно то, что Марк Твен иронизирует не только над нравоучительным романом образца Х. Олджера, но и над самой основой, его породившей, – это добродетельные нравоучения Б. Франклина. Еще в 1870 г. он написал искрящийся юмором памфлет «Покойный Бенджамин Франклин», в котором подверг осмеянию как главные афоризмы великого просветителя, так и тех людей, которые пытаются слепо следовать его советам и воспитывать детей на их основе:

С коварством, равного коему не знает история, он весь день работал, а ночью при свете фитилька изучал алгебру – и все ради того, чтобы стать образцом для других мальчиков, которым теперь, чуть что не так, сразу указывают на Бенджамина Франклина. Но ему этого было мало, и он завел привычку питаться только хлебом с водой и за трапезой изучать астрономию, чем уже успел исковеркать жизнь миллионам мальчиков, отцы которых начитались вредной биографии Франклина. Афоризмы его так и пышут враждой к мальчикам. Нынешний мальчик не может следовать ни одному своему нормальному инстинкту, без того чтобы сразу не нарваться на какой-нибудь бессмертный афоризм и фамилию Франклина. <...> Если он, покончив с уроками, намерен запустить волчок, отец цитирует: «Потерянного времени не вернешь».

²³ Твен М. Рассказ о хорошем мальчике // Твен М. Собр. соч.: В 12 т. Т. 10. М., 1961. С. 175.

Если он совершает добродетельный поступок – награды не жди, ибо: «Добродетель не нуждается в награде». Вот так мальчика за день затравят до смерти, а потом еще и необходимого отдыха лишат – ведь Франклин однажды в порыве златорного вдохновения изрек: «Ложись пораньше и встань пораньше утром – будешь здоровым, богатым и мудрым». А какой мальчик согласится стать здоровым, богатым и мудрым на таких условиях!²⁴.

Исполненные остроумия и иронии памфлет и рассказы о плохом и хорошем мальчиках являются своего рода прологом к «Приключениям Тома Сойера» (1876), где совершенно отсутствует слащавость историй про добропорядочных мальчиков, своим правильным поведением добивающихся успеха на жизненном поприще. Том – озорник, ненавидящий заученные добродетели и примерных мальчиков. Он способен преобразить серую скучную обыденность в интересный, полный тайн и авантюр мир. В нем воплощена живая вольная жизнь Америки, где все дороги открыты, все мечты достижимы.

Твен на примере Тома Сойера показывает, что человеку по самой его природе чужды франклиновские правила благочестия и усердия, превратившиеся в догму. Его Том Сойер – это настоящий американец, который полагается только на законы природы и проявляет истинные знания, добытые своим собственным опытом, в нем торжествует жизнь, живая и вольная. И не добродетели, а природная смекалка помогают Тому заставить своих друзей выкрасить вместо себя забор, да еще и получить за это плату алебастровыми шариками и хлопушками. Конечно, здесь присутствует блестящая ирония над нравочениями великого просветителя, когда тетя Полли награждает Тома яблоком, сопровождая свой дар лекцией о праведном труде. На деле получилось как раз наоборот: не труд, а смекалка оказывается верным путем к успеху!

Таким образом, Марк Твен в своих произведениях иронически снижает и пересматривает представление о том, что только добропорядочностью и трудом возможно достижение успеха. Он пародийно использует сюжеты и типажи романов Х. Олджера, чтобы доказать несостоятельность распространенной доктрины успеха. Он показывает, что то, что возникло еще во времена Просвещения, не может соответствовать духу другой эпохи. При этом вера в американца как исключительно энергичного, опирающегося только на себя человека в творчестве Твена, по крайней

²⁴ Твен М. Покойный Бенджамин Франклин // Там же. С. 126.

мере, до начала XX века, неизмерима. Однако замеченное Марком Твеном несоответствие этических правил действительности означало новый поворот в истории американской мечты и возможностей человека, сотворившего себя.

Как видим, разговор о возможностях американца и его характере, отмеченном индивидуальной ответственностью, велся на протяжении всего XIX столетия. Опора на себя – вот главный тезис этого разговора, однако на разных этапах развития американского общества тональность разговора очевидно менялась: от безоговорочной веры в успех как награду за добропорядочный труд и моральную чистоту до иронического сомнения в правомочности подобных утверждений.

Для дальнейшего изучения

Бурстин Д. Американцы: Национальный опыт. М., 1993.

Зверев А.М. Мир Марка Твена. М., 1985.

История литературы США: В 7 т. / Ред. Я.Н. Засурский, М. Корнева, Е. Стеценко. Т. 2–4. М., 2000.

Лернер М. Развитие цивилизации в Америке. М., 1992.

Осипова Э.Ф. Генри Торо: Очерк творчества. Л., 1985.

Осипова Э.Ф. Ральф Уолдо Эмерсон: Писатель и время. Л., 1991.

Осипова Э.Ф. Ральф Эмерсон и американский романтизм. СПб., 2001.

Harpster J. The Railroad Tycoon Who Built Chicago: A Biography of William B. Ogden. Carbondale, 2009.

Making America: The Society and Culture in the USA / Ed. by Luther S. Luedtke. Chapel Hill, 1992.

Tebbel J. From Rags to Riches: Horatio Alger Jr. and the American Dream. N.Y., 1963.

Электронный ресурс

Американское «Я»: что такое self-made и как менялось это понятие в течение XIX века [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sphyLfukHJg&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JVIyzevFsC8&index=2&t=18s> (дата обращения 10.01.2020).

Тема 3. Вступая в XX век: американская мечта как американская драма

«Американская мечта может ускользнуть. Раньше мы сталкивались с такими проблемами. Чтобы восстановить Мечту, нужно знать, откуда она взялась, как она существовала так долго и почему это так важно»²⁵, – сказал Джон Мичем (Jon Meacham, род. 1969), один из ведущих современных журналистов, автор ряда биографий американских президентов. Действительно, не было ни одного поколения американских писателей, которые не обратились бы в своем творчестве к американской мечте.

С героями, помчавшимися за американской мечтой и потерпевшими трагическое крушение своих иллюзий, Америка знакомится в начале XX в. Состоятельность философии успеха, основанной на добродетелях эпохи Просвещения, пошатнулась в конце XIX столетия. Это произошло не только в силу изменившихся экономических условий и открывшихся в период «позолоченного века» (последняя треть XIX в.) новых перспектив обогащения, но во многом и благодаря ироническому ее переосмыслению в творчестве таких писателей, как Марк Твен. Оказалось, что успеха достигает не тот, кто честно трудится не покладая рук, а тот, кто обладает большей смелостью и смекалкой и не всегда задумывается о добропорядочности. Рубеж веков – время сомнений в том, что успех достижим для всех и каждого на американской земле. А если и достигим, то какими средствами, и можно ли достичь своей мечты, не растеряв по пути многое из того, что делает человека человеком?

Неслучайно начало века ознаменовалось выходом в свет романа Теодора Драйзера (Theodore Herman Albert Dreiser, 1871–1945) «Сестра Керри» (1900), который сразу же оказался под запретом «за разнузданную непристойность». Благодетельная Америка не могла позволить своим читателям узнать историю

²⁵ Meacham J. Keeping the Dream Alive // TIME. 2012. June 21 [Электронный ресурс]. URL: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2117662_2117682_2117680,00.html (дата обращения 19.02.2020).

успеха девушки, не вписывающуюся в рамки строгих нравственных установлений: главная героиня романа Каролина Мибер без колебаний использует мужчин, которые служат ей своего рода социальным лифтом.

Однако не столько безнравственное поведение женского персонажа возмутило общественность, сколько то, что писатель уже без привычной иронии Марка Твена, а вполне серьезно подвергал сомнению саму возможность праведных путей достижения американской мечты. В конце романа Драйзер рассуждает о том, что такое успех и путь к нему:

Но если честный труд скудно оплачивается и изнуряет; если этот путь так длинен, что красоты никогда не достигнешь, только утомишь ноги и сердце; если тяга к красоте так сильна, что человек сходит с прямого пути и ищет дорогу, быстрее приводящую его к ... <...> защежит и наполнится томлением, знай, что для тебя не уготовано ни пресыщения, ни удовлетворения. В своей качалке у окна ты будешь одиноко сидеть, мечтая и тоскуя! В своей качалке у окна ты будешь мечтать о таком счастье, какого тебе никогда не изведать!²⁶.

Драйзер знал не понаслышке, о чем писал. И он, и Джек Лондон (Jack London, 1876—1916), и Фрэнсис Скотт Фицджеральд (Francis Scott Key Fitzgerald, 1896—1940) – писатели, без романов которых невозможно представить развитие отношения в американском обществе к своему главному социальному мифу, – хорошо знали, о чем говорили. Поскольку сами прошли нелегкий путь к успеху. Так, Теодор Драйзер, выходец из семьи чешско-немецких иммигрантов, начинал свою жизнь практически в нищете, работал с раннего детства, а после неудачи с первым романом «Сестра Керри» чуть не покончил жизнь самоубийством. Однако он справился со своим первым провалом и, работая редактором женских изданий, начал снова творческую карьеру, стал знаменитым автором больших социальных романов.

Джек Лондон за свою недлинную жизнь перепробовал невероятное количество различных профессий. Еще в школьные годы он вынужден был работать продавцом газет, чуть позже стал рабочим на консервной фабрике, был устричным пиратом и матросом, золотоискателем и репортером. И весь его жизненный опыт отразился в персонажах его романов. До сих пор точно не установлено, покончил ли он жизнь самоубийством, или это был

²⁶ Драйзер Т. Сестра Керри // Драйзер Т. Собр. соч.: В 12 т. Т. 1. М., 1955. С. 476.

несчастный случай. Однозначно только то, что в конце жизни он без усталости работал, создавая подчас произведения, весьма далекие от большой литературы. Он продавал свой талант и свою мечту, а, поступившись творческой свободой, в итоге обанкротился и как художник.

Детство Фрэнсиса Скотта Фицджеральда, родившегося в достаточно состоятельной семье, не прошло в нищете и лишениях, однако и он не избежал крушений надежд на безбедное и счастливое существование. По свидетельству его друзей, он являл собой воплощение американской мечты – молодости, красоты, обеспеченности, раннего успеха. Но это воплощение было недолгим. Фицджеральду оказалось не под силу удержаться на гребне успеха, вся его дальнейшая жизнь после взлета – это мучительное и тяжелое падение, приведшее не только к творческому, но и физическому выгоранию.

Конечно, не только личные обстоятельства жизни писателей заставляли их обращаться к феномену американской мечты и возможностей ее достижения. Само время 1900-х гг., когда американская нация динамично входит в пору индустриальной и культурной зрелости, заставляло людей гораздо более прагматично относиться к добродетелям эпохи Просвещения – времени, когда американцы только начинали свое становление.

Альтруистический индивидуализм строителя новой нации, явивший себя в доктрине «доверия к себе» американских романтиков, в начале XX в. уступил место энтузиасту, который стремился прежде всего к собственному благополучию. И такой поворот был обозначен еще первыми американскими миллионерами. Например, Корнелиус Вандербильт (1794–1877), транспортный магнат, сформулировал свое кредо так:

Я всегда служил обществу в меру своих возможностей. Почему? По той же причине, что и все остальные, – это в моих интересах²⁷.

В начале XX в. происходит разграничение между американской мечтой как социально-этическим идеалом, своего рода уже ставшим национальным мифом, и принципиальными методами его реализации. Именно это разграничение становится основой восприятия американской мечты как драмы, беспрестанно разыгрывающейся на подмостках американской сцены жиз-

²⁷ Cornelius Vanderbilt Quotes [Электронный ресурс]. URL: https://www.brainyquote.com/quotes/cornelius_vanderbilt_618009# (дата обращения 14.10.2019).

ни. Эта драма осмысливается разными писателями с различных позиций.

Джек Лондон, который был одновременно и участником, и наблюдателем творения американской мечты, в романе «Мартин Иден» (1909), опираясь на собственный жизненный опыт, создал мощный образ индивидуалиста-энтузиаста, растратившего свою жизнь в погоне за счастьем. Главный герой романа Мартин Иден, точно так же, как и сам автор, прошел путь с самых низов до верхушки американского буржуазного общества. Крепкий духом и телом, он выдерживает все невзгоды, но оказывается совершенно незащищенным перед изысканной и немного болезненной красотой девушки из высшего общества Руфи.

Руфь становится для Идена воплощением его мечты, и любовь к ней превращается в мощный стимул для его дальнейших шагов в жизни. Он очень верит в себя, верит в то, что если много и долго трудиться, то непременно добьешься цели, станешь богатым, знаменитым, завоюешь сердце любимой и обретешь счастье. Иден идет на множество лишений, чтобы стать известным писателем. Однако поначалу все издательства отвергают его, и Руфь отворачивается от него тоже.

И все же Мартин добьется своего, он станет и богат, и популярен, и все, кто отвергал его, будут стремиться заполучить его, модного писателя, к себе в гости. Но стал ли он счастливым? Оказывается, в погоне за счастьем, которое видится ему в богатстве и признании, он утрачивает вкус к жизни. Когда Мартин, наконец, получил первые экземпляры напечатанных рассказов,

...на душе у него было тяжело и грустно. Он думал о том, какой огромной радостью явилось бы это для него несколько месяцев назад и как непохоже на эту радость холодное равнодушие, которое он испытывал сейчас. Его книга, его первая книга лежала перед ним на столе, а он не чувствовал ничего, кроме тоски. Ему было теперь безразлично. Конечно, он получит некоторую сумму денег, но зачем ему теперь деньги?²⁸

Утратив вкус к жизни, Иден теряет и творческую энергию. Единственным выходом из бесцветности и пустоты жизни оказывается самоубийство: «Жизнь томила и терзала его, а время было для него настоящей пыткой»²⁹.

²⁸ Лондон Д. Мартин Иден [Электронный ресурс]. URL: www.litres.ru/dzhek-london/martin-iden-6599211/chitat-onlayn/ (дата обращения 21.05.2019).

²⁹ Там же.

Джек Лондон подходит к проблеме американской мечты с точки зрения изучения ее индивидуалистического начала и создает довольно печальную картину судьбы американского героя-одиночки. Осознание этого одиночества становится непосильной ношей даже при наличии материальных благ. Таким образом, американская мечта отчетливо сопрягается у Джека Лондона с драмой человеческой жизни.

Эта же идея об американской мечте как трагедии, но только гораздо более четко сформулированная, становится основополагающей и в романе Теодора Драйзера «Американская трагедия». Этот роман, точно так же, как знаменитый роман Фрэнсиса Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби», вышел в 1925 г., когда Америка переживала пик эпохи процветания, или, как впоследствии назвал этот период Фицджеральд, «века джаза». В результате Первой мировой войны Соединенные Штаты достигли небывалого экономического расцвета. Однако этому успеху сопутствовал процесс разрушения святынь и переоценки ценностей.

Взгляд Теодора Драйзера на американскую мечту как на трагедию основывается на пристальном изучении того, что случилось с Америкой и ее нравственными устоями с точки зрения христианской религии. А ведь именно с этого американская мечта и начиналась. В центре повествования – судьба молодого человека Клайда Гриффитса, мечтающего вырваться из убогой серости жизни его семьи, уличных проповедников, которые стараются воспитывать детей в строгости и вере.

Клайда угнетает эта унылая жизнь:

...материальная и духовная жизнь семьи, членом которой он был, не убеждала его в реальности и силе того, во что, видимо, так горячо верили и что проповедовали его мать и отец»³⁰.

Для начала он поступает на работу рассыльным в роскошном отеле, где сам воздух пропитан богатством, затем становится начальником отдела на фабрике по производству воротничков, которой владеет его дядя. Там же он встречает молоденькую девушку Роберту, видящую в Клайде воплощение своей мечты о состоятельной жизни. Но Клайд знакомится с Сондрой, прекрасной, юной и головокружительно богатой. Сондра увлекается им, и кажется, что вот-вот Клайд поймает удачу, но Роберта начинает шантажировать его своей беременностью. Стремясь устранить препятствие к осуществлению своей мечты о богатой жизни с

³⁰ Драйзер Т. Американская трагедия // Драйзер Т. Собр. соч.: В 12 т. Т. 8. М., 1955. С. 7.

Сондрой, Клайд замысливает ее убийство, но на деле получается, что Роберта тонет сама, а Клайд не торопится ее спасти.

Гибель Роберты приводит Клайда на электрический стул. Так заканчивается история молодого человека, безоглядно ринувшегося в погоню за успехом. Примечательно, что в основе сюжета лежит реальный случай – убийство на озере молодой девушки Грейс Браун Честером Джиллетом (1883–1908). Судьба этого человека практически полностью составила основные линии сюжета «Американской трагедии»: религиозные родители, работа на фабрике дяди, любовная связь с Грейс и теплые отношения с богатой Гэрриет Бенедикт, убийство Грейс на озере и казнь на электрическом стуле.

Однако не столько трагический сюжет, как его неизбежная повторяемость превращает эту историю в трагедию американской жизни. На самом деле в реальной жизни в США в то время было 15 подобных случаев! Этот факт привел Драйзера к потрясающе точной рамочной композиции романа, призванной подчеркнуть эту повторяемость. Роман начинается и завершается практически одной сценой – семейство Гриффитсов стоит на улице, распевая псалмы, прохожие пробегают мимо по делам, не обращая внимания на призывы купить религиозные брошюры. Важно то, что в обеих рамках этой композиции присутствует мальчик – сначала это Клайд, а потом сын сестры Клайда, сбегавшей из дома, и оба мальчика стремятся уйти от этой невзрачной группы. История повторяется почти дословно, с той лишь разницей, что вначале 27 прохожих заинтересовались книжками, во второй сцене – только 11.

Трагедия американской мечты заключается у Драйзера в том, что Америка утратила христианские ценности, с которых она начиналась, заменив их на материальное благополучие. А для его достижения все средства хороши. Неслучайно Клайд на пороге смерти приходит к осознанию необходимости веры:

Вступая в тень Долины Смерти, я хочу сделать все возможное, чтобы устранить всякое сомнение в том, что я обрел Иисуса Христа, спасителя моего и неизменного друга. Ныне я сожалею лишь о том, что, имея возможность трудиться во имя его, не отдал свою жизнь на служение ему. Если бы только я мог силою слов своих обратить к нему молодых людей, я считал бы это величайшим из благ, мне дарованных. <...> Если бы молодые люди нашей страны могли постичь сладость и отраду жизни во Христе, я знаю, они сделали бы все, что

³¹ Драйзер Т. Американская трагедия // Там же. Т. 9. М., 1955. С. 382.

только в их силах, чтобы стать истинными, деятельными христианами, и старались бы жить, как повелел Христос³¹.

Отчетливо в романе проступает мысль Драйзера о том, что в погоне за успехом человек растрчивает в себе нравственное начало, ведь когда впереди заманчивая цель, то стоит ли задумываться о средствах! Именно эта безудержная гонка превращает в убийцу не только Клайда, позволившего утонуть Роберте, но и прокурора Мейсона. Он мечтает занять место прокурора округа, и осуждение Клайда может стать поворотным моментом его карьеры. Поэтому, осознавая, что улика – волос Роберты на фотокамере Клайда – подброшена, он принимает ее и тем самым решает участь молодого человека.

Картина, нарисованная Драйзером, окрашивает американскую мечту в темные, мрачные тона. Безысходность борьбы за успех, утрата веры и нравственности превращает мечту в настоящую трагедию.

Похожей точки зрения придерживался и великий американский драматург Юджин О'Нил (Eugene O'Neill, 1888–1953). В своей знаменитой пьесе «Страсть под вязами» (1925) он рассказывает о деревенской девушке Эбби, стремящейся к счастью. Оно ей видится в любви и доме на собственной земле. Она хочет доказать любимому, что рожденный ею ребенок не является предметом ее претензий на землю, и... убивает своего сына. Ужасающее преступление в интерпретации О'Нила – не только преступление любовной страсти, но преступление, порожденное страстным желанием быть счастливой. И не ее вина, что вопрос о собственности на землю заставляет совершить страшное преступление. Ее желание, ее мечта убивает все человеческое в человеке, и в этом величайшая трагедия этой простой американки.

Не столь мрачно, но не менее драматично излагает свое представление об американской мечте Фрэнсис Скотт Фицджеральд. Еще в своем первом романе «По эту сторону рая» (1920) он заявил, что пришло поколение, для которого «все боги умерли, все войны отгремели, всякая вера подорвана», а остались только «страх перед будущим и поклонение успеху». Фицджеральда общепризнанно считают самым ярким выразителем духа послевоенного времени. Он, как и многие молодые люди того времени, по выражению одного из его современников, «был оглушен взрывами, даже не побывав на фронте». Ощущение необратимого распада былых связей и кризиса традиционных ценностей было обострено у этого поколения, точно названного американской писательницей Гертрудой Стайн (Gertrude Stein, 1874–1946) «потерянным».

Состояние этого поколения, живущего только сегодняшним днем, только сиюминутными наслаждениями, ярко выражено в романе «Великий Гэтсби» – романе изящном и утонченном, но с необычайной глубиной раскрывшем суть и место американской мечты в национальном сознании. Формулой этого состояния можно назвать описание вечеринки у Джея Гэтсби: «Мужские и женские силуэты вились, точно мотыльки, в синеве его сада, среди приглушенных голосов, шампанского и звезд»³².

Лихорадочная атмосфера «века джаза» передается Фицджеральдом практически с документальной точностью: детальное описание интерьеров домов и машин, указание на музыкальные композиции того времени делают осязаемым мир, в котором живут герои повествования. Некоторые персонажи взяты из жизни, как, например, Мейер Вулфшим, второстепенный персонаж, с которым ведет дела Джей Гэтсби – это печально знаменитый Арнольд Ротштейн (1882–1928). Он – один из тех, кто превратил преступную банду в настоящую корпорацию. Ротштейн был воротилой игорного бизнеса и впервые в США покусился на святое – бейсбол, подкупив бейсбольных игроков «Чикаго Уайт Сокс» накануне решающего матча в 1919 г.

Главный герой романа Джей Гэтсби – натура противоречивая, такая же, как и породившая его американская мечта. С одной стороны, это романтик, верящий в любовь и стремящийся ее достичь, тонко чувствующий и страдающий, с другой – холодный делец, бутлегер (bootlegger, сленг – «контрабандист»; «подпольный торговец»), наживший состояние на торговле спиртным во времена сухого закона (запрет на продажу, производство и транспортировку алкоголя, который действовал в США с 1919 по 1933 г.). Одним словом, это герой, в котором противоречиво сочетается романтика мечты и прагматизм ее воплощения, то есть то, о чем задумывались еще предшественники Фицджеральда. Например, Марк Твен в своих блистательных пародиях на благочинных героев Хорейшо Олджера (1832–1899), честным и тяжелым трудом прокладывавшим себе дорогу к успеху.

Внимательный читатель увидит в романе явную переключку голосов двух писателей разных поколений. Точно так же, как Марк Твен подвергает осмеянию актуальность нравоучений о добродетелях Бенджамина Франклина в своем памфлете «Покойный Бенджамин Франклин» (1870), Фицджеральд иронически снижает программу нравственного совершенствования великого аме-

³² *Фицджеральд Ф.С.* Великий Гэтсби // *Фицджеральд Ф.С.* Великий Гэтсби. Ночь нежна. М., 1989. С. 49.

риканца. Отец, приехавший на похороны Гэтсби, в доказательство необыкновенных способностей своего мальчика, проявившихся еще в раннем возрасте, показывает Нику Каррауэю старую книгу «Хопалонг Кэссиди». Ее в детстве любил Гэтсби и на титульном листе разместил «Расписание»:

Подъем – 6.00 утра

Упражнения с гантелями и перелезание через стену – 6.15–6.30

Изучение электричества и пр. – 7.15–8.15

Работа – 8.30–4.30

Бейсбол и спорт – 4.30–5.00

Упражнения в красноречии и выработка осанки – 5.00–6.00

Обдумывание нужных изобретений – 7.00–9.00

ОБЩИЕ РЕШЕНИЯ

Не тратить время на Штефтерса и (имя неразборчиво)

Бросить курить и жевать резинку

Через день принимать ванну

Каждую неделю прочитывать одну книгу или журнал для общего развития

Каждую неделю откладывать 5 долл. (зачеркнуто) 3 долл.

Лучше относиться к родителям³³.

Это блистательная пародия на программу самосовершенствования Бенджамина Франклина, тем более разящая, что она написана на книге о Хопалонге Кэссиди, вымышленном ковбое, герое рассказов Кларенса Малфорда (Clarence Edward Mulford, 1883–1956). Своего героя Кэссиди Малфорд наделил жестокостью и злобным характером. Фицджеральд показывает сочетание несочетаемых нравственных установок героя – ковбоя и мальчика, стремящегося соответствовать, пусть и так наивно, заветам Франклина. Парадоксальность нравственных основ, на взгляд Фицджеральда, и порождает драму американской мечты.

С точки зрения Фицджеральда, американская мечта, как и всякая мечта, – это естественная часть духовной жизни любого человека. Однако ее реализация никогда не будет равной самой мечте. Не случайно то, что Гэтсби, добившись, наконец, свидания со своей возлюбленной Дэйзи, выглядит растерянно, «как будто в нем зашевелилось сомнение в полноте обретенного счастья. <...> ...живая Дэйзи в чем-то не дотянула до Дэйзи его мечтаний...»³⁴.

³³ Фицджеральд Ф.С. Указ. соч. С. 156.

³⁴ Там же. С. 94.

Именно в романе Фицджеральда дается, пожалуй, самое точное, самое емкое и самое неоднозначное определение американской мечты, которая одновременно и великое американское достояние, и великое разочарование, и великая драма:

Гэтсби верил в зеленый огонек, свет невероятного будущего счастья, которое отодвигается с каждым годом. Пусть оно ускользнуло сегодня, не беда – завтра мы побежим еще быстрее, еще дальше станем протягивать руки... <...> И в одно прекрасное утро... <...> Так мы и пытаемся плыть вперед, борясь с течением, а оно все сносит и сносит наши суденышки обратно в прошлое³⁵.

В американской литературе первой половины XX в. практически нет ни одного крупного писателя, не обратившегося к американской мечте и не пытающегося определить, дар это или проклятие американской нации. Так, например, у Джона Стейнбека (John Ernst Steinbeck, Jr., 1902–1968) в повести «О мышах и людях» (1937) двое бродяг мечтают о клочке собственной земли, но так и не смогут его получить. И в своем значительном эпическом полотне о судьбе американского фермерства «Гроздь гнева» (1939), в котором фермеры лишаются своих земель, он также рассуждает о призрачности, неуловимости американской мечты.

Натанаэль Уэст (Nathanael West, наст. имя – Натан Вайнстайн, 1903–1940) в своем знаменитом романе «День саранчи» (1939) обращается к призрачности американской мечты на примере жизни Голливуда. Гротескные ситуации и гротескные герои мира искусственных блондинок, петушиных боев, безвкусного гламура показывают абсолютное духовное обнищание, отчуждение и отчаяние людей в погоне за американской мечтой.

Романы первой половины XX в. в целом обозначили основные пути, по которым после Второй мировой войны будет происходить осмысление американской мечты как великого социального мифа, восхищающего и ужасающего своей повторяемостью в человеческих судьбах. Драма американской мечты, будь то индивидуализм у Джека Лондона, или отход от христианских ценностей у Теодора Драйзера, или недостижимость романтической мечты у Фицджеральда, будет все чаще приводить к мысли о несоответствии нравственных ценностей и материального успеха.

Кажется, никто лучше Уильяма Фолкнера (William Faulkner, 1897–1962) не подвел итог развитию идеи амери-

³⁵ Там же. С. 162.

канской мечты с момента ее возникновения до второй половины XX в. Именно с таким настроением американская литература продолжает говорить об американской мечте до сих пор:

Была американская мечта: земное святилище для человека-одиночки... <...> ...мечта, сливающая в едином звучании голоса индивидов – мужчин и женщин: «Мы создадим новую землю, где каждая индивидуальная личность – не масса людей, а индивидуальная личность – будет обладать неотчуждаемым правом индивидуального достоинства и свободы, основывающимся на индивидуальном мужестве, честном труде и взаимной ответственности». <...> Мы жили не в мечте, мы жили Мечтой, точно так же, как мы не просто живем в воздухе и атмосфере, но живем Воздухом и Атмосферой; мы сами – воплощение Мечты... <...> Потом мы потеряли Мечту. Теперь она ушла от нас³⁶.

Для дальнейшего изучения

- Аллен У. Традиция и мечта: Критический обзор английской и американской прозы с 20-х годов до сегодняшнего дня. СПб., 2009.
- Зверев А.М. «Американская трагедия» и «американская мечта» (К проблеме национального идейно-художественного своеобразия литературы США) // Литература США XX века: Опыт типологического исследования. М., 1978.
- История литературы США: В 7 т. / Ред. Я.Н. Засурский, М. Коренева, Е. Стеценко. Т. 4. М., 2000.
- Мендельсон М.О. «Американская трагедия» Теодора Драйзера. М., 1971.
- Jillson C. The American Dream: In History, Politics, and Fiction. University Press of Kansas, 2016.

Электронный ресурс

Как американская мечта разбилась об американскую драму [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oSPS08Dk6jE&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JVlIyzevFsC8&index=3&t=40s> (дата обращения 25.11.2020).

³⁶ Фолкнер У. О частной жизни (Американская мечта: что с ней произошло?) // Фолкнер У. Статьи, речи, интервью, письма. М., 1985. С. 84–87.

Тема 4. Многоликая американская мечта

Американская мечта – это уникальное явление в стране, основной принцип жизни которой заключается в утверждении равных прав для всех и в поддержке устремлений личности к счастью и успеху. Она прошла в своем развитии целый ряд важных этапов – от полной веры в возможность ее достижения к сомнениям и даже отрицанию такой возможности.

Один из вопросов, который все чаще задают американцы, – это вопрос о том, не пора ли сдаться в вечной погоне за американской мечтой? Не пора ли расстаться с ней навсегда? Так, финансовый эксперт Роберт Грэм, автор книги «Убийцы работы: Американская мечта наоборот» (2010) пишет:

Весь мой опыт бизнесмена и политического лидера говорит о том, что американская мечта медленно, но верно подвергается коррозии в отношении большинства американских семей. Были времена, когда американская семья могла жить только на доход одного человека и могла рассчитывать на постоянную работу, обеспечивающую крышу над головой, дворик для детей и спокойное соседство, которое не грозило им на пути с работы по вечерам. Сейчас эти дни уходят в прошлое прямо на наших глазах³⁷.

Такое довольно пессимистическое отношение к едва ли не самому главному американскому идеологическому феномену явилось не только результатом размышления многих авторов над экономическими и культурными вызовами современности, но и своеобразным итогом весьма интенсивного обсуждения американской мечты в литературе второй половины XX в. За полвека после окончания Второй мировой войны в США не раз менялось отношение к американской мечте, что явилось реакцией на динамику культурно-исторических обстоятельств.

Сразу после окончания Второй мировой войны и вплоть до середины 1960-х гг. Америка переживала период процветания:

³⁷ *Graham R.S.* Job Killers. The American Dream in Reverse: How Labor Unions are Destroying American Jobs and the Economy. Paradise Valley, 2010. P. II.

экономика шла в гору, вследствие чего росли зарплаты и материальное благополучие. Именно тогда американская мечта для большинства граждан материализовалась в прекрасный дом с садом и машиной, где счастливо жили ухоженная красавица-жена, здоровые румянощечие дети, ждущие своего успешного отца с работы за накрытым к ужину столом. В 1950-е гг. около двух миллионов домов строилось ежегодно для таких семей. Телешоу усердно рекламировали этот стиль жизни, где американская мечта замыкалась в доме – полной чаше. Такие программы, как «Отец знает лучше» (с октября 1954 по май 1960) и «Шоу Донны Рид» (с сентября 1958 по март 1966) представляли американскую идеальную модель жизни во всей красе, поддерживая убежденность в том, что иметь «все как у всех» и есть знак успешности и счастья.

С другой стороны, годы экономического бума были весьма тревожными и нестабильными как в социальном, так и внешнеполитическом плане. Начало «холодной войны», маккартизм (движение в общественной жизни США конца 1940–1950-х гг., направленное против коммунистической угрозы и распространения левых идей и названное по имени его инициатора сенатора Джозефа Маккарти), война в Корее (1950–1953) и война во Вьетнаме (1965–1975), убийство в 1968 г. темнокожего проповедника и активиста Мартина Лютера Кинга, движение за гражданские права афроамериканцев – все это порождало неприятие идеализированного образа процветающего самодовольного общества. Так, один из лидеров афроамериканского движения Малколм Икс (наст. имя – Малкольм Литтл, 1925–1965) в своей речи 1964 г. выразил отношение к американской мечте совершенно определенно, взирая на нее, по его собственному определению, глазами

...жертвы так называемой американской демократии. Все, что мы видели – это лицемерие... <...> Мы не видим никакой американской мечты. У нас был только американский кошмар³⁸.

Литература этого периода одержима американской мечтой. Пожалуй, это самый бурный период обсуждения американской мечты в литературе Соединенных Штатов. Можно сказать, что начало этому длительному и очень сложному разговору положил

³⁸ *Malcolm X. The Ballot or The Bullet* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.inkshed.dk/2020/02/24/american-dream-american-nightmare/> (дата обращения 25.09.2020).

драматург Артур Миллер (Arthur Asher Miller, 1915–2005) в своей знаменитой драме «Смерть коммивояжера» (1949). Трагедия маленького человека Вилли Ломана, всю жизнь стремившегося к успеху, но так и не достигшего его, становится самым ярким протестом против мира, тиражирующего модель успеха как единственно приемлемую для истинного американца.

Ломан словно зажат в пространстве между мечтой и реальностью, точно так же, как зажат его домик между разрастающимися по соседству небоскребами. У него были золотые руки, но, как говорит его сын Биф, он так и не понял, что он собой представляет. И вместо простого труда предпочел более престижное в глазах общества занятие. Вилли верил, что путь торгового агента, стремящегося всем нравиться, чтобы продать товар, это и есть модель жизни настоящего американца.

Эти ложные идеалы видны и одному из его сыновей Бифу. Однако его другой сын Хэппи совершенно определенно собирается продолжить дело отца:

Я докажу тебе и всем остальным, что Вилли Ломен умер не напрасно. У него была высокая мечта. Это единственная мечта, которую стоило иметь человеку: стать первым. Он дрался за нее всю жизнь, и я ее осуществлю вместо него³⁹.

Тема погони за успехом как важный мотив национального американского мифа изображается на примере всех основных персонажей пьесы. Миллер показывает безысходность и бессмысленность охватившей Америку страсти к успеху. Чего стоит исполненная драматизма сцена, когда Вилли Ломан перед своим самоубийством разбрасывает семена в своем дворике и жалобно причитает, что земля стала бесплодной.

Однако семена протеста против американской мечты, брошенные в землю послевоенным поколением, принесли большой урожай. Они расцвели пышным цветом в творчестве и жизненном кредо писателей 1950–1960 гг. Прежде других появились писатели так называемого «разбитого поколения», стремившиеся убежать от современного состояния мечты и найти ее вновь, первоначальную, свободную от всего материального.

По поводу самого термина существуют различные версии о том, кто его изобрел и каково его точное значение. В обиход термин ввел поэт Герберт Ханке (Herbert Edwin Huncke, 1915–1996),

³⁹ Миллер А. Смерть коммивояжера // Миллер А. Человек, которому так везло. Все мои сыновья. Смерть коммивояжера. М., 2011. С. 316.

подразумевая под прилагательным “beat” характеристику своего поколения как «истощенного», «разоренного». Однако один из самых ярких представителей движения Джек Керуак (Jack Kerouac, 1922–1969) привнес дополнительный и не совсем приличный смысл в данное слово. Оно стало употребляться в значении «долбанутый». Кроме того, он добавил и музыкальный подтекст («барабанный бой»). Таким образом, термин приобрел смысл громкого протеста против тривиальной Америки, скучной и застывшей в своей правильности.

Несколько позже в обиход вошло слово «битник» (beatnik), которое в 1958 г. изобрел колумнист газеты «Сан-Франциско Экземинер» Херб Кэн (Herbert Eugene Caen, 1916–1997) по аналогии с русским словом «Спутник» как уничижительное для этой группы писателей и их последователей, так как намекал на связь с коммунистическими идеями. Поначалу они были крайне обижены на журналиста. Херб Кэн вспоминал, как он однажды столкнулся с Джеком Керуаком и тот якобы накинулся на журналиста: «Ты сделал из нас посмешище, и теперь мы выглядим дураками. Я ненавижу его. Прекрати его использовать»⁴⁰. Однако, как часто это бывает, слово прижилось, и впоследствии и сами писатели уже свободно его употребляли.

Самыми известными произведениями этого движения считаются роман Джека Керуака «На дороге», (написан в 1951, опубликован в 1957), поэма Аллена Гинзберга (Irwin Allen Ginsberg, 1926–1997 «Вопль» (Howl, 1956) и «Голый завтрак» (1959) Уильяма Берроуза (William Seward Burroughs, 1914–1997). Хотя битники были очень разными, но все они выступали единым фронтом против конформизма послевоенной Америки и несостоятельности традиционных ценностей. Они хотели возродить настоящую американскую мечту через полное отрицание бездуховности и материальной направленности ее современного содержания.

Все они вырываются из мешанского, замкнутого на идее благополучия мира на просторы Америки. Ломая шаблонные ценности и часто шокируя публику открытым гомосексуализмом и пристрастием к наркотикам, они пытаются найти истинные ориентиры американского духа, американской мечты. Не случайно программным произведением битников стала книга Джека Керуака «На дороге». Дорога в романе Керуака, в сущности, и является самой жизнью.

⁴⁰ See: *Hamlin J.* How Herb Caen Named a Generation // SFGATE. 1995. Nov. 26 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sfgate.com/entertainment/article/HOW-HERB-CAEN-NAMED-A-GENERATION-3018725.php> (дата обращения 12.08.2020).

Быть в движении, в постоянном поиске, в непрекращающейся погоне за мечтой – вот что на деле является смыслом жизни.

Ухоженный домик с садиком явно противопоставляется бешеному ритму дороги. Дороге возвращался первоначальный смысл, заложенный еще с момента основания Америки. Смысл, заключающийся в поисках духовного пути, духовного совершенствования и сопряженный с поисками лучшего места для гармоничного существования человека и мира. Битники выдвигали новых героев, способных жить, а не существовать. Как писал Керуак,

...я люблю сумасшедших, таких, которые бешено хотят жить, бешено хотят говорить, бешено хотят спастись, которые хотят иметь все сразу, которые никогда не говорят пошлостей, а всегда горят, горят⁴¹.

Не случайно следующее поколение «горящих героев»-бунтарей также выбрало дорогу в поисках американской мечты под лозунгом известной песенки британца Иена Дьюри “Sex & Drugs & Rock & Roll”. Так, главный смутьян 1970-х гг. Хантер Томпсон (Hunter Stockton Thompson, 1937–2005) в самом начале десятилетия публикует книгу «Страх и отвращение в Лас-Вегасе. Дикое путешествие в сердце Американской мечты» (1971), своеобразный гимн американской мечте, освобожденной от ее материальной, «приличной» оболочки. Отсюда и отказ от нормативной лексики, от правильного литературного языка: роман изобилует сленгом.

В отличие от «приличных» американцев, раскатывающих на своих дорогах авто по автострадам, он путешествует в машине, багажник которой напоминает мини-нарколабораторию. Наркотики становятся для Томпсона средством, высвобождающим сознание от навязанных ему штампов, возвращают ему первозданность.

Наше путешествие было другим. Оно было классическим подтверждением всего правильного и порядочного, что есть в национальном характере. Это был грубый физиологический салют фантастическим возможностям жизни в этой стране – но только для тех, кто обладал истинным мужеством⁴².

Хантер Томпсон, как и битники, хоронит расхожий образ американской мечты и видит «великую Американскую мечту» в бешеной гонке за свободой, жизнью, безграничными возможностями, в возвращении к ее романтическим истокам.

⁴¹ Керуак Д. На дороте. kindle edition epub: Librs.net. С. 29.

⁴² Томпсон Х. Страх и отвращение в Лас-Вегасе. kindle edition epub: Librs.net. С. 44.

Роман Хантера Томпсона, остроумный, динамичный, вызывающий, не только до предела довел бунтарский дух битников, но и продолжил размышления писателей 1960-х гг. над полным абсурдом характером американской жизни, построенной по параметрам материализованной в семейном домике американской мечты.

Не только герой-бунтарь, но и герой-неудачник становится символом 1950-х. История лузера, потерпевшего крах всех своих мечтаний и амбиций, анализируется в повести Сола Беллоу (Saul Bellow, урожд. Соломон Белоус, 1915–2005) «Лови момент» (1956). Томми Вильгельм погнался за американской мечтой, которая воплощалась для него в Голливуде. В результате и в Голливуде, и в жизни остался статистом, потерявшим самое главное в своем беге – любовь близких. Название повести двойственно: с одной стороны, оно говорит о вечной гонке за успехом, а с другой – предостерегает, что можно упустить что-то главное, не успев сказать «люблю» умирающему отцу. Остаться с пустотой – вот результат погони за мечтой.

Семейные отношения также выступают на первый план в пьесе Эдварда Олби (Edward Albee, 1928–2016) «Американская мечта» (1960). Действие пьесы разворачивается вокруг традиционной американской семьи, и чтобы подчеркнуть ее типичность, Олби отказывается от имен собственных, называя своих героев просто Мамуля, Папуля, Бабуля. Они бесконечно ссорятся из-за денег, из-за дома, из-за бабушкиных перевязанных ленточками коробочек. Бабулю хотят определить в дом для престарелых, когда на пороге дома появляется умопомрачительно красивый молодой человек, которого Бабуля называет настоящей «американской мечтой»: он не только обладает прекрасной внешностью, но и готов взяться за любую работу.

Кажется, что теперь, когда в доме поселилась «американская мечта», дела пойдут успешнее. Однако на самом деле все происходит наоборот, потому что за чарующей внешностью «американской мечты» – пустота.

...я потерял способность ощущать что-либо. У меня нет чувств. Меня иссушили... разорвали... выпотрошили. <...> Я позволяю людям любить себя... я позволяю прикасаться к себе... <...> Как я сказал Вам, я не полноценный... я ничего не чувствую. Я ничего не чувствую. И поэтому... я здесь... такой, какой есть. Я не то... что Вы видите. И так будет всегда⁴³.

⁴³ Олби Э. Американская мечта [Электронный ресурс]. URL: <https://libking.ru/books/poetry-/dramaturgy/560398-11-edvard-olbi-amerikan-skaya-mechta.html#book> (дата обращения 02.08.2020).

Вот против этой пустоты и протестуют писатели 1960–1970-х гг., именно ее они исследуют и ищут способы спасения от нее. При этом все без исключения авторы искренне переживают оскудение содержания американской мечты. Эдвард Олби хорошо сказал об этом болезненном переживании в предисловии к своей пьесе:

Пьеса оскорбительна? Я как раз на это и рассчитываю, это было моей целью оскорбить – так же как развлечь и позабавить. Это нигилизм, аморальность, упадничество? Хорошо, тогда позвольте мне ответить, что «Американская мечта» – это картина нашего времени, как я его вижу, конечно. Каждая честная работа – это персональный, личный вопль, заявление о своей собственной радости или боли, но я надеюсь, что «Американская мечта» – нечто большее, чем это. Я надеюсь, что она претупает границы персонального и личного и говорит о том, что является нашей общей болью⁴⁴.

Пустота и абсурдность выхолощенной американской мечты представлена и в романе «Дорога перемен» (1961) Ричарда Йейтса (Richard Yates, 1926–1992). Главные герои романа Фрэнк и Эйприл Уилеры – идеальная американская семья среднего класса. Они живут в уютном домике, воспитывают детей, но нет счастья в их семье, поскольку им все время кажется, что они не созданы для такой скучной жизни, они мечтают переехать в Париж, чтобы там начать все сначала. Но их мечте не суждено сбыться, ибо все повествование – это история нереализованных амбиций, постепенного понимания бессмысленности бытия, разочарования в собственных силах, и итогом этого является уход из жизни молодой женщины.

Американская мечта в творчестве многих писателей этого периода оказывается связана со смертью или преступлением. Мечта с жадной охотой осуществить ее, поймать удачу служит основой для появления преступных наклонностей. О связи мечты и криминала размышляют Норман Мейлер (Norman Kingsley Mailer, 1923–2007) и Трумен Капоте (Truman Garcia Capote, урожд. Трумен Стрекфус Персонс, 1924–1984).

В романе Нормана Мейлера «Американская мечта» (1965) новый облик американской мечты резко противопоставлен старому мифу, по которому любой американец при наличии ясной цели и с помощью упорного и честного труда имеет все шансы взойти на вершины богатства и счастья.

⁴⁴ Там же (предисловие).

Герой романа Стивен Роджек в молодости имел большие шансы на блестящую политическую карьеру. Однако он скоро понимает, что в современной Америке продвижение к богатству и счастью зависит не от личных способностей и усилий, а от наследства или удачной женитьбы. С момента женитьбы на богатой Деборе Келли он оказывается в плену темных сил – ЦРУ и мафии, с которыми связан отец Деборы.

Внешне Роджек вполне респектабелен, но он отчетливо осознает свою зависимость от семьи неуравновешенной Деборы и в результате очередной ссоры убивает жену. После этого он находит освобождение от мира, который его окружал. Его ждет новое любовное увлечение, однако и там случается убийство, его преследуют полиция и гангстеры, он вынужден бороться за свою жизнь.

Спасаясь бегством, Роджек добирается до Лас-Вегаса, всегда ассоциирующегося в американском сознании с внезапным богатством, где он выигрывает в казино крупную сумму. В конце концов потерявший все, он покидает Америку и бежит в джунгли Гватемалы и Юкатана, там он надеется найти истинную американскую мечту.

Роман Мейлера – это трагическое, не лишенное цинизма «черного юмора» повествование о том, что американская мечта стала иллюзией, часто на грани преступных замыслов, и что бегство от нее прочь – это и есть новая американская мечта.

Трагедия американской мечты, сопряженная с преступлением, оказывается в центре рассуждений о судьбах великого национального мифа и в документально-художественном произведении Трумена Капоте «Хладнокровное убийство» (1966). Трумен Капоте, так же как в свое время Теодор Драйзер в романе «Американская трагедия», увидел в реальном убийстве устрашающие масштабы американской трагедии, порожденной американской мечтой. В данном случае основой повествования служит убийство семьи фермеров из четырех человек, совершенном 14 ноября 1959 г. в маленьком поселке Холкомб, штат Канзас.

Семья зажиточного фермера Клаттера представлена как идеальная семья, достигшая американской мечты. «Мистер Клаттер всегда знал, что ему нужно от жизни, и все, что хотел, в общем, получил», потому что был вежлив со всеми и вкалывал по восемнадцать часов в сутки. Он обладатель крепкого хозяйства, прекрасной семьи и дома, симпатичного беленького особнячка, стоящего «в конце длинной аллеи китайских вязов, на широкой ухоженной лужайке» и райского сада – чем не картинка идеального мира американской мечты?

И хотя мать семейства страдает от депрессии, зато дочь в изображении Капоте – идеал женщины из американской мечты: она

...в одиночку содержала большой дом, была отличницей, президентом класса... <...> ... великолепно музицировала (фортепиано, кларнет), каждый год побеждала на окружных ярмарках (выпечка, консервирование, вышивание, цветоводство)... <...> ...безусловно, самую сильную черту, определяющую характер, Нэнси действительно унаследовала от отца: организованность, доведенную до совершенства⁴⁵.

Их убийцы – это уже судимые молодые люди, сосредоточенные только на одной мысли – сорвать большой куш. Им кажется, что ограбление дома Клаттеров даст им возможность разбогатеть. Деньги занимают все мысли убийц. Их цинизм безграничен: «Перри мучил вопрос, во сколько же обошлись эти похороны», если на них пришла тысяча человек.

Убийц поймали скоро, в Лас-Вегасе. А где же еще можно было оказаться в погоне за шикарной жизнью, манящей американской мечтой? Не вызывающие никакой симпатии преступники, тем не менее, у Трумена Капоте – сами жертвы, жертвы мечты об успехе и быстром материальном благополучии. Писатель в событиях этого преступления видит символическое воплощение всей Америки. Неслучайно городок находится в сердце Америки, «в самом центре», а его название Гарден-сити (город-сад) вызывает образ и райского сада, и того самого садика, который пытался обиходить убитый Клаттер, ежедневно стремившийся к своей американской мечте.

Роман Трумена Капоте был одним из первых в ряду романов, созданных писателями так называемого нового журнализма в 1980-е гг. Для них факты и журналистский стиль становятся необходимым условием художественного произведения. Так, лидер «нового журнализма» Том Вулф (Thomas Kennerly “Tom” Wolfe, Jr., 1930–2018) в своем романе «Костры амбиций» (1987) показывает, как легко можно упасть с высот, на которые вознесла своего героя американская мечта. Главный герой романа – Шерман МакКой, преуспевающий брокер, он женат, у него есть дочь. Шерман называет себя «властителем Вселенной», сумевшим покорить Уолл-стрит. Однако в результате дорожного происшествия,

⁴⁵ *Капоте Т.* Хладнокровное убийство. kindle edition epub: Librs.net. С. 45.

в котором замешан Шерман, погибает молодой афроамериканец, героя предаёт любовница (виновница аварии), он лишается семьи, дорогой квартиры, престижной работы и в конечном итоге оказывается на скамье подсудимых. Все сгорает на костре амбиций людей, стремящихся к успеху за счёт другого человека.

Трагедия амбиций уже становилась и до Тома Вулфа предметом внимания американских писателей. Так, в романе одного из битников Хьюберта Селби (Hubert Selby, Jr., 1928–2004) «Реквием по мечте» (1978) неосуществлённые амбиции героев, которые не в силах увидеть и принять разницу между мечтами об идеальной жизни и реальностью, приводят их к утешению в наркотическом мире. Наркотическая зависимость становится в романе сродни зависимости от американской мечты. Эта страшная и пугающая реальностью жизни наркоманов книга – реквием по американской мечте и американцам, которые ради призрачных иллюзий о прекрасной жизни предали саму жизнь.

Среди мощного хора голосов, бросающих вызов американской мечте или отрицающих её, раздавались и голоса тех, кто безоглядно в неё верил. Среди них – Джон Стейнбек, ещё в тридцатые годы обращавшийся в своём творчестве к проблеме состоятельности национального мифа. Стейнбек, точно так же, как его более молодые современники, предпринимает путешествие по США для того, чтобы убедиться, что американская мечта жива, живы те идеалы, которые толкали людей возделывать новые земли и обживать дикие места. В своём «Путешествии с Чарли в поисках Америки» (1962) Стейнбек описывает свои встречи с разными людьми и убеждается, что, несмотря на изменения в жизни простых людей, не всегда позитивные, они все же верят в себя и свои мечты. Стейнбек говорит об особом национальном характере американцев и в своей следующей книге «Америка и американцы» (1966), где он целую главу посвящает американской мечте. Там он приходит к выводу о том, что американская мечта есть не что иное, как «американский образ жизни», и тот факт, что у американцев есть вообще мечта, говорит о возможности её осуществления.

Эта же мысль является центральной и в произведениях более позднего времени – в романе Уинстона Грума (Winston Francis Groom, Jr., 1943–2020) «Форрест Гамп» (1986), в котором умственно отсталый молодой человек проходит множество испытаний в жизни, всегда выходя победителем. Главное его качество – это наивность и доброта. Уинстон Грум далеко не первый, кто использовал образ умственно неполноценного героя для передачи мысли о неспорченности, невинности персонажа. Однако в этом романе невинность, «детскость» Форреста Гампа ста-

новится необходимым условием для достижения мечты. В таком подходе очевидна и вера в американскую мечту, и утверждение того, что не через амбиции, а через чистые помыслы и доброе сердце возможно ее достижение.

Вообще, 1980-е гг. стали особым этапом в развитии американской мечты. В это время в США начинает развиваться идея мультикультурализма. Теперь не одна, а много вариантов американской мечты появляются в произведениях прозаиков, представляющих разные этнические группы: мечта еврейско-американская, итало-американская, китайско-американская и т. д. Право на сохранение дефисной идентичности дает и право на особый вариант американской мечты.

Самым ярким представителем американской литературы, размышляющим над судьбами американской мечты в мире, где соединяются разные культурные традиции, был Филип Рот (Philip Milton Roth, 1933–2018). Он анализирует американскую мечту в традиционной для XX в. трактовке – мечта есть трагедия для американца, тем более если он прочно связан с традициями своей культуры. К погоне за мечтой у Филипа Рота примешивается еще и кризис собственной идентичности, еврейской.

Романы, объединенные писателем в трилогию – «Американская пастораль» (1997), «Мой муж – коммунист!» (1998) и «Людское клеймо» (2000) – посвящены проблеме соотношения американской мечты и идентичности в разные периоды существования американского общества. События, происходящие в США в 1950-е гг. («Мой муж – коммунист!»), 1960-е гг. («Американская пастораль») и в конце 1990-х гг. («Людское клеймо»), оказываются определяющими в достижении жизненных целей героев.

Повествователем во всех трех романах выступает Натан Цукерман – излюбленный сквозной персонаж многих произведений Рота, так же как и сам Рот, ставший писателем. Содержание романов – это своеобразные размышления главного героя (а вместе с тем и самого автора) о тех испытаниях, которые он прошел на пути к успеху.

Крах американской мечты 1950-х гг. изображен в «Американской пасторали» с известной долей трагической иронии. Рассказчик Цукерман, вспоминая о своем однокласснике Сеймуре Лейвоу по прозвищу Швед, показывает его как идеал американца, выходца из семьи иммигрантов, который словно рожден побеждать и стать воплощением американской мечты: спортсмен, красавец, он строит свою «американскую пастораль». Его жена – победительница конкурса красоты ирландка Доун – стала образцовой американской домохозяйкой, создавая в их красивом и уютном

доме собственный маленький рай. Однако следующее поколение разрушает этот маленький рай. Дочь Шведа Мерри в знак протеста против войны во Вьетнаме устраивает взрывы, результатом которых становится смерть ни в чем не повинных людей.

Неслучайно роман разделен на три главы – «Воспоминание о рае», «Грехопадение» и «Потерянный рай». Каждая из них посвящена ступени по пути постепенной утраты иллюзий Шведа и краху его «американской мечты».

С одной стороны, роман предельно конкретен, с другой – безбрежно символичен. В нем писатель обращается и к пониманию того, как менялась мечта, и к тому, что ее «взрывало» изнутри в зависимости от событий в жизни американского общества. Он препарировывает американские социальные и религиозные мифы о божественном предназначении страны и рае на земле, к которому стремились населяющие ее иммигранты. К тому же он связывает национальные мифы с общечеловеческим культурным кодом, например, в названии глав видится откровенная связь с произведениями великого английского поэта и мыслителя Джона Мильтона.

Во всех трех романах за внешним благополучием своих героев Филип Рот видит ложь и стремление отойти от еврейских корней, стать «настоящим американцем». В этом он усматривает причины трагедии большинства иммигрантов, которые забывают о своей идентичности, о культуре, связывающей человека с его прошлым, его корнями. У Филипа Рота «американская мечта» оказывается мифом, обложкой глянцевого журнала, не имеющей никакого отношения к реальности.

Однако в романах других писателей американская мечта сохраняет свои светлые положительные стороны. Об успехе и возможности достижения американской мечты пишет, например, Джин Квок (Jean Kwok, род. 1965), американка китайского происхождения. Ее привезли в США в возрасте пяти лет из Гонконга, она закончила Гарвард, стала знаменитой писательницей, и во многом ее роман «Девушка в переводе» (2010) является автобиографическим.

Такой разной – трагической и счастливой – предстает американская мечта в литературе второй половины XX – начала XXI в. Невозможно охватить все произведения, в которых главной проблемой становилась американская мечта. Можно лишь уловить основные тенденции ее рассмотрения: это и полный отказ от ее материального эквивалента, выраженный в бунте битников; и ее абсурдность, пустота; и превращение романтической мечты в войну амбиций; и кризис идентичности в погоне за меч-

той, и одновременно с этим – безграничная вера в то, что она есть, она никуда не уходит из жизни, и что она – и проклятье, и великий дар Америки. Одним словом, американская мечта многолика, как страна, в которой она возникла.

Для дальнейшего изучения

Веннер Я., Сеймур К. Gonzo. Жизнь Хантера Томпсона: Биография в высказываниях / [пер. с англ. Ю. Балаяна]. СПб., 2009.

Вулф Т. Новая журналистика и Антология новой журналистики. СПб., 2008.

Голд Г. Загадка битников // Антология поэзии битников. М., 2004.

Зверев А.М. Модернизм в литературе США. М., 1979.

Карасик О.Б. «Американская мечта» в романах Филипа Рота [Электронный ресурс]. URL: <http://american-lit.niv.ru/american-lit/articles/karasik-amerikanskaya-mechta-rot.htm> (дата обращения 13.07.2020).

Коновалова Ж.Г. Контркультура и «американская мечта»: трансформация концепции «мечты» в художественно-документальных книгах Х. Томпсона, Т. Вулфа [Электронный ресурс]. URL: <http://philology-and-culture.kpfu.ru/?q=node/739> (дата обращения 13.07.2020).

Коновалова Ж.Г. «Американская мечта» в художественно-документальной литературе второй половины XX века [Электронный ресурс]. URL: <https://docplayer.ru/29144166-Konvalova-zhanna-georgievna-amerikanskaya-mechta-v-hudozhestvenno-dokumentalnoy-literature-ssha-vtoroy-poloviny-hh-veka.html> (дата обращения 13.07.2020).

Коршунова Е.С. Американская мечта в американской художественной литературе [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/amerikanskaya-mechta-v-amerikanskoj-hudozhestvennoy-literature> (дата обращения 23.07.2020).

Несмелова О.О., Коновалова Ж.Г. Новый журнализм: теоретические принципы и их художественное воплощение // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2011. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyj-zhurnalizm-teoreticheskie-principy-i-ih-hudozhestvennoe-voploschenie> (дата обращения 22.07.2020).

Новоселова М.Е. Новый журнализм: от истоков до наших дней // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 10–1 (76) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>

novyy-zhurnalizm-ot-istokov-do-nashih-dney (дата обращения 22.07.2020).

Рошак Т. Истоки контркультуры. М., 2014.

Хорольский В.В. «Новый журнализм» в США: проблема факта и домысла // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 12 (131) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyy-zhurnalizm-v-ssha-problema-fakta-i-domysla-1> (дата обращения 20.07.2020).

Newhouse T. The beat generation and the popular novel in the United States, 1945–1970. Jefferson, 2000.

Swartz O. The View From On the Road: the Rhetorical Vision of Jack Kerouac. Carbondale, 1999.

Электронный ресурс

Американская мечта 60-х и 70-х: бунтари и битники ищут смысл жизни [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oYhmEkRIUbY&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JVIuzevFsC8&index=4&t=4s> (дата обращения 25.11.2020).

Тема 5. Американская мечта в «доме со многими окнами»

Страна иммигрантов, Америка с момента своего возникновения отличалась большой палитрой этнических групп и рас со своим видением мира, традициями и верованиями. Неслучайно поэтому вопрос национальной идентичности – кто же такой настоящий американец – на протяжении всей истории США занимал ведущих общественных деятелей, политиков, историков, писателей. Еще в конце XVIII столетия француз Мишель Гийом Жан Де Кревкёр (Michel Guillaume Jean de Crèvecoeur, 1735–1813), натурализовавшийся на американском континенте как Джон Гектор Сент-Джон де Кревекер (John Hector St. John de Crèvecoeur) пространно рассуждал о том, кто же есть этот новый человек американец. В своем знаменитом эпистолярном сочинении «Письма американского фермера» (Letters from an American Farmer, 1782) он первым сформулировал идею Америки как «плавильного котла» (melting pot):

В сем великом приюте разными путями и в силу разных причин сошлись бедняки всей Европы... <...> В Америке из представителей разных наций выплавляется новый народ, чьи труды и потомки когда-нибудь произведут в мире величайшие перемены. <...> Если некто, отбросив свои старые привычки и нравы, взамен приобретает новые под воздействием нового образа жизни, им усвоенного, нового правительства, которому он подчиняется, и нового положения, которое он занимает, сей человек и есть американец... Американец есть новый человек, руководствующийся новыми принципами; посему у него должны возникать новые мысли и новые мнения⁴⁶.

Однако вплоть до середины XX в. именно англо-протестантская культура явилась основанием американской идентичности. Верность англо-саксонским принципам новой страны достаточно четко отражена в «американском кредо», сформулированном отцами-основателями, и прежде всего Томасом Джефферсоном (1783–1826), автором «Декларации независимости». Основными

⁴⁶ *Кревекер С.Д. де. Письма американского фермера // Уильям Брэдфорд. История поселения в Плимуте. Бенджамин Франклин. Автобиография. Памфлеты. Сент Джон де Кревекер. Письма американского фермера. М., 1987. С. 558–560.*

положениями «американского кредо» явились английский язык, английские принципы законности и представления о гражданских обязанностях и правах, христианские заповеди, протестантская этика. Поэтому как на первых порах, так и в течение двух столетий своего существования Америку вряд ли интересовал вопрос о том, как себя чувствуют прибывшие сюда люди, не знающие ни языка, ни законов. Им предлагалось просто принять их и стать тем самым новым человеком, о котором писал де Кревекер.

Интересовал ли де Кревекера вопрос о том, каково это – отбросить старые привычки и нравы и, произведя обнуление своей прежней идентичности, стать неким новым человеком? Был ли обеспокоен Джон Адамс (1735–1826), второй президент США, тем, что чувствуют иммигранты, когда он подписывал дискриминационный закон об иностранцах, по которому период натурализации повышался с пяти лет до четырнадцати? Возникало ли сочувствие к людям, когда Закон об иммиграции 1891 г. запретил въезд лиц, подозреваемых в том, что они не смогут прокормить себя? Каково было им, этим людям, лелеявшим и пестовавшим каждый свою американскую мечту, добиваться места под солнцем в такой желанной, но оказавшейся не очень приветливой земле?

Иммигранты, их переживания, страхи и радости, удачи и провалы долгое время оставались и вне поля внимания художественной литературы, всегда такой чуткой к сложным и неоднозначным судьбам людей, благодаря которым Америка стала великой. Романы об их судьбах были весьма немногочисленны, и авторов интересовал не сам феномен иммиграции, а жизнь беднейших слоев населения, среди которых были, безусловно, и иммигранты, как, например, в романе Стивена Крейна (Stephen Crane, 1871–1900) «Мэгги, уличная девушка» (1893) или Эптона Синклера (Upton Beall Sinclair, Jr., 1878–1968) «Джунгли» (1906). В целом же изредка возникал на третьем плане повествования какой-нибудь иностранец как некая часть привычного бытового пейзажа, как, например, у Фрэнсиса Скотта Фицджералда в «Великом Гэтсби»:

Приближался праздник Четвертого июля, и тщедушный мальчишка-итальянец с серым лицом раскладывал вдоль железнодорожного полотна сигнальные петарды⁴⁷.

Судьба этого и многих таких итальянских мальчиков не интересовала американское общество, пока не вышел в свет ро-

⁴⁷ *Фицджеральд Ф.С.* Великий Гэтсби // *Фицджеральд Ф.С.* Великий Гэтсби. Ночь нежна. М., 1989. С. 39.

ман «Крестный отец» (1969), написанный одним таким повзрослевшим мальчиком – Марио Пьюзо (Mario Gianluigi Puzo, 1920–1999). В 1972 г. роман был экранизирован другим потомком итальянских иммигрантов – Фрэнсисом Фордом Копполой (род. 1939) – и стал мировым бестселлером. И случилось это не потому, что тема мафии и жизненные перипетии итальянских мафиози в Америке так уж сильно волновали американцев и жителей других стран. Просто и роман, и фильм были сделаны со знанием и пониманием психологии этих людей и реальных проблем, с которыми сталкивались иммигранты в достижении своей американской мечты.

В 1965 г. началась либерализация иммиграционной политики, в страну хлынул поток людей из разных стран, который во многом уже отличался по своим жизненным установкам от иммиграционных волн предшествующего времени. Конечно, большинство по-прежнему были те, кому “*uni panis, ibi patria*” (лат.: где хлеб, там и родина). Однако были и те, для которых Америка была не просто страной, дающей материальное благополучие, но страной свободы и права на собственное мнение – беженцы из стран диктаторских режимов и социалистических стран. Были и те, для кого Америка ассоциировалось с возможностями получения хорошего образования и профессиональным ростом.

В это время на передний план в понимании американской идентичности выходит мультикультурализм, теория культурного многообразия, в основе которой заложено стремление каждой национальной группы к сохранению своих традиций и особенностей в рамках единой американской культуры. Для Америки изобретаются уже новые метафоры ее идентичности – «лоскутное одеяло», «большая салатница», как нельзя лучше отражающие новый взгляд на запечатленный на гербе США девиз “*E pluribus unum*” (лат.: из многих – единое).

Не случайно и по отношению к американской литературе, канон которой до того времени, несмотря на весомые достижения афроамериканских писателей, являлась исключительно англо-саксонская белая литература, известный критик Малькольм Каули (1898–1989) применил метафору «дом со многими окнами» в своей одноименной книге (1970). Действительно, современная американская литература, начиная с 1970-х гг. XX в., отличается чрезвычайным разнообразием художественных взглядов и подходов к изображению общества и человека, живущего в нем, его стремлений, чаяний и надежд.

Значительную и очень продуктивную часть современных писателей составляют иммигранты первого или второго поколе-

ния, которые сами или их родители приехали в Америку каждый со своей американской мечтой. Осмысление иммигрантского опыта воплощения американской мечты и проблем так называемой дефисной (итало-американской, испано-американской, китайско-американской и проч.) идентичности становятся главными темами в культуре «большой салатницы».

Точно и емко эти темы обобщил известный американский литературовед и культуролог арабского происхождения Эдвард Саид (1935–2003):

Сами по себе мысли об изгнании невыразимо тяжелы, но испытывать его в реальности просто ужасно. Это невосполнимый разрыв, возникающий между человеком и его родным местом, между его «Я» и его настоящим домом: это глубочайшая печаль, которую невозможно преодолеть. Действительно, и это правда, что литература и история содержат героические, романтические, славные и даже триумфальные эпизоды жизни в изгнании, но это не что иное, как попытки преодоления калечащей скорби этого разрыва⁴⁸.

Тема разрыва между культурами, между старым и новым домом и их традициями красной нитью проходит через все произведения современных авторов с дефисной идентичностью. Чаще всего этот разрыв демонстрируется на сложных взаимоотношениях родителей, первого поколения иммигрантов и их детей, которые уже сумели ассимилироваться с американским окружением.

Эта тема представлена в одном из самых первых китайско-американских романов и одного из наиболее изучаемых произведений американской литературы сейчас – романе «Воительница» (1986) Максин Хонг Кингстон (Maxine Hong Kingston, род. 1940). Здесь девушка пытается прорваться сквозь полуфантастический мир Китая, созданный матерью, к реальному американскому миру и найти в нем свой путь. Выслушав рассказы матери, она создает для себя образ женщины-воительницы на основе старинной китайской легенды о Фа Мулан, тем самым определив свою идентичность и свой образ в новых культурных обстоятельствах.

В романе другой писательницы китайского происхождения Эми Тан (Amy Ruth Tan, род. 1952) «Клуб радости и удачи» (1989) также изображены сложные проблемы, связанные с отношениями матерей и дочерей. Чтобы «влииться» в новую культуру,

⁴⁸ Said E. Reflections on Exile // Said E. Reflections on Exile and Other Literary and Cultural Essays. Cambridge, 2001. P. 180.

родители главной героини скрывают дорогие шелковые платья, привезенные из Китая, носят одежду с чужого плеча американского образца, ходят в китайскую баптистскую церковь, улучшают английский на занятиях по Библии и поют в церковном хоре каждую субботу, но не это наполняет их жизнь. Для них по-прежнему «все начинается на востоке... с восточной стороны встает солнце и приходит ветер», поэтому мать героини организует «Клуб радости и удачи» для игры в маджонг, а на самом деле – для того, чтобы дать возможность рассказывать друг другу истории – о себе, своих стремлениях и мечтаниях, горестях и надеждах, и воспоминаниях о родине. Это отдушина для таких же, как и она, китайцев, оставивших за своей спиной в Китае трагедии,

...о которых они не в силах говорить, и привезли в Америку надежды, о которых пока еще не могут рассказать на своем скудном английском⁴⁹.

О ностальгической привязанности к своим традициям пишет и родившаяся в Лондоне американка бенгальского происхождения Джумпа Лахири (Jhumpa Lahiri, род. 1967, литературный псевдоним – Ниланьяны Судесна). В своем романе «Тезка» (2003), повествующем о сложном пути к себе героя – бенгальца по имени Гоголь, изображена традиционная индийская семья, которая, как и многие другие, переезжает жить в Америку и вместе с багажом привозит свои традиции и привычки, отчаянно сопротивляясь внедрению новой культуры в их жизнь:

Воскресными вечерами бенгальские пары ходят друг к другу в гости. Они пьют чай со сгущенным молоком и закусывают фрикадельками из креветок, обжаренными в кипящем масле. Они садятся в круг на полу, скрестив ноги, и хором поют песни на слова Назрула и Тагора⁵⁰.

Мать Гоголя Ашима перед родами смотрит на часы, которые подарила ей ее мать перед отлетом в Америку, и думает о том, что сейчас они отсчитывают американское время, хотя ее родное время всегда с ней – нарисованные хной на тыльной стороне пальцев кольца. Перед ее мысленным взором возникает картина родительского дома, она видит, как отец и мать пьют чай, но тут же возникают и другие образы, бостонские – Мемориал Драйв, снующие по дороге машины, «Ашима быстро открывает глаза

⁴⁹ Тан Э. Клуб радости и удачи. М., 2007. С. 35.

⁵⁰ Лахири Дж. Тезка. М., 2010. С. 53.

и мотаает головой – прочь! Она не желает видеть американские картинки».

Не впечатляют «американские картинки» и мать главной героини романа «Йо!» (¡Yo!, 1997) Хулии Альварес (Julia Alvarez, род. 1950) – американской писательницы доминиканского происхождения. С тонким юмором она показывает растерянность женщины, оказавшейся в новом окружении. Вспоминая свою жизнь в Доминиканской Республике, откуда ее семья бежала от диктатуры Трухильо (Рафаэль Леонидас Трухильо Молина (1891–1961), доминиканский государственный и политический деятель, фактический правитель страны в период с 1930 по 1961 г.), она вспоминает огромную семью, в которой никто не чувствовал себя одиноко:

Поводов с кем-то сцепляться никогда не возникало. Не ладишь с матерью? У тебя еще есть две сестры, один зять, трое братьев и их жены, тринадцать племянников и племянниц, твои собственные муж и дети, две сестры твоей бабушки, отец, дядя – старый холостяк, тугая на ухо бедная родственница и маленькая армия прислуги – и все помогают тебе отвлечься и служат буфером между вами. И если у тебя все-таки вырвется: «Ах ты стерва!», то пока эти слова доберутся до твоей матери, они превратятся во что-нибудь вроде: «Надо бы добавить еще щепотку перца»⁵¹.

И теперь она со слезами на глазах думает о пугающей ее неизвестности:

Плачу я не просто из-за разлуки с родиной, не только о том, что мы уже потеряли, но и о том, что можем утратить в будущем. Лишь теперь, когда из-под нас, как фундамент из-под дома, выдернули наш клан, я впервые испугалась, что наша маленькая семья из шести человек тоже развалится⁵².

Травматический опыт переезда в другую страну, которая поманила мечтой о счастливом будущем, становится предметом размышлений американского автора японского происхождения Джулии Оцука (Julie Otsuka, род. 1962) в романе «Будда на чердаке» (2011). В нем осмысляется коллективная память японских мигрантов, прежде всего женщин, оторые ради создания семьи пересекают океан, чтобы стать женами мужчин,

⁵¹ Альварес Х. Главы из романа «Йо!» // Иностранная литература. 2003. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://magazines.gorky.media/inostran/2003/1/jo.html> (дата обращения 15.03.2020).

⁵² Там же.

знакомых только по фотографии. Из множества их голосов сплетается единая, весьма драматичная история американцев японского происхождения о том, как они учились выживать, как враждебна оказалась их приемная родина в период Второй мировой войны, когда около 120 тысяч японцев были отправлены в специальные лагеря, и как потом им вновь приходилось обживать и переживать полученную травму.

К проблеме травматического опыта и дискриминации «Другого» также обращается в своем романе «Шафрановые мечты» (2009) пакистано-американка Шайла Абдулла (Shaila Abdullah, род. 1971), героине которого приходится увидеть мир из окна мусульманской женщины после трагедии 11 сентября. Арисса, талантливый художник, счастливая жена, ожидающая своего первенца, в одночасье теряет все: погибает муж, она теряет ребенка и внезапно начинает испытывать полную изоляцию в обществе, которое воспринимает ее через призму подозрительности к мусульманам после 11 сентября. Интересно, что симптомы перемен в отношении соседей к Ариссе практически совпадают с теми, что были описаны в романе Джулии Оцука, когда привычные улыбки словно стираются с лиц прежде дружелюбных людей. Ей приходится пройти путь от отчаяния к надежде, от недоверия к вере, пройдя своеобразную позитивную эволюцию, что, как и в большинстве романов американских авторов дефисной идентичности, является одним из центральных лейтмотивов.

Мотив потерянности молодого американца, соединяющего в себе две культуры и проходящего эту позитивную эволюцию, можно считать главным в произведениях писателей, обращающихся к описанию американских иммигрантов и проблеме их самоидентификации, этнической, культурной и личной. Как преодолевается граница двух культур, каким образом позиционирует себя личность в условиях сосуществования двух голосов внутри одной личности, какие мечты и надежды испытывает человек, вынужденный, как говорил де Кривекер, отбросить свои старые привычки и нравы?

Все эти вопросы находят ответы в произведениях современных американских авторов, прошедших нелегкую дорогу к пониманию самих себя, поэтому в большинстве романов явно просвечивают автобиографические элементы, ведь именно они являются успешными детьми родителей-иммигрантов, о которых Джин Квок в романе «Девушка в переводе» (2010) сказала: «Но родители для того и существуют, чтобы жизнь детей была лучше».

Если первое поколение, как очевидно, практически обособляется от американской культуры, то молодое поколение попер-

воначалу отказывается от культуры своих родителей. Так, дочери членов «Клуба радости и удачи» в романе Эми Тан воспринимают посиделки и игру в маджонг как некий анахронизм, относятся к матерям с иронией. И каждой из них приходится сделать много ошибок в своей жизни, прежде чем понять правоту своих матерей и осознать китайское наследие своей идентичности.

Тот же путь проделывает и героиня другого романа Эми Тан «Сто тайных чувств» (1995). Здесь писательница еще более углубляет проблему сохранения китайских ценностей, изображая столкновение разных систем в отношениях двух сестер: одна родилась в Америке от белой матери и отца китайца, а вторая, сводная, приехала из Китая после смерти отца. «Другая жена? Дочь в Китае?!» – вопрошает семья.

Ведь мы были вполне современной американской семьей, говорили по-английски. Конечно, мы покупали китайскую стряпню, но только навывнос, как и все. Мы жили в большом деревенского типа доме в Дэли-Сити. Папа работал в Правительственном бюро по статистике. Мама исправно посещала собрания ассоциации «Учителя-Родители». Она никогда не слышала, чтобы отец говорил о каких-то китайских предрассудках⁵³.

Однако «папино наследство», старшая сестра-китаянка, учит младшую американскую сестру любви, терпению, пронизательности, заставляет ее душу стать более открытой миру и уметь ценить каждое мгновение жизни. Она заставляет героиню поехать в Китай, где происходит чудо – после долгих лет безуспешных попыток той удалось наконец забеременеть. Конечно, зарождение жизни именно в Китае после полной безысходности в Америке – это символическое указание на плодотворность другой части своей идентичности. Мечта героини исполняется, как только она принимает эту свою вторую часть.

Потерянный молодой человек, который вроде уже и не бенгалец, но еще и не американец, да еще и с таким экзотическим именем Гоголь из романа «Тезка» не принимает в своей жизни ничего из наследия родителей, и прежде всего своего имени, дарованного отцом. В имени он склонен видеть причину всех своих неудач. Он меняет имя, стремится быть стопроцентным американцем, пытается обзавестись семьей, но его избранницы-американки ему совершенно чужды. Не ладится у него впоследствии и с девушкой из индийского круга. Только после смерти отца он понимает, насколько имя Гоголь и книга с повестями русского

⁵³ Тан Э. Сто тайных чувств. М., 2003. С. 248.

писателя были важны для отца, и посредством этого осознания завершается процесс самоидентификации героя как американца с индийским наследием, как бы необычно оно ни было явлено.

Позитивную эволюцию в процессе поиска своего «Я», этнического и личного, совершает и девочка Йоланда, которую на американский манер называют Йо, из одноименного романа Хулии Альварес. Увезенная родителями из Доминиканской Республики в США, она выросла, прошла долгий и далеко не прямой путь к пониманию себя, своего призвания. Она хорошо училась, поступила в аспирантуру, но не закончила ее, завела отношения и рвала их, но никогда не прекращала сочинять и рассказывать истории. В конце романа Йоланда обретает не только семейное счастье, но и исполняет свою мечту – становится писательницей.

Исполняются мечты и героини романа американки китайского происхождения Джин Квок «Девушка в переводе». Это типичная схема романа «из грязи – в князи». Девочка Кимберли со своей матерью приезжает из Китая с мечтой о сытой и красивой жизни, но, как они очень скоро понимают, «иногда наша истинная судьба отличается от той, что мы себе вообразили». Они ютятся в ужасающих условиях, Кимберли приходится после школы работать на полулегальной швейной фабрике с потогонной системой, она с трудом переводит не только английского языка слова, но и саму американскую жизнь:

Я начинала понимать, какое значение придают американцы спорту вообще, – откровение для меня. У нас хвалили тех, кто хорошо учился, но для здешних детей хороших оценок недостаточно. Они должны были еще заниматься спортом и музыкой и иметь ровные зубы⁵⁴.

Однако трудности не пугают, а только закаляют девочку:

Китайская пословица гласит: нашей жизнью управляют ветры судьбы, вынуждая следовать в определенном направлении. Люди с сильной волей могут противостоять буре и выбирать собственную дорогу, в то время как слабые вынуждены идти туда, куда их гонит ветер⁵⁵.

⁵⁴ Квок Дж. Девушка в переводе. М., 2011 [Электронный ресурс]. URL: <https://libking.ru/books/prose-/prose-contemporary/362534-dzhin-kvok-devushka-v-perevode.html> (дата обращения 16.11.2020).

⁵⁵ Там же.

Не отказываясь от своей китайской идентичности, Ким-берли смогла «перевести» традиционные китайские ценности и мудрость на новый американский стиль жизни. Ее убеждения («никто не может изменить твою природу, кроме тебя самой», «у каждого есть недостатки, но это не дает нам права поступать недостойно»), мало разнящиеся с известными афоризмами Бенджамина Франклина о нравственном совершенствовании американца, позволили ей воплотить мечту и стать детским хирургом.

Было бы неправильно думать, что все романы американских писателей с двойной идентичностью заканчиваются счастливым обретением себя и «места под солнцем». Свидетельство тому, что не все истории самоидентификации заканчиваются благостно – роман Джуно Диаса (Junot Díaz, род. 1968), американца доминиканского происхождения, «Короткая фантастическая жизнь Оскара Вау» (2007). Главный герой Оскар, добрый, тучный романтик и любитель комиксов, мечтает стать писателем фэнтези и найти любовь. Он живет в испаноязычном гетто в маленьком провинциальном городке штата Нью-Джерси, словно застряв в своем культурном «пограничье». В поисках любви он уезжает обратно на Доминикану, где его возлюбленной становится проститутка, бывший любовник которой убивает бедного Оскара.

Джуно Диас создает трогательную и одновременно очень ироничную историю несостоятельности мечты и невозможности обретения своей настоящей идентичности в условиях созданной культурной пограничности. В этом романе все многочисленные персонажи, родные Оскара и его друзья, пытаются определить свою идентичность и разрываются между своими внутренними ощущениями и обстоятельствами внешними, и мало кто из них достигает гармоничного согласия с собой.

Проблема самоидентификации в мультикультурном американском обществе, ее сложность и неоднозначность хорошо видна в творчестве современных еврейско-американских писателей, для которых центральным также становится вопрос об индивидуальном «Я» в поле перекрещивания и взаимовлияния различных культурных традиций в гибридном социуме США.

Для европейских евреев США были особенным местом, поскольку Америка с ее пуританским наследием представлялась наиболее родственной по менталитету страной. Пуритане были связаны с библейской традицией теснее, чем какая-либо другая христианская община. Они, как и библейский народ, видели в Американском континенте «землю обетованную», путь к которой лежит через «пустыню океана», – именно так писал

об этом Уильям Брэдфорд, первый губернатор новоанглийской колонии. Общие для американской и еврейской ментальности концепты, к числу которых, например, относится «избранничество», обеспечивали самую тесную связь двух культур.

При этом этническая гибридность евреев США имеет более сложную структуру, чем многие другие этнические группы: во взаимодействие вступают не только собственно еврейские или американские ценности, но и ценности и культурные традиции тех стран, откуда прибывали еврейские иммигранты на американский континент. В результате создается весьма широкое поле взаимодействия и взаимоотталкиваний разнообразных культурных векторов, что делает процесс самоидентификации и выбор его стратегий особенно драматичным.

На протяжении длительного времени существования еврейской традиции в американской литературе специфика этого процесса со всеми его противоречиями неоднократно находила свое отражение в творчестве еврейских писателей США. Стоит назвать имена таких мэтров, как Сол Беллоу или Филип Рот, чтобы увидеть значимость проблемы еврейской идентичности в американской культуре.

Новое поколение еврейско-американских писателей также обращается к этой проблеме. Так, она стала главной в романе Аллегры Гудман (Allegra Goodman, род. 1967) «Семья Марковиц» (The Family Markowitz, 1996). Каждая глава романа – это самостоятельный рассказ о событии из жизни отдельного героя, связанном с поворотными моментами жизни всей семьи. Открывается повествование рассказом о смерти главы семейства, а завершается главой о замужестве внучки. Глядя на традиционный иудейский танец жениха и невесты, бабушка из первого поколения иммигрантов вспоминает, что на ее собственной свадьбе их с женихом на стульях не носили – «забыли, что ли». Родителям же приходит на ум их «элегантная свадьба», совсем с другими танцами – фокстротом, самбой и ча-ча-ча. С тонким юмором Аллегра Гудман совмещает три этапа еврейско-американской самоидентификации на свадьбе внучки, когда рождается новая семья, символизирующая не только преодоление одиночества и продолжение рода, но и возрождение иудейских традиций.

Современная полиэтническая литература США, таким образом, представляет множество взглядов на американскую мечту из «дома со многими окнами». В этом доме разыгрываются личные драмы и появляются неизбежные конфликты поколений, триумфальные эпизоды жизни соседствуют с сокрушительны-

ми поражениями, свидетельствующими о непреходящей скорби иммигрантов от разрыва с родными корнями. Однако как бы ни были тяжелы процессы самоидентификации американцев-иммигрантов, американская мечта и для них является постоянным стимулом к развитию. Как справедливо заметила Эми Тан в романе «Сто тайных чувств»,

...мы все мечтаем. Мы мечтаем, чтобы дать себе надежду. Запретить себе мечтать – ну... Это все равно что признать, что ты никогда не сможешь изменить свою жизнь. Правда?⁵⁶

Для дальнейшего изучения

- Ващенко А.В.* Америка в споре с Америкой. М., 1988.
История литературы США: В 7 т. / Ред. Я.Н. Засурский, М. Корнева, Е. Стеценко. Т. 6, 7. М., 2000.
- Карасик О.Б.* Взаимодействие расового и этнического компонентов в современной литературе США [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/vzaimodeystvie-rasovogo-i-etnicheskogo-komponentov-v-sovremennoy-literature-ssha> (дата обращения 20.07.2020).
- Попова М.К.* Национальная идентичность и ее отражение в художественном сознании. Воронеж, 2004.
- Глостанова М.В.* Проблема мультикультурализма и литература США конца XX века. М., 2000.
- Хантингтон С.* Столкновение цивилизаций и изменение мирового порядка // Pro et Contra. 1997. Т. 2. № 2.
- Хантингтон С.* Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности / Пер. с англ. А. Башкирова. М., 2004.
- Caesar J.* Patriarchy, Imperialism and Knowledge in The Kitchen God's Wife. N.Y., 2009.
- Ling A.* Between Worlds: Women Writers of Chinese Ancestry. N.Y., 1990.
- Huntley E.D.* Maxine Hong Kingston: A Critical Companion. Westport, CT, 2001.
- Ho W.* In Her Mother's House: The Politics of Asian American Mother-Daughter writing. Oxford, 1999.

Электронный ресурс

Литература иммигрантов: американская мечта и поиск новой идентичности [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=29X0mzaqe_Y&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JVIyzevFsC8&index=5&t=19s (дата обращения 25.11.2020).

⁵⁶ Тан Э. Сто тайных чувств. С. 290.

Тема 6. Фольклорные герои и американская мечта

Может показаться, что фольклор не имеет прямого отношения к предмету разговора об американской мечте. Однако это далеко не так, поскольку американская мечта – явление, во многом отражающее не только общенациональную идею, но и специфику американского характера. Ну а где, как не в байках, устных историях, анекдотах и прочих фольклорных жанрах раскрывается дух народа, его чаяния и мечты? Сам термин «фольклор» дословно с английского (folk-lore) переводится как «народная мудрость».

Баллады, легенды, небылицы, сказки, песни, которые создавались американским народом, рождались на фоне сложной и противоречивой истории США. Строго говоря, американский фольклор имеет три основные ветви: фольклор аборигенов (индейские и эскимосские предания), небылицы белых поселенцев и устное творчество черного населения. Каждая из ветвей, с одной стороны, совершенно самодостаточна и выражает специфику духовной культуры каждой группы населяющих Америку народов. С другой стороны, все три ветви, в силу того, что в XVII в. эти народы оказались на одной территории, вынужденно соприкасались и не могли оставаться обособленными. Поэтому часто фольклорные сюжеты, мотивы, типы героев переходили из фольклора одного народа в другой и принимали соответствующие своей культурной традиции обличия.

Самый древний фольклор – это фольклор индейцев и эскимосов. Он, как и положено фольклору, возникает как дописьменная, устная традиция и основывается на мифологии и определенной религиозной системе. Это различные заклинания, обряды, ритуалы.

Белые поселенцы и африканцы были «пришельцами», они прибыли на новую землю со своими культурными традициями. Впоследствии эти традиции трансформировались, а подчас и были преданы забвению в ином культурном и географическом пространстве.

Отношение к этому пространству у всех трех групп было разное: для индейцев это была земля предков, для белых – объект завоевания, а для черных рабов – земля неволи. Однако всех их

объединило то, что стало основанием американской идеологии впоследствии – это потребность в свободе.

Особой, если можно сказать, «культурой свободы» обладали аборигены, воспринимающие свою землю, как и положено древней культуре, как мифопоэтическое пространство. Как всякий миф, фольклор индейцев в большей степени тяготеет к сказочной истории аборигенов, рассказах о сотворении мира и первых людях на континенте, о том, какими путями пришли они на свою родину. «Народ без истории – что трава на ветру», – говорится в поговорке индейцев сиу. Индейцы разных племен представляли свое происхождение по-разному: одни спустились со звезд, другие, напротив, вышли из подземного мира, третьи спаслись после великого наводнения благодаря выстроенному песочному острову.

В этих сказаниях – обилие страшного и чудесного, повествования о бедах и превращениях героя, нарушившего какой-либо запрет или же просто по воле рока. Важный элемент таких легенд – вера в магию, магический предмет и магическое слово. Магия помогает в преодолении препятствий, способствует победе над врагом и выздоровлению больного, отводит беду от народа, дает хороший урожай.

Часто индейские легенды говорят о смысле и сущности человеческой жизни и смерти. Так, например, в легенде «О сотворении племени пикуни» повествуется о том, как после великого наводнения (совсем как в библейской истории о великом потопе) спаслись только старый На-Пи-Ва, сидевший вместе со своей женой На-По-Ос на плоту, да несколько животных, сумевших забраться на плот. На-Пи-Ва создал прекрасный остров, на котором жили бы бессмертные люди. Его жена испугалась, что будет мало места, если никто не станет умирать, и хитростью заставила изменить решение мужа. Однако когда умерла их прекрасная молодая дочь, она попросила вернуть людям бессмертие. Ответ На-Пи-Ва жене исполнен мудрости и необыкновенной поэтичности:

Будет так, как мы решили, На-По-Ос. Люди будут жить и любить друг друга, ходить на охоту и рожать детей, купаться в прозрачных реках и любоваться моим прекрасным островом. Но они будут умирать. Навсегда⁵⁷.

⁵⁷ Сын утренней звезды. Фольклор североамериканских индейцев и эскимосов [Электронный ресурс]. URL: <http://skazka.mifolog.ru/books/item/f00/s00/z0000035/st002.shtml> (дата обращения 20.09.2020).

Эти уроки мудрости переходили из поколения в поколение, в них слышится голос народа, обладающего величественным и благороднейшим духом.

Присядьте рядом со мной, и выкурим трубку Мира и Взаимопонимания. Давайте станем Даром друг для друга. Давайте станем Пищей, насыщающей друг друга, чтобы все мы смогли Растить. Научим друг друга каждому из Путей нашей Земли⁵⁸,

– так начинается свой рассказ индейский сказитель.

Индейские предания вдохновили американских романтиков на создание ставших мировой классикой произведений – романа «Последний из могиан» (1826) Джеймса Фенимора Купера (James Fenimore Cooper, 1789–1851) или эпической поэмы «Песнь о Гайавате» (1855) Генри Уодсворта Лонгфелло (Henry Wadsworth Longfellow, 1807–1882). В этих произведениях созданы образы сильных, гордых индейцев, снискавших любовь читателей по всему миру.

Свободолюбие и чувство достоинства характерны и для афроамериканского фольклора и его героя, однако представлены они в другом ключе. Африканская культура также принадлежит к древнейшим культурам мира и, соответственно, обладает своими мифологическими системами и группами героев. Однако в силу того, что африканские рабы были оторваны от своей земли и перевезены в совершенно непохожие и явно враждебные им условия, появилась уникальная фольклорная традиция американских чернокожих.

Зарождение афроамериканского фольклора относится к XVIII в., т. е. уже спустя почти столетие после того, как первый невольник ступил на землю английских колоний в Америке (первый невольничий корабль прибыл к берегам Вирджинии в 1619 г.). Этот фольклор складывался из разнообразных источников, поскольку рабы завозились из разных районов Африки, где проживали разные племена со своими традициями и языками. Но процесс объединения различных традиций в одну занял еще почти столетие, и можно сказать, что афроамериканский фольклор как единая традиция обозначился только тогда, когда в начале XIX в. постепенно ввоз рабов начал сокращаться.

Два фактора повлияли на этот процесс и весь характер афроамериканского фольклора – христианство и африканское языческое прошлое. Поэтому так естественно оказывается присутствие в фольклорных рассказах на равных таких персонажей, как Бог и

⁵⁸ Там же.

Дьявол, с одной стороны, а с другой – Братец Кролик и Паучок Ананзи.

В афроамериканском фольклоре много сказочных сюжетов, связанных с животными. Традиция сказок о животных вообще, и не только в афроамериканском фольклоре, связана с иносказанием в изображении человеческого. Животные олицетворяют характер человека, его добродетели и пороки. В условиях, когда чернокожий раб был вынужден скрывать свои истинные мысли, сказки о животных становились самым простым способом их изложения.

В таких сказках формируется главный культурный герой афроамериканцев – трикстер (англ. *trickster* – обманщик, ловкач), не нуждающийся в физической силе, но побеждающий своих соперников ловкостью и хитростью. Плут и озорник Братец Кролик может обмануть Братца Лиса, как в знаменитой сказке о Смоляном Чучелке, когда Братца Кролика удалось поймать на куклу, сделанную из смолы и скипидара. Братец Кролик, принявший Чучелку за живого человека, поздоровался с ним, но не получив ответного приветствия, принялся колотить по Чучелку. Естественно, чем больше колотил, тем больше увязал в смоле. Тут и появился Братец Лис, совершенно напрасно начавший рассуждать, как лучше расправиться со своей добычей. Выручает Братца Кролика в этой ситуации смекалка, и он отчаянно умоляет сделать с ним все что угодно, только не бросать в терновый куст. Естественно, Братец Лис поступает именно так, а Братец Кролик что есть сил удирает из тернового куста.

Однако тому же Братцу Кролику не всегда удается перехитрить кажущихся еще более беззащитными водяную черепаху или луговую собачку. Все сказки объединены идеей о том, что беззащитные существа могут постоять за себя, не применяя физическую силу, только при помощи ума и смекалки. Их победа – это выражение надежды афроамериканского народа на справедливость, которой они не видели в жизни, и насмешка над белыми хозяевами, «сильными мира сего».

Эти сказки получили огромную популярность после того, как часть их собрал и литературно обработал Джоэль Харрис (Joel Chandler Harris, 1848–1908). В течение почти 50 лет, даже после смерти Харриса, издавались знаменитые «Сказки дядюшки Римуса», которые, строго говоря, являют собой несколько сборников сказок, объединенных общим персонажем – черным сказителем дядюшкой Римусом. В 1880 г. вышел первый сборник «Дядюшка Римус: Его песни и прибаутки», а последний – «Семь сказок дядюшки Римуса» – был опубликован в 1948 г.

Кроме трикстера Братца Кролика заслуживает особенно внимания Дразнящая Мартышка (Signifying Monkey). Смысл понятия “signifying” заключается в старинной афроамериканской игре, представляющей собой состязание в оскорблениях, задевающих родных. Состязающиеся в оскорблениях дразнят друг друга, и победу одерживает тот, кто наиболее хлестко отозвался о родных противника, а сам не поддался гневу и сохранил хладнокровие. Практиковались эти «дразнилки» в целях испытания терпения и выдержки участников, постоянно испытывавших нападки со стороны белых. Поэтому Дразнящая Мартышка выступает в сюжетах о ней хитрецом, бросающим вызов судьбе. Этот образ и в настоящее время является важной составляющей афроамериканской культуры. Современному молодому человеку не только в Америке известен и этот образ, и «дразнилки», трансформированные в рэп-баттл.

Все эти «дразнилки», сказки-небылицы, бессмыслицы, «вранье» и речевые состязания были результатом внутреннего сопротивления угнетенного народа, стремящегося выстоять и сохранить свою самобытность. Они давали ему пространство духовной свободы, которой африканский раб был лишен в действительности. Впоследствии эти специфические афроамериканские народные жанры широко использовались в своем творчестве представителями Гарлемского ренессанса (культурное движение, возглавляемое ведущими афроамериканскими писателями и художниками в период расцвета афроамериканской культуры в 1920-е гг.).

Например, Зора Нил Херстон (Zora Neale Hurston, 1891–1960), замечательная писательница и антрополог, собирала и широко использовала их в своих коротких рассказах и романах. Как сказал Кристофер Майерс, один из издателей небылиц, собранных и обработанных Зорой Херстон, «во “вранье” в те времена ложь излагалась так хорошо, что вам и не захотелось бы знать правду»⁵⁹.

В афроамериканском фольклоре так же, как и в индейском, присутствует обилие магического, истоки которого связаны с религией вуду, перекочевавшей с африканского континента и адаптировавшейся на новой земле. Так, популярны сюжеты о сверхъестественных явлениях – призраках, ведьмах, о Волосатом (Hairy Man, вариант лешего). Неизменным компонентом и здесь, и во многих других сюжетах является готическое настроение, что, безусловно, связано с условиями жизни рабов – насилие порождало страх и ужас.

⁵⁹ *Myers Ch.* Introduction // Hurston Z.N. *Lies and Other Tall Tales*. N.Y., 2005. P. 4.

Готические мотивы афроамериканского фольклора виртуозно используются современными писателями. В качестве самых блистательных примеров можно привести роман Нобелевского лауреата Тони Моррисон (Toni Morrison, при рождении – Хлоя Арделия Уофффорд, 1931–2019) «Возлюбленная» (1987), роман Колсона Уайтхеда (Colson Whitehead, род. 1969) «Подземная железная дорога» (2016), удостоенный Пулитцеровской премии.

Огромную часть фольклорного наследия афроамериканцев занимают песни: трудовые и духовные, спиричуэлс. Эти песни с особой искренностью и поэтическим мастерством передают все оттенки эмоционального состояния черного раба: в них слились трагическое одиночество, душевные страдания, наивная вера в помощь Христа, сплетаемая с простодушной доверчивостью к библейским историям. Неслучайно композиции, основанные на этих песнях, стали мировыми хитами. Вспомним хотя бы знаменитый спиричуэлс «Сойди, Моисей» в исполнении Луи Армстронга (1901–1971), завоевавший весь мир.

Песенные традиции черных рабов дали основу джазу – музыке, покорившей многие народы своей эмоциональностью, безграничной духовной свободой и природной чувственностью. Неслучайно Зора Нил Херстон говорила о джазе как о сущностной стороне самоидентификации афроамериканца. Так, в своем эссе «Каково это – быть цветной» (1928) она обратила внимание на разное восприятие джаза – свое и ее белого друга:

Оркестр не тратит время на хождение вокруг да около, а сразу приступает к делу. Он сжимает грудь и разбивает сердце своим ритмом и наркотическими созвучиями. Он буйно растет, поднимается на задних лапах и бьет по завесе тональности со всей первобытной яростью – раскалывает, рвет ее до тех пор, пока не прорывается в джунгли за ее пределами. Я устремляюсь за этими язычниками, устремляюсь с ликованием. Все внутри меня бешено пляшет; я воплю, я гикаю... <...> Мой пульс стучит как военный барабан. <...> Но вот все заканчивается. <...> С последней нотой я медленно вползаю в видимость того, что мы называем цивилизацией, и нахожу своего друга неподвижно сидящим и спокойно курящим в своем кресле. «Хорошая у них здесь музыка», – бросает он, барабани пальцами по столику. Музыка. Огромные волны пурпурных и алых эмоций не тронули его. Он лишь слышал то, что я чувствовала. Он так далек от меня, что я едва вижу его через океан и континент, возникшие между нами⁶⁰.

⁶⁰ Херстон З.Н. Каково это – чувствовать себя цветной? // Иностранная литература. 2017. № 7. С. 213.

В афроамериканском фольклоре, таким образом, воплотились представления о мире, эмоции, надежды и мечты о свободе угнетенного и страдающего, но не теряющего своего «Я» и своего достоинства народа.

Фольклор белых поселенцев во многом формировался в непосредственной связи с народными традициями индейцев и африканцев и по времени занял такое же время, как и фольклор афроамериканцев. Поэтому не случайны переплетения этих традиций во многих плоскостях: есть общие модели героев-хитрецов, общий характер жанров небылиц, некоторые персонажи из фольклора черных и индейцев появляются и в фольклоре белых. И хотя там тоже присутствует в определенной степени вера в колдовство, но сказочные сюжеты в целом не прижились в белом фольклоре. Как с юмором сказал в свое время один из первых собирателей фольклора поэт Джон Гринлиф Уиттьер (John Greenleaf Whittier, 1807–1892),

...ирландские пресвитериане (последователи протестантской церкви кальвинистской ориентации), обосновавшиеся в Нью-Хэмпшире около 1720 г., привезли с собой, помимо других странных вещей, картофель и фей. Но в то время как картофель прижился у нас и дал богатый урожай, последние вымерли, проведя несколько томительных лет в глубокой меланхолии, безуспешно и с сожалением вспоминая свои танцы на зеленых полях, пирушки в лунном свете...⁶¹

Действительно, освоение новых территорий, движущаяся граница между освоенными и девственными землями (фронтир) требовали не фей, а людей с особым характером – первопроходцев, охотников, следопытов. Колоритная и часто далеко не дружественная реальность творчески преобразовывалась и рождала новый ряд типов и героев, национальную мифологию и фольклор, отражающие сущностные стороны этого пионера, этого нового человека – американца. Чем глубже на Запад продвигался человек, тем меньше оставалось у него связи с европейскими традициями, тем больше проявлялись черты, необходимые для жизни в суровых условиях нетронутой природы, – пренебрежение условностями, смекалка, выносливость, хитрость, упорство и сила.

Реальные и вымышленные герои взаимодействуют в пространстве небылиц (tall tale) на равных правах. Так, например,

⁶¹ Whittier J.G. Margaret Smith's Journal, and Tales and Sketches // The works of John Greenleaf Whittier: In 7 vols. Vol. 5. Frankfurt am Main, 2018. P. 227.

известный охотник Дэниел Бун (1734–1820) прославился многими деяниями. Он был тем, кто проложил дорогу, так называемую Дорогу диких мест, переселенцам на Запад, на территорию современного Кентукки. Там он в 1773 г. основал город Бунсборо, одно из первых англоязычных поселений за пределами гор Аппалачи. Он проявил себя геройски во время Войны за независимость 1775–1783 гг. Попробовал он себя и на поприще бизнеса: торговал землями в Кентукки. Но бизнесмен из него не вышел, он погряз в долгах и даже какое-то время вынужден был жить в изгнании. Однако незадолго до смерти смог вернуться домой.

Еще при жизни о Дэниеле Буне слагались легенды, в конце XVIII в. вышла даже книга с рассказами о его приключениях. В этих рассказах Бун предстает как прирожденный охотник, проявивший свою ловкость и храбрость еще мальчишкой. Популярен рассказ о том, как он в юные годы поразил метким выстрелом прямо в сердце прыгнувшую на него пантеру. Дэниел Бун был увековечен в литературе в образе Натти Бампо, главного героя пенталогии Джеймса Фенимора Купера о Кожаном Чулке: «Пионеры» (1823); упомянутый выше «Последний из могикиан»; «Прерия» (1827); «Следопыт» (1940); «Зверобой» (1841).

Известность Буна была так велика, что вышла далеко за пределы своей страны – даже знаменитый английский романтик Байрон посвятил ему строки в своем романе «Дон Жуан» (1824):

По мне же всех людей счастливей был
Охотник Бун, который жил в Кентукки.
За весь свой век он только и убил
Козу или медведя. Слез и муки
Не ведая, в спокойствии души
Он мирно жил в хранительной глуши
До старости глубокой. Преступленья
Не омрачало дум его простых;
Здоровье – верный друг уединенья –
Немало дней беспечно-золотых
Ему дало; болезни и сомненья
Теснятся в клетках улиц городских,
А честный Бун провел в лесу и в поле
Лет девяносто – может быть, и боле⁶².

⁶² Байрон Дж.Г. Дон Жуан // Байрон Дж.Г. Собр. соч.: В 4 т. Т. 1. М., 1981. С. 339.

Не менее популярным был Дэвид Крокетт, вошедший в фольклорные истории как Дэви Крокетт (1786–1836) – путешественник, офицер и политический деятель. Он погиб в битве при Аламо (23 февраля – 6 марта 1836) во время событий, связанных с присоединением к США территории Техаса. Он, так же как и Бун, стал легендой при жизни. И легенды о Крокетте соответствовали его легендарному статусу – это были настоящие байки, небылицы, содержащие необыкновенные истории о том, какой он был ловкий и смекалистый охотник, никогда не оставался без добычи, медвежатины и оленины у него всегда было вдоволь.

Не брезговал он и енотом. Вот только свинцовых пуль и пороха ему не хватало, и он научился брать енота без ружья. Однажды Дэви загнал енота на дерево. Бедняжка глядел оттуда таким несчастным, что Дэви не выдержал и рассмеялся. Енот сидел на ветке и дрожал, а Дэви стоял внизу и улыбался. В конце концов енот был сражен его улыбкой и упал на землю. Так Дэви получил енота без единого выстрела⁶³.

Впоследствии эта улыбка стала главным и знаменитым оружием добычи енотов.

Дэви Крокетт стал одним из любимых героев, конечно, не только из-за реальных или мифических успехов в своей «профессиональной» деятельности, а прежде всего из-за созданного вокруг его приключений характера. Это один из тех типов неунывающих фронтирсменов, людей, живущих в невероятно тяжелых условиях и спасающих себя и других от тягот жизни юмором, шуткой, байкой:

Я кто? Я горлопан... <...> Могу пароход унести на плече. А хотите, обниму льва? Я вынослив, как вол, быстр, как лиса, увертлив, как угорь, могу кричать, как индеец, драться, как дьявол, а надо, так проглочу конгрессмена, если сперва смазать ему голову маслом и прижать уши⁶⁴.

Однако не только сильный и ловкий охотник становился героем народных сказаний. Например, Джонни Эпплсид, или Джонни Яблочное Семечко, не был славным охотником. Имя исторического персонажа – Джонатан Чэпмен (1774–1845), он был христианским миссионером на фронтире и одновременно проповедовал необходимость посадки фруктовых деревьев. Он

⁶³ Народ, да! М., 1983. С. 117.

⁶⁴ Там же. С. 116.

действительно первым стал высаживать яблони на Среднем Западе Америки. В легендах он предстает как странствующий проповедник, который сажал яблони, заводил дружбу со всеми жителями фронта, с индейцами, даже дикими животными, и был великолепным рассказчиком разных историй.

В американском фольклоре белых поселенцев отразились не только настроения, чаяния и нравственные установки землепроходцев и охотников, но и реальные исторические события Войны за независимость. Тогда простые люди, ремесленники и фермеры, встали на защиту своих интересов и создали новую страну. Воодушевленные борьбой, они сочиняли и пели песни и баллады, воспевающие своих героев. Генерал Джордж Вашингтон стал одним из героев народного творчества. Или, например, знаменитый ныне Поль Ревир (Paul Revere, 1734–1818), который был до начала военных действий обладателем мирной и совсем не геройской профессии ювелира, а временами подрабатывал стоматологом. Однако, когда настала пора защищать американскую отчизну, он оказался настоящим героем, патриотом своей страны. В ночь с 18 на 19 апреля 1775 г., накануне сражений при Лексингтоне и Конкорде, Ревир получил важное известие о передвижении вражеских войск и верхом успел проскакать к позициям повстанцев, чтобы предупредить их о приближении британцев. Это событие получило название «скачка Ревира», воспетая как в устном творчестве, так и в художественной литературе, например в знаменитом стихотворении Генри Лонгфелло «Скачка Поля Ревира» (1860). Оно заканчивается строками как о значении деяния Ревира, так и об общем настроении народа:

Так в полночь глухую скакал Поль Ревир.
Его тревожный призывный крик
До каждой деревни и фермы достиг,
Нарушив дремотный покой и мир.
Вдруг голос из тьмы, в дверь удар кулака
И слово, что эхом несется в века.
То слово из Прошлого ветер ночной
Разносит над нашей большой страной,
То в час тревоги, нарушившей мир,
Народ весь, поднявшись, слышит сквозь тьму,
Как в полночь с призывом несется к нему
На скачущей лошади Поль Ревир⁶⁵.

⁶⁵ Лонгфелло Г. Скачка Поля Ревира [Электронный ресурс]. URL: <http://eng-poetry.ru/Поем.php?ПоемId=9204> (дата обращения 23.08.2020).

Народное творчество необычайно расцвело в годы борьбы за независимость и не прекращало своего цветения после ее обретения по мере продвижения на Запад вплоть до середины XIX в. Американцы изобретали своих героев, в которых концентрировалось представление о лучших качествах жителя молодого государства. Появились «главный ковбой» Пекос Билл, якобы изобретший тавро и лассо, великан-дровосек Поль Баньян и многие другие смельчаки, храбрецы, весельчаки и балагуры.

Однако эти герои явились лишь своеобразными вариациями одного собирательного образа – образа янки, непослушного и задиристого колониста, распевającego задорную песенку «Янки–Дудл». В настоящее время она воспринимается как патриотическая, но изначально это были всего лишь юмористические куплеты на простенькую детскую мелодию.

Откуда пришел в американскую культуру янки, кто создал этот образ и придал ему множество лиц? Как писала Констанс Рурк в своей книге «Американский юмор. Исследование национального характера», этот образ вырос из коробейника:

Вместе с фронтиром по разрастающимся поселкам долины Миссисипи тащился этот длинноногий кудесник, десятилетие за десятилетием, одаривая брызгами красок фермы <...> соблазняя пряностью свежих легенд и острых разговоров. Он вечно рвался вперед, в новые регионы <...> наступая на пятки переселенцам. <...> Много рук соединилось, чтобы вылепить его образ⁶⁶.

Занятие торговца вразнос, которого впоследствии стали называть коммивояжером, требовало таланта убеждения, словесной эквилибристики и чувства юмора. При этом приписываемые янки практицизм и изворотливость на деле являлись природным даром совершать обмены. Неслучайно в небылицах присутствует сюжет о янки, который настолько увлекся обменом, что в результате оказался в абсолютной пустыне, где уже некому было что-то предложить, да и нечего – осталась лишь одна носильная одежда. Не практическая польза, а сам процесс торговли доставлял и ему, и его покупателю радость общения. Не было пользы и от его излюбленного жанра – розыгрыша, хотя по-английски он и носит название “practical joke” (досл.: практическая шутка).

Именно янки обладал тем особенным чувством юмора, который впоследствии станет восприниматься как исконно амери-

⁶⁶ Рурк К. Американский юмор. Исследование национального характера. Краснодар, 1994. С. 13.

канский. Этот юмор произрастал из самых глубин народной жизни, которая требовала осторожности, осмотрительности, а вместе с тем и незатейливых развлечений. Все это породило ряд специфических черт американского юмора, к числу которых относится маска простака, тугодума, равнодушного зеваки. Маска стала неким щитом, скрывающим настороженность, истинные чувства удивления, радости, беспокойства или гнева. И вместе с тем она давала абсолютную свободу воображения и выражения в зависимости от того, какую личину принимал рассказчик.

У янки всегда под рукой оказывалась масса историй по любому поводу, при этом часто повод был один, а в своем неторопливом рассказе красноречивый повествователь уводил слушателя совсем в другую, более выгодную для него, сторону. Рассказчику требовался немалый талант произнесения монолога с неторопливостью, размеренной речью, неожиданными поворотами и импровизацией.

Из этого устного творчества вырос литературный жанр юмористического рассказа в Америке. Как писал Марк Твен,

...юмористический рассказ – это жанр американский, так же как комический рассказ – английский, а анекдот – французский. Эффект, производимый юмористическим рассказом, зависит от того, как он рассказывается, тогда как воздействие комического рассказа и анекдота зависит от того, что в нем рассказано. Юмористический рассказ может тянуться очень долго и блуждать вокруг да около, пока это ему не прискутит, и в конце концов так и не прийти ни к чему определенному...⁶⁷

Именно таким стал принесший писателю всеамериканскую славу рассказ «Знаменитая скачущая лягушка из Калавераса» (1865).

Ставшие в последнее время популярными стендаперы тоже прямые продолжатели искусства, изобретенного неугомонным янки. Правда, далеко не всегда такие талантливые.

Американский народ в своем фольклоре изобрел немало героев, баек и небылиц, которые отразили его несгибаемый дух и изрядную стрессоустойчивость, приспособляемость к обстоятельствам и победу над ними. Юмор был их верным помощником в преодолении трудностей и достижении счастья в новых землях. Неслучайно уже в XX в. в американском фольклоре появился сю-

⁶⁷ Твен М. Об искусстве рассказа // Твен М. Собр. соч.: В 12 т. Т. 11. М., 1961. С. 7.

жет о путешествии в страну обетованную. В этом рассказе словно отражена вся история заселения американской земли, с ее героями, постигающими житейскую мудрость на своем пути.

Повествование в этом рассказе строится вокруг постоянных переездов семьи фермеров в поисках счастья на новых землях, которые они ассоциируют с землей обетованной. На пути их ждет огромное количество приключений, удач и несчастий. Заключается рассказ рассуждением о том, что есть, собственно, и земля обетованная, и американская мечта:

Господи, куда мы только ни ездили и кого мы только ни встречали на своем пути! Мы работали. И заводили друзей. Помогали сами, и нам помогали. Дети учились. Мы дружно жили. Говорили мало, делали много. В графстве Вудуорд мы прожили уже три года, когда у моего мужа вдруг случился удар и вскоре он скончался. Я очень любила его. Мы сорок три года вместе искали землю обетованную. И только перед самой его смертью сделали одно очень важное открытие. Мы поняли, что страны обетованной вовсе нет. Она лишь в наших мечтах. Вспоминая нашу прожитую жизнь, мы обнаружили, что всегда искали ее, эту страну. Мы работали. Мы любили. Мы честно жили. Растили детей. Мы были счастливы. Мы счастливо прожили сорок три года в стране обетованной⁶⁸.

Вот в этих простых, незамысловатых словах и есть мудрость народа, его специфический оптимизм, вера в себя и свидетельство того, что американская мечта была, есть и будет всегда тем механизмом, который приводит в постоянное движение американцев, коренных или переселившихся с других континентов.

Для дальнейшего изучения

История литературы США: В 7 т. / Ред. Я.Н. Засурский, М. Корнева, Е. Стеценко. Т. 2, 3. М., 2000.

Народ, да! Из американского фольклора. М., 1983.

Рурк К. Американский юмор. Исследование национального характера. Краснодар, 1994.

Сказки народов мира: В 10 т. / Сост. В.П. Аникин, Н.И. Никулин, Б.Н. Путилов. Т. 5. М., 1992.

American Folklore: An Encyclopedia / Ed. by J.H. Brunvald. N.Y.; London, 1996.

⁶⁸ Народ, да! С. 174.

Dickson P. War slang: American fighting words and phrases since the Civil War. Washington DC, 2004.

Lucas J.R. A Treasury of Legends. Scotts Valley, 2017.

Polley J. American Folklore and Legend. N.Y., 1978.

Электронные ресурсы

Американский фольклор: мифы, шутки и небылицы – три грани американской мечты [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=afJIrQwB4ps&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JVIyzevFsC8&index=6> (дата обращения 18.11.2020).

Американский юмор: от литературы до стендапа [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=BQ8yLJnrWjs&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JVIyzevFsC8&index=7> (дата обращения 18.11.2020).

*Тема 7. Региональное измерение
американской мечты:
Новая Англия, Юг
и Дальний Запад*

Характер американской мечты, ее самобытность определяется многими чертами, среди которых далеко не последнее место занимает регионализм американской культуры. Регионализм – это результат поэтапного освоения континента людьми, прибывающими на него со своими целями и своей мечтой.

С самых первых лет становления колоний пространство осваивалось разными группами людей, к которым постоянно примыкали новые поселенцы со схожими целями. Так, с самого начала отчетливо выделялись три региона. Колонии Новой Англии это – Новый Плимут, 1620 (вошел в Массачусетс); Массачусетс (куда входил и современный штат Мэн), 1630; Коннектикут, 1635; Род-Айленд, 1636; Нью Хэмпшир, 1638. Срединные (среднеатлантические) колонии составляли Делавер, 1638; Пенсильвания, 1681; Нью-Йорк, 1664 (с 1613 до 1664 г. голландская колония Новый Амстердам); Нью Джерси, 1664. В южные колонии входили Виргиния, 1607; Мэрилэнд, 1634; Северная и Южная Каролины, 1663; Джорджия 1733. Причем первые две составляли Верхний Юг, а последние три – Нижний. Разрастающиеся к западу колонии этих трех регионов, собственно, и стали основой новой страны, отвоевав независимость от английской короны во время Американской революции (1775–1789).

Позже после покупки огромной территории Луизианы у Франции в 1803 г., аннексии Техаса в 1845 г., Американо-мексиканской войны (1846–1848) и обнаружения в Калифорнии золота на карте Америки появился новый культурный регион, разительно отличающийся от предыдущих – Дальний Запад, который часто называют Диким, со своими героями – ковбоями и золотоискателями – и со своей мечтой, добываемой часто лассо и кольцом. Традиционно Дикий Запад включает штаты – Монтана, 1806; Техас 1845; Калифорния, 1850; Канзас, 1861; Невада, 1864; Колорадо, 1876; Северная и Южная Дакота, 1889; Вайоминг, 1890; Аризона, 1912; Нью Мексико 1912.

Специфическое региональное отличие сохранила по сей день культура Новой Англии, Юга и Дальнего Запада, что проявляется в литературе, музыке, кино.

Несмотря на заявления о том, что региональные культурные отличия уступили место тенденциям мультикультурализма, американская современная литература говорит об обратном. Так, например, совершенно определенно существует «южная готика» в литературе: творчество Кормака Маккарти (Cormac McCarthy, род. 1933), Гарри Крюза (Harry Eugene Crew, 1935–2012), Донны Тартт (Donna Louise Tartt, род. 1963 г.) невозможно правильно понять и оценить без привязки его к традициям культуры Юга. А ужасающие миры Стивена Кинга (Stephen Edwin King, род. 1947), безусловно, родом из Новой Англии.

Новая Англия, в которую вошел в 1791 г. Вермонт, объединила под своей крышей людей глубоко религиозных, в основном пуритан, последователей кальвинистской, самой суровой, ветви протестантизма. Многие из них испытывали гонения у себя на родине за свою веру, и поэтому их мечтой стала свобода совести и основание «града на холме», Нового Иерусалима. Они воспринимали свое переселение как провидение Господа, который указал им путь, где их вера не будет испытывать притеснений.

Вот какой предстала эта мечта в самой известной проповеди колониального периода «Образец христианского милосердия» (1630), произнесенной на втором по своей исторической значимости после «Мэйфлауэра» корабле «Арабелла» Джоном Уинтропом (John Winthrop, 1587/88–1649):

Все мы должны быть спаяны, как один человек, должны по-братски относиться друг к другу... совместно радуясь чужим удачам, вместе горя, трудясь и страдая, мысленным взором всегда представляя перед собою нашу задачу и цели нашего общества, неотделимой частью которого мы все являемся.

И ежели мы подобным образом сохраним единство духа в узах мира, Господь станет нашим Господом и с радостью поселится среди нас как среди избранного его народа и благословит все наши начинания... И люди последующих поколений скажут: «Се в Новой Англии сотворено волей Божьей». Потому должны мы иметь в виду, что будем подобно городу на Холме, взоры всех народов будут устремлены на нас⁶⁹.

Иными словами, мечтой новоанглийских поселенцев было построение общественной модели, основанной исключительно на

⁶⁹ Уинтрон Д. Образец христианского милосердия [Электронный ресурс]. URL: <https://proza.ru/2015/05/28/81> (дата обращения 08.10.2020).

«единстве духа», принципах свободы, христианском милосердии, и которая могла бы служить ориентиром для всего остального мира. Эта идея убежденности в своей правоте, с одной стороны, а с другой – характерная для протестанта глубокая рефлексия по поводу «правильности» прочтения посланий Господа определили новоанглийскую «региональную мечту». В ней нашел свое выражение один из важнейших этических принципов протестантизма – уважение к труду, постоянное совершенствование себя и мира вокруг.

В сущности, новоанглийский пуританин мыслил свою жизнь как кратковременное пребывание в земном обличье духа, который в конечном итоге должен был быть избран или не избран к спасению. Поэтому новоанглийская американская мечта, особенно на первых порах своего существования, имеет весьма отчетливо выраженное религиозное содержание. Так, например, несчастья, выпавшие на долю христианина, воспринимались как знак того, что Господь испытывает его, проверяя, достаточно ли крепка его вера.

В одном из самых известных текстов XVII в. «Власть и великодушие Бога: Повествование о пленении и спасении Миссис Мэри Роуландсон» (1682), который был написан жительницей Новой Англии Мэри Роуландсон (Mary Rowlands, около 1635/37–1711), побывавшей в плену у индейцев, точно выражена эта мысль об испытаниях, уготованных Богом:

До того как я узнала, что такое беда, я готова была пожелать ее. Когда все было благополучно, меня окружали родные, я была беззаботна и весела, я не могла не видеть, что многие люди, которых я ставила выше себя, подвергались бедам и страданиям – болезням и слабости, тяжким испытаниям и потерям. И меня порой одолевала зависть: я считала, что полноценная жизнь минует меня, и мне приходили на ум слова Священного Писания: «Ибо Господь кого любит, того наказывает; бьет же всякого сына, которого приемлет» <Евр. 12: 6.> <...> Я хотела страданий, и я их получила полной мерой (как я полагала), даже через край. И все-таки я вижу, что, обрекая человека на страдания, какими бы тяжкими они ни оказались, Господь всегда может благополучно провести его через все беды и дает почувствовать, что человек в результате этого выиграл. Надеюсь, в какой-то мере и я могу сказать словами Давида: «Благо мне, что я пострадал» <Пс. 118: 71.> <...> Я научилась смотреть выше сиюминутных, малых бед и успокаивать себя словами Моисея: «Стойте и увидите спасение Господне...» <Исх. 14: 13.>⁷⁰.

⁷⁰ Роуландсон М. Повествование о пленении и избавлении Миссис Мэри Роуландсон [Электронный ресурс]. URL: <https://lektsii.org/16-45850.html> (дата обращения 08.10.2020).

Подобное отношение к собственной жизни, безусловно, порождало определенные черты новоанглийского характера – его стойкость и несгибаемость перед лицом жизненных неудач. И хотя новоанглийская мечта была обращена не столько на бытие материальное, сколько на духовное – быть спасенным, – вместе с тем весь материальный мир представлял собой огромное поле деятельности для его усовершенствования по плану Господа. Напряженное взглядывание в окружающий мир с целью дешифровки божественных посланий не могли не формировать определенное качество характера человека, систему ценностных координат, специфику ментальности и, соответственно, не могли не создать особую интеллектуальную традицию.

Для этой традиции характерно интенсивное размышление над борьбой Добра и Зла, постоянные сомнения в правильности избранного пути и неутомимая работа над улучшением себя и окружающего мира, то есть над созданием той самой модели «града на холме», о которой мечтали первые поселенцы. Неслучайно практически все отцы-основатели, как и первые президенты США, являлись последователями этой традиции. Уже в начале XX в. внук и правнук двух президентов США Генри Адамс в своем итоговом произведении «Воспитание Генри Адамса» (1907) так определил специфику новоанглийского характера и сознания жителя этого региона:

У уроженца Новой Англии сопротивление было в крови. Подчиняясь инстинкту, мальчик воспринимал мир через призму сопротивления: бесчисленные поколения его предков рассматривали мир как объект для переустройства, пребывающий во власти неистребленного зла⁷¹.

Мир как арена борьбы Добра и Зла наиболее отчетливо предстал в творчестве новоанглийских романтиков, которые размышляли в своих произведениях над несоответствием мечты об идеальном обществе и действительным миром. Причины невозможности построения такого мира они видели в природе человека, в ее изначальной греховности. Об этом писал Герман Мелвилл (Herman Melville, 1819–1891) в своем знаменитом «Моби Дике» (1851), где капитан Ахав проецирует свое греховное начало вовне и порождает Зло.

⁷¹ Адамс Г. Воспитание Генри Адамса. М., 1988 [Электронный ресурс]. URL: http://lib.ru/INPROZ/ADAMS_G/educatio.txt_with-big-pictures.html (дата обращения 10.11.2020).

Впоследствии мысль о Зле и способности человеческого разума творить его вокруг себя послужит основой страшных миров Говарда Лавкрафта (Howard Phillips Lovecraft, 1890–1937), вдохновившего своим творчеством уже упомянутого «Короля ужасов» Стивена Кинга.

Тема греховности человеческой души, являясь одной из основных в новоанглийском религиозном сознании, становится основной в творчестве Натаниэля Готорна, одного из самых ярких писателей Новой Англии. В романе «Алая буква» (1850) он показывает невозможность осуществления мечты, если нет сил признаться в собственном грехе. Так, проповедник Димсдейл умирает, не сознавшись в прелюбодеянии, в то время как главная героиня Эстер Прин, осужденная жителями за этот проступок, постепенно завоевывает их уважение и практически доказывает свое право на независимую жизнь, становясь свободной от предрассудков.

Неудивительно, что при такой насыщенной внутренней жизни Новая Англия явилась родиной национальной интеллектуальной и философской традиции Америки. Ведь первые поселенцы, заботясь о духовном состоянии жителей своего региона, уже в 1636 г. открыли первый колледж для образования духовенства, который теперь превратился в лидера мировой науки – Гарвардский университет. Закономерно, что именно новоанглийские мыслители стали основоположниками первой национальной философии – трансцендентализма (от латинского *transcendens* – выходящий за пределы).

Трансцендентализм по праву считается философией американского индивидуализма, которая выразилась в доктрине «доверия к себе» (*self-reliance*). Эта доктрина, призывающая доверять своим внутренним импульсам и интуиции в познании Добра и Зла, стала своеобразным философским обоснованием американского индивидуалиста-энтузиаста, с радостью открывающего свой собственный мир как абсолютную, но не единственную ценность универсума.

Я славлю себя и воспеваю себя,
И что я принимаю, то примете вы,
Ибо каждый атом, принадлежащий мне,
принадлежит и вам⁷².

Эти строки Уолта Уитмена как нельзя лучше отражают сущность представления о ценности личности и ее взаимос-

⁷² Там же.

вязи с окружающими ее людьми и миром в философии трансцендентализма.

Закономерно, что именно в среде новоанглийских интеллектуалов, с их стремлением к переустройству мира, не желающих мириться с наличием несвободы на своей земле, самое широкое распространение получил аболиционизм. В русле этого движения был написан самый известный антирабовладельческий роман «Хижина дяди Тома» (1852) Гарриет Бичер-Стоу (Harriet Elizabeth Beecher Stowe, 1811–1896). Пожалуй, вряд ли в истории других стран найдется художественное произведение, которое оказало бы такое мощное воздействие на сознание нации, как этот роман. Неслучайно существует легенда о том, что президент Линкольн, встретившись в начале Гражданской войны (1861–1865) с писательницей, полушутя-полусерьезно произнес: «Так это Вы та маленькая леди, которая своей книгой начала большую войну?»⁷³

В судьбе главных и множества второстепенных героев романа отразились все бедствия и унижения, на которые обрекало рабовладение людей с черной кожей. Рабство в романе предстает как самое безнравственное явление, которое одинаково негативно сказывается как на рабах, так и на их хозяевах, нравственно их уродуя.

Аболиционизм, выдвигая на первый план проблемы свободы и независимости черного раба, заставлял размышлять об этих проблемах и в общечеловеческом смысле. Так, например, один из основателей «Американского антирабовладельческого общества», публицист и поэт Уильям Ллойд Гаррисон (William Lloyd Garrison, 1805–1879) отрицал не только несвободу рабов, но и отстаивал независимость и свободу всех людей, всех наций с их правом на мирную жизнь. Так, в знаменитой «Декларации чувств» (1838) он заявлял:

Отечеством нашим мы признаем весь мир, соотечественниками своими признаем все человечество. Мы любим свою родину столько же, сколько мы любим и другие страны. Интересы, права наших сограждан нам не дороже интересов и прав всего человечества. Поэтому мы не допускаем того, чтобы чувство патриотизма могло оправдывать мщение за обиду или за вред, нанесенный нашему народу⁷⁴.

⁷³ Harriet Beecher Stowe: The little woman who wrote the book that started this great war [Электронный ресурс]. URL: <https://ehistory.osu.edu/articles/harriet-beecher-stowe-little-woman-who-wrote-book-started-great-war> (дата обращения 10.11.2020).

⁷⁴ Garrison W.L. Declaration of Sentiments of the American Anti-Slavery Society [Электронный ресурс]. URL: https://wwnorton.com/college/history/archive/resources/documents/ch15_04.htm (дата обращения 10.10.2020).

Интересно отметить, что мечта новоанглийского мыслителя нашла самый искренний отклик у Л.Н. Толстого, называвшего Гаррисона «одним из величайших людей», «который был и есть не только борец против рабства в Америке, но и великий пророк человечества». Л.Н. Толстой перевел «Декларацию чувств» и включил этот перевод в свой трактат «Царство Божие внутри вас» (1890–1893).

Новоанглийская неуемная деятельность, стремление к переустройству и совершенствованию мира далеко не всегда совпадали с мечтами и чаяниями их соседей – южан, что, собственно, привело к одному из самых важных событий в истории США – Гражданской войне. Рабовладельческий Юг с самого начала своего существования значительно отличался по своему идеологическому, социальному, экономическому климату. Он стал домом людей, прибывших сюда не в поисках свободы веры (за исключением штата Мэриленд, явившегося прибежищем для английских католиков), а в поисках материального благосостояния. К середине XIX в. этот регион, к которому в разное время присоединились Техас, Теннесси, Кентукки, Арканзас, Луизиана, Миссисипи, Алабама, Мэриленд, Флорида, Оклахома, уже настолько отличался от всех других регионов США, что являл собой, по выражению современных историков, «страну в стране».

Основатель колонии Виргиния капитан Джон Смит (John Smith, 1580–1631) в своем произведении «Общая история Виргинии, Новой Англии и островов Самнера» (1624) немало сделал для формирования образа Юга как края изобильного, с землей щедрой и плодородной, в котором каждый человек может добиться счастья. Конечно, это было счастье для белого человека. В 1619 г. к берегам Виргинии пристало первое работорговое судно, доставившее сюда темнокожих людей, для которых это счастье не предусматривалось.

Выделению Юга в отдельный регион, безусловно, способствовало его географическое положение, специфические климатические и природные условия – обилие солнца, влаги, буйной растительности. Так, в письмах виргинского плантатора Уильяма Бирда (William Byrd, 1674–1744), датированных 1726–1727 гг., содержится достаточно широкая картина почти райского существования на территории Виргинии. Автор описывает климат, прекрасную цветущую весну, теплое солнце, свежий воздух и безоблачное небо:

Наша земля производит все чудесные вещи Рая, за исключением невинности и древа жизни, и даже это мы можем получить, если научимся использовать все то, что уже имеем, с воздержанием⁷⁵.

⁷⁵ William Byrd of Westover to Charles Boyle, Earl of Orrery // An Early American Reader. Washington, D.C., 1989. P. 56.

Такое восприятие Виргинии характеризует Юг в целом, существовавший в сознании белых южан до Гражданской войны. Это мифический образ прекрасно организованного патриархального общества, в котором каждый южанин, черный или белый, мужчина или женщина, богатый или бедный, занимал полагающееся ему место и был там счастлив.

Семья – основа южного представления об устойчивости южного мира. Во главе этой семьи стоит мужчина, хозяин, ответственный за материальную обеспеченность этой семьи, южный кавалер, чьими качественными характеристиками становятся честь, чувство долга, патернализм, галантность манер. В духовной сфере дома царит женщина, воплощение любви, нежности, дружелюбия и всех прочих христианских добродетелей, это южная леди – мать, жена и добропорядочная и рачительная хозяйка большой семьи.

Белая семья заключена в круг ее черных слуг, среди которых ведущее положение занимает черная «мамушка», своеобразное соединительное звено между белыми и черными членами большой южной семьи. Этот образ награжден самыми высокими моральными качествами и является своего рода эмблемой состояния духовного и материального мира семьи, которой эта черная «мамушка» принадлежит. Все прочие черные члены большой южной семьи – наивные, добродушные, довольные большие дети, требующие постоянной заботы и определенной строгости по отношению к себе, они, как отмечала южная писательница Кэролин Гилман (Caroline Howard Gilman, 1794–1888), составляют особый «пейзаж», на фоне которого проходит жизнь южанина.

Этот образ обладает чрезвычайной культурно-исторической устойчивостью, начиная с момента его появления в поле американской национальной литературы в 1830-е гг. К созданию довоенного образа Юга самое непосредственное отношение имеют писатели, которые видели на Юге осуществленную мечту о гармоничном и аристократическом обществе. Так, романы Уильяма Гилмора Симмса (William Gilmore Simms, 1806–1870), такие, как «Гай Риверс. Повесть Джорджии» (1834), «Йемаси» (1835), «Ричард Хардис, или Кровавый мститель. Алабамская повесть» (1838) и многие другие были призваны прославлять южную цивилизацию с такими далекими от практичных янки южными кавалерами и леди, ее особую духовность, патриархальные представления о чести, порядочности, гостеприимстве.

О том, какую силу имело такое представление о Юге самих южан, много позже Гражданской войны, которая, казалось бы,

разрушила этот мир, писал Марк Твен в «Жизни на Миссиссипи» (1883):

Здесь, на Юге, подлинная, здоровая цивилизация XIX века странно перепутана и переплетена с мнимой цивилизацией вальтер-скоттовского средневековья и, наряду со здравым смыслом, прогрессивными идеями и прогрессивным строительством вы встречаете дуэли, напыщенную речь и худосочный романтизм бессмысленного прошлого, которое давно умерло и должно быть, хоть из сострадания, похоронено⁷⁶.

Неувядающее очарование образа Старого Юга и его особой духовности сохраняет свою силу и в настоящее время, чему немало способствовал вышедший в 1936 г. роман Маргарет Митчелл (Margaret Munnerlyn Mitchell, 1900–1949) «Унесенные ветром» и его экранизация в 1939 г. Маргарет Митчелл нарисовала чарующий портрет Юга и южан, которые живут по унаследованной глубинной схеме поведения, лежащей в самом основании южного образа жизни. Эта схема поведения, по мнению американской исследовательницы С. Брабант, заключается в том, что человек должен активно действовать, чтобы выжить, проявляя при этом так много достоинства, насколько это возможно.

Поражение Юга в Гражданской войне, как очевидно, не только не уничтожило миф о нем, но и породило новый ностальгический миф «проигранного дела» с характерным для него настроением трагического неприятия несправедливого и неумолимого времени.

О том, как разбиваются мечты о гармоничном существовании Юга повествует вся литература так называемого «южного ренессанса» – периода развития южной литературы 1920–1950-х гг., благодаря которому южный миф не только не исчез, но и вышел далеко за свои хронологические и культурные рамки, преодолел свою региональность и превратился в феномен общенациональной американской культуры. Целая плеяда замечательных писателей обратилась к переосмыслению южной истории в контексте современности. К южному ренессансу относятся Уильям Фолкнер, Роберт Пенн Уоррен (Robert Penn Warren, 1905–1989), Теннесси Уильямс (Tennessee Williams, имя при рождении – Томас Ланье Уильямс III; 1911–1983), Трумен Капоте, Флэннери О'Коннор (Mary Flannery O'Connor, 1925–1964), Карсон Маккаллерс

⁷⁶ Твен М. Жизнь на Миссиссипи [Электронный ресурс]. URL: https://librebook.me/life_on_the_mississippi/vol1/4 (дата обращения 12.11.2020).

(Carson McCullers, урожденная Лула Карсон Смит, 1917–1967), Юдора Уэлти (Eudora Alice Welty, 1909–2001), Харпер Ли (Nelle Harper Lee, 1926–2016) и др.

По выражению Уильяма Фолкнера, писатели этого региона хотя

...в бешено краткий срок, пока дышим и держим перо, предъявить яростный обвинительный акт современному миру или уйти от него в нафантазированный мир магнолий, пересмешников и сабельных атак⁷⁷.

Характерными особенностями творчества писателей-южан XX в. является своеобразная концепция циклического, не развивающегося, времени, обращение к мифу, к теме умирания и вины перед черным населением. Как сказал Уильям Фолкнер, каждый южанин с рождения «распят на черном кресте». Отсюда – трагическое восприятие мира, который распадается, умирает прямо на глазах. Отсюда же и такое сильное сопротивление ходу времени и изменениям. Не случайно одно из самых значительных произведений о Юге роман «Шум и ярость» (1929) Уильяма Фолкнера заканчивается сценой, когда Бенджи заставляет повернуть повозку по привычному ему пути: «...фасады и карнизы уже вновьплыли слева направо; столбы и деревья, окна, двери и вывески – все на своих назначенных местах»⁷⁸.

В романах южан тоска по «назначенным местам» часто сопряжена с изображением трагически абсурдного мира, в котором, однако, есть место надежде, мечте на его восстановление. Эти мечты воплощены в характерах детей, которые олицетворяют идею чистоты и невинности, и прежде всего в образах черных «мамушек» и цветных друзей, носителей добра, здравого смысла, в общем, тех природных начал, которые утрачены белым южанином. Таковы Дилси из «Шума и ярости», Кэтрин Крик из «Луговой арфы» (1951) Трумена Капоте, Кальпурния из «Убить пересмешника» (1960) Харпер Ли.

Все южные писатели составили славу американской литературы. Как сказал директор библиотеки Конгресса США Джеймс Биллингтон в интервью «Литературной газете» в 1988 г., «лучшая

⁷⁷ William Faulkner: Critical Assessments / Ed. by H. Claridge. Mountfield, 1999. In 4 vols. Vol. 4. P. 170.

⁷⁸ Фолкнер У. Шум и ярость [Электронный ресурс]. URL: http://lib.ru/INPROZ/FOLKNER/noise_y.txt_with-big-pictures.html#4 (дата обращения 12.04.2020).

американская литература с Юга. Южане проиграли войну, но выиграли великую литературу. Может быть, она и родилась у них потому, что они много страдали»⁷⁹.

Совершенно иные мечты и совершенно иной тип мышления представляет собой литература Дальнего Запада, у которого много названий: Дикий, Старый, Ревущий, Индейский Запад. Все эти названия исходят из стремления наиболее точного определения специфического характера этого региона. Он обязан своим рождением и стремительным процветанием американскому фронтиру (*frontier* – граница, рубеж), движущейся с востока на запад границе между освоенными и девственными землями. Экспансия на запад и жизнь на фронтире способствовала формированию такого типа характера, в котором соединились воедино брутальная сила, любознательность и проницательность, неутомимая энергия, практический сметливый ум, и вместе с тем – жизнерадостность и эмоциональность, дарованная постоянным ощущением свободы.

С одной стороны, присутствие бескрайнего пространства, лежащего перед взором фронтисмена, постоянно поддерживало мысль о возможностях, которая дает Америка, стоит только приложить силы. С другой стороны, жизнь на фронтире вела к жесточайшей конкуренции, к поведению «кто первый, тот и прав», к нещадной эксплуатации земельных ресурсов и жестокому отношению к коренному населению. Именно тогда, во время массового переселения индейцев, возникли выражения «Индеец должен уйти», «Хороший индеец – мертвый индеец».

Дальний Запад и фронтир породили такого национального героя, как охотник и первопроходец Дэниел Бун. Имя Буна стало символом фронтисмена и настоящего американца благодаря книге Джона Филсона (John Filson, 1747–1788) «Открытие, образование и настоящее состояние штата Кентукки», одна глава которой «Приключения полковника Дэниела Буна» повествовала о необыкновенных подвигах и деяниях первопроходца. Фигура Буна вошла в американский фольклор, ею вдохновлялись американские романтики, стремящиеся создать художественный образ настоящего американца. Так, например, Джеймс Фенимор Купер сюжет романа «Последний из могикиан» взял из истории похищения дочери Буна Джемины индейским племенем.

Однако наиболее ярко образ пионера, отражающего специфический колорит Дальнего, или Дикого, Запада, появляется

⁷⁹ *Биллингтон Дж.* России неповторимые черты // Литературная газета. 1988. 13 апр. С. 13.

уже во второй половине XIX в., когда толпы людей ринулись на золотые прииски Калифорнии вперед за своей мечтой быстрого обогащения. Наиболее ярко и неоднозначно характер этих людей, существующих в жестоком и непредсказуемом мире, представлен в творчестве Френсиса Брет Гарта (Francis Bret Harte, 1836–1902). В частности, в его рассказе-притче «Счастье Ревущего стана» (1870), где дана характеристика разношерстного общества через перечень подарков в пользу нежданного новорожденного в поселке золотоискателей, где смерть была частым гостем, но не было еще ни одного рождения. Там оказались

...серебряная табакерка, дублон, пистолет флотского образца с серебряной насечкой, золотой самородок, изящно вышитый дамский носовой платок (от игрока Окхэрста), булавка с бриллиантом, бриллиантовое кольцо (последовавшее за булавкой, причем жертвователю отметил, что он видел булавку и выкладывает двумя бриллиантами больше), рогатка, Библия (кто ее положил, осталось неизвестным), золотая шпора, серебряная чайная ложка (к сожалению <...> монограмма на ней не соответствовала инициалам жертвователя), хирургические ножницы, ланцет, английский банкнот в пять фунтов и долларов на двести золотой и серебряной монеты⁸⁰.

В незамысловатом перечислении даров соединились юмор и психологизм, позволяющие угадать род занятий, происхождение, характеры и судьбы пестрого населения Ревущего Стана. Каждый подарок весьма символичен: ребенку приносят подарки те, кто видит в нем возрождение собственной несостоявшейся мечты.

Дальний Запад – это не только золотоискатели, но и люди вполне мирных занятий – ковбои, разводящие скот. Они становятся героями рассказов О. Генри (О. Ненгу, наст. имя – Уильям Сидни Портер, 1862–1910), не понаслышке знавшего о жизни Дальнего Запада – его детство прошло в Техасе. Свои наблюдения он воплотил в рассказах сборника «Сердце Запада» (1907), местом действия которых является ковбойский лагерь или ранчо, а действующими лицами – ковбои Дальнего Запада со своими представлениями о любви, верности, свободе и о настоящей дружбе. Как говорит герой рассказа «По первому требованию»:

А с этим человеком я десять лет спал под одним одеялом у костра в лагерях и на степных дорогах. Он может потребовать все, что

⁸⁰ Гарт Б. Счастье Ревущего Стана [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lib.ru/INPROZ/GART/happy.txt> (дата обращения 07.11.2020).

у меня есть, и я отдам. Скажет – дай всю кровь, что есть у тебя в жилах, и ему не будет отказа⁸¹.

В рассказах присутствует атмосфера вольной жизни на природе и доброго юмора – ковбои любят розыгрыши и с удовольствием о них рассказывают. Это та атмосфера, в которой рождался американский фольклор с его далеко не сказочными героями.

Глубинная связь с Дальним Западом обнаруживается и у Марка Твена. Его рассказы, начиная со «Знаменитой скачущей лягушки из Калавераса» (1865), также исполнены чуть грубоватого юмора ковбоев и золотоискателей, а его Гек Финн, живущий на границе природы и цивилизации, соединил в себе главные черты героя фронта – его свободолюбие и веру в дружбу.

Дух Дальнего Запада окрашивает все «Северные рассказы» Джека Лондона, создавшего цельные и подлинные характеры, проявляющие истинную верность, честь, храбрость, самопожертвование.

Все эти произведения представляют часть по-настоящему выдающейся американской литературы, в которой Запад показан во всей его многогранности, со всеми его положительными и отрицательными сторонами.

Другая традиция, породившая многочисленные стереотипы в жанре «вестерн», связана с романом Оуэна Уистера (Owen Wister, 1860–1938) «Виргинец» (1902), в которой повествуется история влюбленности молодого ковбоя в учительницу, время от времени прерываемая кознями местного злодея. В финале романа исполняется большая американская мечта – герой женится, становится скотоводческим магнатом. Книга имела оглушительный успех и породила целую плеяду последователей, растиражировавших образ ковбоя-победителя как в литературе, так и в кино.

Дальний Запад оставил неизгладимый след в культуре США в смысле особой традиции. И речь здесь не только о знаменитом жанре «вестерн», а о том, что именно герои этого региона представляли собой живую американскую мечту как в ее романтическом, так и в прагматическом вариантах – мечту о свободе и бескрайности пространства, о возможностях и о стремительном обогащении. Именно поэтому все, что связано в массовом сознании с культурой Запада, обладает и по сей день необыкновенной притягательностью.

Как видим, американская мечта в ее региональном проявлении имеет ряд специфических черт, обусловленных социальным,

⁸¹ О. Генри. По первому требованию [Электронный ресурс]. URL: <http://www.serann.ru/text/po-pervomu-trebovaniyu-8932> (дата обращения 25.11.2020).

историческим и культурным контекстом. Однако при всем различии взглядов на мечту и ценности, которыми нельзя поступиться при ее достижении, американцев всех регионов объединяет вера в возможности, которые предоставляет им Америка.

Для дальнейшего изучения

- Балдицын П.В.* Творчество Марка Твена и национальный характер американской литературы. М., 2004.
- Баранова К.М.* Истоки основных лейтмотивов американской литературы в произведениях колониального периода (XVII век). М., 2009.
- Болховитинов Н.Н.* О роли подвижной границы в истории США // Вопросы истории. 1962. № 106. С. 57–74.
- Ващенко А.В.* Предисловие // Призраки бизонов: Американские писатели о Дальнем Западе. М., 1988. С. 5–12.
- Ващенко А.В.* Литература Дальнего запада // Проблемы становления американской литературы. М., 1981. С. 195–216.
- История литературы США: В 7 т. / Ред. Я.Н. Засурский, М. Корнева, Е. Стеценко. М., 2000.
- Истоки и формирование американской национальной литературы XVI–XVIII вв. М., 1985.
- Марк Твен и его роль в развитии американской реалистической литературы. М., 1987.
- Морозова И.В.* «Южный миф» в произведениях писательниц Старого Юга. СПб., 2004.
- Стоун И.* Достояние моих гор: открытие Дальнего Запада: 1840–1900 / Пер. М. Брюхнова. М., 1981.
- Яценко В.И.* Литература американского Юга: 1865–1900. Иваново, 1984.
- Яценко В.И.* Южная школа американского романтизма. Иваново, 1983.
- Bradbury J.M.* Renaissance in the South: A Critical History of the Literature: 1920–1960. Chapel Hill, 2001.
- Carroll P.N.* Puritanism and the Wilderness. N.Y., 1969.
- Gray R.J.* Writing the South: Ideas of an American Region. Baton Rouge, 1997.
- Holman H.C.* The Roots of the Southern Writing: Essays on the Literature of the American South. Athens, 2008.
- Wyatt-Brown B.* The Shaping of Southern Culture. Chapel Hill & London, 2001.

Электронный ресурс

Региональное измерение американской мечты: Новая Англия, Юг и Дальний Запад [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vrnIQJOSiWo&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JVlyzevFsC8&index=9> (дата обращения 23.11.2020).

Тема 8. Женские пути и дороги за американским счастьем: биографии успехов и неудач

В американской истории немало славных страниц, написанных женщинами и о женщинах, боровшихся как за свое представление о личной свободе и счастье, так и за счастье своей страны.

Начиная с момента освоения континента в американских колониях появились замечательные женщины – матери, жены, дочери первых поселенцев, которых принято называть «отцами-пилигримами». Для женщин такого определения не было изобретено, но они с не меньшим достоинством мужественно переносили все невзгоды, были опорой, поддержкой своей семьи и всего сообщества. Женщины внесли немалый вклад в становление и развитие нового государства, отстаивая при этом право на собственное мнение и собственные пути достижения своей мечты.

Так, например, Энн Хатчинсон (урожд. Энн Мербери, 1591–1643) признана одной из самых знаменитых женщин колониального периода, сыгравших важную роль в становлении свободы вероисповедания. Она была идейной вдохновительницей движения антиномии, в основе которого лежало утверждение о непосредственном общении верующего с Богом. Энн Хатчинсон стала, пожалуй, первой американкой, не побоявшейся выступить против общепризнанных догм, более того, способной сплотить вокруг себя единомышленников. Ее вера, стойкость и бесстрашие нашли свое продолжение в деятельности целой плеяды женщин-реформаторов. Хатчинсон обвинили в ереси, осудили и приговорили к изгнанию. Натаниэль Готорн в романе «Алая буква» (1850) назвал ее праведницей, напомнив новоанглийскую легенду о том, как из-под ног Хатчинсон расцвел розовый куст, когда она входила в двери тюрьмы. Однако в результате Энн Хатчинсон была вынуждена переселиться в неблагополучный с точки зрения отношений с индейцами район колонии Нового Амстердама (ныне Нью-Йорк), где ее и ее пятерых детей убили напавшие на ферму индейцы.

Именно женщина стала первым американским поэтом. Анна Брэдстрит (Anne Bradstreet, 1612–1672) писала и религиозные поэмы, и стихи о природе, и любовную лирику, посвященную мужу, и остроумные бытовые стихотворные зарисовки, но везде

главной темой становилось поэтическое воспевание семейных радостей и домашнего очага, его обретения и устройства. В этом ей, как и многим первым колониисткам, виделось их предназначение.

Война за независимость (1775–1783) дала целую плеяду знаменитых женщин, настоящих патриотов, плечом к плечу сражавшихся в одном строю со своими мужьями. Это и легендарная Молли Питчер (настоящее имя – Мэри Людвиг Хэйс Макколли, 1744(?)–1832), которая последовала на войну за мужем и подносила воду для охлаждения орудий во время боя, а после становилась прачкой и кухаркой. Это и Маргарет Кочрен Корбин (1751–1800), заменившая своего раненого мужа у орудия и в бою потерявшая руку. И Дебора Сэмпсон (1760–1827), которая, подобно русской кавалерист-девице Надежде Дуровой, в мужской одежде и под именем Роберта Ширтлиффа была зачислена солдатом в одну из рот 4-го Массачусетского пехотного полка и отважно там сражалась.

Эпоха борьбы за независимость стала одним из важнейших этапов формирования не только общенациональных политических и социальных идей, но и женского самосознания. Так, еще 31 марта 1776 г. Абигейл Адамс (1744–1818), жена будущего второго президента Соединенных Штатов в письме к мужу настаивала на включении в конституцию США положений, гарантирующих независимость женщин:

Я жажду услышать, что вы провозгласили независимость. И, между прочим, в новом своде законов, который, как я полагаю, необходимо издать, я хотела бы, чтобы вы вспомнили о женщинах и были более щедрыми и благосклонными по отношению к ним по сравнению с вашими предшественниками. Не отдавайте такую безграничную власть в руки мужей. Помните, что все мужчины были бы тиранами, если бы могли. В том случае, если особая забота и внимание не будут уделены женщинам, мы будем вынуждены восстать, не связывая себя обязательствами законов, которые отказывают нам в праве голоса или представительства⁸².

Поскольку процесс формирования молодого государства затрагивал не только политические аспекты, но и вопросы оформления культурной жизни, то закономерно и то, что именно в этот период женщины начинают активно проявлять себя и в литературном, творческом плане.

⁸² Abigail Adams to John Adams. March 31, 1776 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thelizlibrary.org/suffrage/abigail.htm> (дата обращения 14.09.2020).

Первые писательницы молодой нации в своем творчестве обращались к наиболее насущным общественно-политическим проблемам своего времени и своей страны. Среди самых известных представительниц американской словесности этого периода следует назвать имена Мерси Отис Уоррен (Mercy Otis Warren, 1728–1814), драматурга, поэтессы и историка, и Джудит Сарджент Мюррей (Judith Sargent Murray, 1751– 1820), блистательной эссеистки.

Мерси Уоррен была глубоко озабочена отсутствием равноправия женщин и практически полностью посвятила себя заботе об их образовании. Она выступала против того, что женское образование заключается только в обучении рукоделию и шитью, в то время как мужчины изучают историю, греческий и латынь. В таком отношении к женщинам она видела явное нарушение основ естественных прав человека, того философского духа, который вдохновил Американскую революцию и нашел отражение в Декларации независимости. Ее идеи часто вызывали неприятие, но во многом именно благодаря ее деятельности менее чем через десять лет после ее смерти, в 1821 г., Эмма Уиллард (Emma Hart Willard, 1787–1870) открыла первый женский институт (Troy Female Seminary) в штате Нью-Йорк.

Деятельность Джудит Сарджент Мюррей, младшей современницы Мерси Уоррен, также связана с утверждением прав женщин. Самое известное ее эссе – «О равенстве полов» (1792). В нем Джудит Мюррей предвосхитила феминистские воззрения своей более известной английской современницы Мэри Уоллстоункрафт (Mary Wollstonecraft, 1759–1797), считающейся основательницей феминистского движения. Самая знаменитая фраза этого эссе – «Да, Вы, барственный, Вы, надменный пол, наши души по своей природе равны вашим; то же самое дыхание Бога оживляет, вдохновляет и подбадривает нас» – стала лозунгом женского движения за равноправие полов в США с конца XVIII и практически до конца XIX в.⁸³

Она горячо отстаивала тезис о том, что если Америка действительно желает достичь предназначенное ей божьим промыслом величие, то она обязана развивать интеллект и добродетели всех своих граждан, включая и женщин. Мюррей особо выделяет тот факт, что будущее Америки зависит от степени участия женщин в строительстве молодого государства, поскольку именно они играют основную роль в процессе воспитания молодого по-

⁸³ Murray J.S. *On the Equality of the Sexes // Selected Writings of Judith Sargent Murray*. Oxford, 1995 P. 32.

колениа американцев. Как же может женщина взрастить новое поколение патриотов, дать им необходимые знания об их гражданском долге, если сама она не считается полновластным гражданином?

Эти положения нашли самое масштабное отражение в так называемой концепции «республиканского материнства», суть которой заключалась в том, что женщины должны сами себя обучать принципам свободы, независимости и демократии, чтобы прививать эти республиканские принципы молодому поколению.

В развернувшейся на рубеже XVIII–XIX вв. дискуссии о роли женщины в обществе главное место занимала семья и дом как оплот формирования нации. Поэтическим воплощением культа дома стала написанная в 1823 г. американцем Джоном Ховардом Пейном на музыку англичанина сэра Генри Бишопа знаменитая песенка – гимн американскому дому – с известными словами «Дом, дом, милый, милый дом, нет такого другого места, как дом». Соответственно выстраивались правила воспитания и дальнейшего поведения, формирующие мечту женщины XIX столетия – «принести все на алтарь семейных привязанностей». Такое предназначение женщины образно и поэтически ярко высказала Гарриет Бичер-Стоу (Harriet Elizabeth Beecher Stowe, 1811–1896) в романе «Сватовство священника» (1859):

Чистая, поэтически возвышенная дева, провидица, святая, вошла в предназначенный женщине храм, более святой и непорочный, чем церковь и алтарь, – христианский дом. Жрица, жена и мать, там она ежедневно свято служит на благо домашнего мира, и своей верой, молитвами и любовью спасает его от грубости и приземленности мирской суеты и желаний⁸⁴.

Вместе с тем на женские плечи возлагалась ответственность за организацию настоящего «христианского дома», где не только судьба этого дома, но и всей страны решается женщиной. Так, например, Катарина Бичер (Catharine Esther Beecher, 1800–1878), сестра Гарриет Бичер-Стоу, посвятила свою книгу «Дом американской женщины, или принципы учения о домашнем хозяйстве, руководство по созданию и содержанию экономичного, здорового, красивого христианского дома» (1869) «всем женщинам Америки, в чьих руках покоятся настоящие судьбы республики».

В первой половине XIX в. стали четко оформляться идеи, которые лягут в основу феминистского движения в США. Они

⁸⁴ Beecher-Stowe H. *The Minister's Wooing*. N.Y., 1859. P. 568.

возникли в рамках аболиционизма, и датой отсчета феминистского движения в США обычно принято считать 1832 год, когда Мария Чэпмен (1806–1885) и двенадцать ее сподвижниц организовали «Бостонское женское общество за отмену рабства». Но уже в 1834 г. было создано «Нью-Йоркское женское общество моральных реформ», переросшее впоследствии в «Американское женское общество реформ».

Размах женское движение приобретает после проведения исторического Первого Конгресса в защиту прав женщин в городке Сенека Фоллс в 1848 г. Участницы приняли «Декларацию чувств», противопоставив ее «Декларации независимости». В этом важном документе были выражены требования установления равноправия женщин по всем вопросам, включая право на участие в голосовании.

Помочь женщине в обретении знаний о своем предназначении в жизни общества были призваны эссе, проповеди, стихи и романы, предлагающие советы и философские обоснования устройства семейной жизни, домашнего очага, буквально наводнившие читательский рынок в 1820–1850-е гг. Именно в это время отмечается мощное развитие женской публицистики, появляются первые женские газеты и журналы. В них практически начиналась карьера американских писательниц, многие из которых пользовались огромной популярностью и имели достаточно большое влияние не только на формирование литературных пристрастий своих современниц, но и оказывали большое влияние на общественную жизнь США.

Примером может служить деятельность Сары Джозефы Хейл (Sarah Josepha Hale, 1788–1879), ставшей одной из самых значительных фигур американской общественной жизни первой половины XIX в., ныне больше известной как автор детского стишка «У Мэри был ягненок» (1830). На самом деле ее можно считать женщиной, воплотившей свою мечту в условиях абсолютного мужского доминирования в XIX в.: она была примерной женой и матерью пятерых детей, но в это же время стала редактором первых американских журналов для женщин «Америкэн Лейдиз Мэгэзин», «Годиз Лейдиз Бук». Считая необходимым развивать литературный вкус у женской читательской аудитории, она печатала в своем журнале произведения В. Ирвинга, Г. Лонгфелло, Р. Эмерсона, Э.А. По.

Кроме того, Сара Хейл была сама автором целого ряда романов. Она проповедовала в них идею компромиссного мирного существования Юга и Севера, как, например, в романе «Нортвуд» (1827). Следуя этой идее, она предложила отмечать День благо-

дарения не как новоанглийский, а как национальный праздник. В 1863 г. в разгар Гражданской войны президент Линкольн, вняв настойчивым призывам Сары Хейл, подписал соответствующий указ.

Всей своей деятельностью Сара Хейл утверждала мечту женщины XIX в. – служить примером нравственных, и прежде всего христианских, добродетелей не только в рамках собственного, но и общенационального дома. Эта мечта воплотилась в сотнях романов, написанных американками, где героини активно отстаивали свое мнение, оставаясь воплощением нежности и незащищенности.

Особой популярностью пользовались романы Катарины Марии Сэджвик (Catherine Maria Sedgwick, 1789–1867) и Эммы Дороти Элизы Невитт Саутворт (Emma Dorothy Eliza Nevitte Southworth, 1819–1899), часто становившиеся бестселлерами наряду с произведениями Чарльза Диккенса. В них формировались представления американской женщины о своем предназначении, о своей мечте.

В этом же русле был создан популярный роман «Маленькие женщины» (1868) Луизы Мэй Олкотт (Louisa May Alcott, 1832–1888), получивший продолжение в романе «Хорошие жёны» (1869).

Переломным моментом в таком понимании женской судьбы стали труды Маргарет Фуллер (Sarah Margaret Fuller, 1810–1850), и прежде всего ее эссе «Женщина в XIX столетии» (1845), предвосхитившее появление образа «новой женщины» на рубеже XIX–XX вв. В нем Фуллер называет женщину «королевой земли» и подчеркивает, что ей необходимо ценить прежде всего духовную свободу, повиноваться своему внутреннему голосу, своей собственной воле. Современное общество, по ее мнению, создает не женщин, а «детей-переростков», не способных к самостоятельной жизни. При этом Фуллер требовала не того, чтобы женщина копировала мужчину и стала на него похожей: истинное равенство наступит тогда, когда женщина осознает свою собственную природу и будет ей следовать.

Именно об этом стали писать женщины на рубеже XIX–XX вв., в частности Эдит Уортон (Edith Wharton, урожд. Эдит Ньюболд Джонс, 1862–1937). Во время Первой мировой войны Уортон работала журналистом, лично приезжала на линию фронта. Она занималась помощью беженцам, за что была награждена правительством Франции в 1916 г. Орденом Почетного легиона.

За роман «Эпоха невинности» (1920) Уортон получила Пулитцеровскую премию, став первой женщиной, удостоенной такой награды. Во многом роман отразил ее собственные пережи-

вания по поводу строгих рамок условностей, замыкающих женщину в кругу отживших представлений о ее месте в обществе.

Вызов условностям бросила в своем романе «Пробуждение» (1899) Кейт Шопен (Kate Chopin, 1851–1904). Роман был отвергнут многими критиками и запрещен за нарушение общественной морали. Роман о том, как женщина пытается выйти из навязанных ей правил и норм поведения и в конечном итоге кончает жизнь самоубийством, восприняли как покушение на общественные устои. Теперь же ни одна антология и ни один университетский курс по американской литературе не обходятся без включения этого романа в качестве произведения, в котором индивидуальный бунт героини воспринимается как появление «новой женщины» в американском обществе.

В романе Уиллы Сиберт Кэзер (Willa Sibert Cather, 1873–1947) «Моя Антония» (1918) также представлен образ «новой женщины», чешской иммигрантки, которую не сломили многочисленные жизненные обстоятельства, и, проявив стойкость, она пришла к своей мечте – обрела дом и построила большую любящую семью на принадлежащей ей земле.

Абсолютно новой предстала женщина и ее устремления в романе афроамериканской писательницы Зоры Нил Херстон «Их глаза видели Бога» (1937) – история самоидентификации черной женщины, ее взросления и отказа от предписанного ей места в социальной иерархии – «низшая раса, низший пол». В итоге она отвергает полностью и замужество, и материнство, тем самым меняя веками устоявшееся представление о предназначении женщины, и делает ее свободной от всех навязанных ей предписаний. В своем романе Херстон отразила не только афроамериканскую женскую мечту, но и мечту белой американки – быть свободной и решать свою судьбу самостоятельно, повинаясь внутреннему голосу – то, о чем писала еще в первой половине XIX в. Маргарет Фуллер.

В так называемые красные 30-е, когда в условиях жесточайшего экономического кризиса подвергались сомнению многие привычные постулаты и ломались стереотипы вечного процветания Америки, на передний край общественных баталий вышли женщины, которые видели свою мечту в том, чтобы отстаивать не только собственное равноправие, но и права всех обездоленных. Неслучайно многие из них примкнули к левым организациям. Пример тому – жизнь и творчество Тилли Олсен (Tillie Lerner Olsen, ур. Лернер, 1912–2007). Дочь еврейских эмигрантов из России, Олсен приняла активное участие в борьбе за права рабочих и, бросив колледж, пыталась создать рабочую организацию, за что

некоторое время провела в тюрьме. Тогда же она начала писать роман «Йоннондио: из тридцатых» (1974) о тяжелой жизни семьи рабочих и о том, как семья во многом выживает благодаря стойкости и несгибаемому характеру матери семейства Анны Холбрук.

В ряду мощных фигур общественной жизни Америки стоит и Лилиан Хеллман (Lillian Florence Hellman, 1905–1984), автор рассказов и пьес о том, насколько губительна власть денег и вещей в американском обществе. Так, в знаменитой пьесе «Лисички» (1939) раскрывается драма семейства Хаббардов. Они мечтают о мельнице и хлопковой фабрике, но для этого нужны деньги. Поэтому жестокая Реджина, сестра алчных братьев Бена и Оскара, фактически убивает своего мужа-идеалиста Хораса. Библейский эпиграф к пьесе говорит о том, что Хеллман беспокоила судьба всей Америки, находящейся в опасности вследствие стремления к наживе: «Ловите нам лисиц, лисят, которые портят виноградники, а виноградники наши в цвету» (Песн: 2: 15–15).

Лилиан Хеллман всегда отличалась внятностью гражданской позиции: она поехала в Испанию во время гражданской войны, затем открыто критиковала свое правительство за то, что оно так долго не принимало мер для борьбы с нацизмом. В 1950-е гг., хотя она никогда не состояла в коммунистической партии, была вызвана на заседание Комиссии по расследованию антиамериканской деятельности, чтобы дать показания против своего давнего друга, создателя жанра «крутого детектива» Дэшила Хэммета (Samuel Dashiell Hammett, 1894–1961). Ее ответ, исполненный необыкновенного достоинства, облетел всю Америку:

Навредить невинным людям, которых я знаю много лет, с той лишь целью, чтобы спасти себя, кажется мне бесчеловечным, непорядочным и постыдным. Я не могу и не буду подстригать свою совесть в угоду сезонной моде, хотя и поняла уже давно, что являюсь человеком вне политики и политических партий⁸⁵.

В романах 1950–1960-х гг. женщина часто представлена как жертва социальных обстоятельств, что становилось контрастом стереотипной глянцевой картинке счастливых домохозяек на кухнях своих беленьких домиков или лужайках подле них. Так, в романе «Мастер кукол» (1954) Хэрриот Арноу (Harriette Simpson Arnow, 1908–1986) героиня Гертти Невелс, мечтающая о создании скульптуры Христа, вынуждена расстаться со сво-

⁸⁵ Лилиан Хеллман о маккартизме: «Время негодяев» [Электронный ресурс]. URL: <https://sandinist.livejournal.com/574407.html> (дата обращения 04.08.2020).

ей мечтой. Чтобы прокормить семью, она разрубает кусок вишневого дерева, предназначенный для скульптуры, и мастерит из него кукол на продажу.

В нашумевших романах Жаклин Сюзанн (Jacqueline Susann, 1918–1974), например в «Долине кукол» (1966), жизнь трех молодых женщин, разными путями достигших успеха в кино и шоу-бизнесе, катится под откос в результате того, что они не нашли в себе силы противостоять различным испытаниям и стали жертвами присущего их окружению пристрастия к наркотикам.

В 1960–1980-е гг. женщины активно включались в общественную жизнь, отстаивая право на свой собственный голос, способ самовыражения и равные социальные права. Особенно ярко это выразилось в афроамериканской литературе. Элис Уокер (Alice Malsenior Walker, род. 1944) в своем романе «Цвет пурпурный» (1982) создает образ забитой девушки Селии, настоящей жертвы, подвергшейся насилию и со стороны отчима, и со стороны мужа. Она абсолютно бессловесна, но постепенно, обнаруживая силу женской поддержки и дружбы, находит себя. Так, знаменитой фразой этого романа стал ответ на брошенное ей в лицо обвинение мужа в том, что она бедна, некрасива и не умеет готовить. «Я бедная, я черная, и, может, я уродина и не умею готовить... <...> Но я здесь», – с достоинством отвечает Селия, которая обрела голос и теперь заставит считаться с собой⁸⁶.

Духовная связь женщин и общая женская история становятся центром повествования и в романе Уитни Отто (Whitney Otto, род. 1955) «Как сделать американский квилт» (1991) – эпизоды из жизни Америки, отраженные в личных переживаниях и судьбах женщин. Отто «сшивает» вместе жизни восьми женщин по мере того, как они шьют свадебный квилт для героини романа Финн. Каждый лоскуток оказывается помещенным в определенный рисунок, как жизнь каждой из мастериц оказывается помещенной в контекст истории женщин Америки, и показывает определенный этап обретения собственного голоса.

По существу, весь событийный ряд и романа Кей Гиббонс (Kaye Gibbons, род. 1960) «Средство от мечтаний» (1991) сводится к описанию общих женских радостей и побед над обстоятельствами. Главная вдохновительница этих побед, Лотти, обладает необыкновенным даром – любить жизнь такой, какая она есть, не ожидая чудес. Сила ее характера формирует особое женское сообщество, осознанно изолированный от мужского начала мир, вполне самодостаточный и счастливый. Женский разговор становится

⁸⁶ Уокер Э. Цвет пурпурный. М., 2018. С. 128.

универсальным и спасительным средством в тяжелые времена, и главной жизненной школой, и «средством от мечтаний», ведь женский разговор сопровождает жизнь с самого момента рождения, когда над кроваткой новорожденного склоняется мать.

Писательницы XXI в. продолжают использовать квилт в качестве метафоры памяти и женской истории. Так, например, в романе Рут Роджерс (Ruth Rogers) «Пэчворк» (2015) квилт становится метафорой сложных семейных отношений в жизни женщины, воспитывающей в одиночку незаконнорожденного ребенка в начале 1950-х гг. Еще одна писательница – Сандра Даллас (Sandra Dallas) – также широко использует метафору квилта в историческом романе «Квилт на Рождество» (2014). Как справедливо отмечает американская исследовательница Элейн Шоултер, в современной литературе квилт выступает как опыт уходящего прошлого, с которым у нас сложные и неоднозначные отношения⁸⁷.

Сложные и неоднозначные отношения не только с прошлым, но и с настоящим складываются у представительниц различных культур, для которых родиной стала Америка. Женщины из разных уголков мира, оказавшиеся на американской земле в силу различного стечения обстоятельств, на рубеже XX–XXI вв. в условиях признающей равноправие всех культур концепции мультикультурализма получили возможность говорить о себе образно своим культурным традициям. Женский разговор о себе, о самоидентификации, о своих надеждах и мечтах порождает огромное количество разнообразных и многочисленных историй успехов и неудач.

Особое место в этом разговоре занимают представительницы афроамериканской традиции. Возможность обретения женщиной свободы и независимости – главная тема этого сегмента американской женской литературы. Основной фигурой здесь является Нобелевский лауреат Тони Моррисон. В своем первом романе «Самые голубые глаза» (1970) она делает своей героиней девочку Пеколу, которая становится объектом насилия со стороны отца и в итоге теряет рассудок. Судьба Пеколы намечает основные темы не только творчества самой Тони Моррисон, но и афроамериканских писательниц – несвобода, рабство (в том числе и духовное), права женщины, материнство и материнский долг.

Тема мечты женщины о материнстве и замужестве раскрывается в романе американской писательницы японского происхождения Джулии Оцука (Julie Otsuka, род. 1962) в романе

⁸⁷ Showalter E. *Piecing and Writing// Sister's Choice: Traditions and Change in American Women's Writing*. Oxford, 1991.

«Будда на чердаке» (2011). Автор использует реальный факт, как в 20–30-х гг. XX столетия большое количество японок не боялись поехать в далекую Америку с целью выйти замуж за своих соотечественников, которые туда эмигрировали. В силу своего маргинального положения эти мужчины не могли создать семью с американками, им приходилось через брачные агентства «выписывать» себе жен из Японии. По-разному складываются процесс адаптации к новым условиям и судьбы этих женщин: кто-то находит свою мечту, чьи-то надежды безнадежно рушатся. Тем не менее все они приносят в Америку несокрушимую волю и веру в лучшее будущее.

Однако главной темой азиато-американских писательниц становится процесс этнической самоидентификации. Слишком велико оказывается различие восточной и западной традиций, и способы преодоления этого различия являются предметом обсуждения в большинстве романов женщин с азиатскими корнями. Все они ориентируются, с одной стороны, на традиционную восточную традицию, а с другой – на новые феминистские идеи, воспринятые из американского опыта. Их главной темой становится изображение борьбы с дискриминацией женщин-азиаток и пути поисков их собственного «Я», которое выбирает между американским индивидуализмом и азиатскими традициями взаимной зависимости и ответственности.

Лидером целого поколения азиатско-американских писательниц стала китайско-американская писательница Максин Хонг Кингстон. В своем романе «Воительница» (1986) она впервые подняла вопрос о соотношении доминирующей культуры и этническим, часто замкнутым в собственных рамках, сообществе. Главная героиня балансирует между американским индивидуализмом и китайскими патриархальными традициями, между американской формой общения и китайским поведением.

Немаловажную роль в сохранении традиционных для Китая обычаев в жизни героини играет мать, для которой весь внешний белый мир в Америке – это мир призраков: таксистов и продавцов, полицейских, пожарных и почтальонов. Все вокруг, кроме соседей-японцев, призраки, и сама страна Америка – тоже призрак: «Это ужасная страна призраков, в которой человек вырабатывает всю свою жизнь без остатка, не останавливаясь на миг»⁸⁸.

Чтобы сохранить этот баланс и обрести свое собственное видение американского мира, героиня романа выбирает для себя маску Фа Мулан, легендарной китайской воительницы, которая,

⁸⁸ Kingston M.H. The Woman Warrior. N.Y., 1977. P. 43.

как ей представляется, соединяет в себе индивидуализм американца и патриархальные ценности Китая.

Проблема культурной самоидентификации также находится в центре романов, созданных американками с латиноамериканскими корнями. Так, в доминикано-американской женской прозе заслуживает внимания роман Хулии Альварес «Как девочки Гарсиа утратили акцент» (1992). Бежавшая от диктатуры Трухильо семья с трудом приспосабливается к американской жизни. Привыкших к достаточно состоятельной жизни сестер Гарсиа ждет много неприятных открытий в США – недружелюбные соседи, одежда из магазина second-hand, серые будни без телевизора и развлечений. Языковой барьер делает их изоляцией и ощущение «второсортности» непереносимыми. В конечном итоге они выстраивают успешную карьеру, но так и не могут найти свое счастье в любви. И в этом автору видится трагедия женщины-иммигрантки, которой приходится тратить все свои силы на то, чтобы устроиться в новой жизни, забыв о том, что есть настоящее счастье.

В целом американские писательницы представляют разнообразные традиции и подходы к изображению женщины в Америке, создают долгую историю женской мечты и способов ее достижения. При всем своеобразии их жизненного опыта и специфике культуры всех их объединяет стремление к обретению свободы и независимости, преодоление собственных страхов и предрассудков, мечты о равенстве, счастье и необычайное мужество в их достижении, унаследованное от женщин, стоявших у истоков образования США.

Для дальнейшего изучения

Белявская И.А. Женский вопрос в США в XIX веке (Проблемы и течения) // Американский ежегодник. М., 1982. С. 38–65.

Кизима М.П. Женщина на пороге XX века: Жизнь и творчество Эдит Уортон. М., 2007.

Морозова И.В. «Южный миф» в произведениях писательниц Старого Юга. СПб., 2004.

Морозова И.В. Традиции южной женской прозы в романе Кэй Гиббонс «Средство от мечтаний» // Америка: слово, образ судьба. Иваново, 2008.

Jones A.G. Tomorrow is Another Day. Baton Rouge & London, 1981.
Haunted Bodies. Gender and Southern Texts / Ed. by A.G. Jones and S.V. Donaldson. Charlottesville and London, 1997.

Jones J. Labor of Love, Labor of Sorrow. N.Y., 1985.

Showalter E. A Jury of Her Peers. N.Y., 2009.

Smith-Rosenberg C. Disorderly Conduct: Visions of Gender in Victorian America. N.Y., 1985.

Welter B. Dimity Convictions: The American Woman in the Nineteenth Century. Athens, 1976.

Электронный ресурс

Понятная мечта: американские писательницы и их роль в литературе США [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=ifJZ1-PQ_4g&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JVIuzevFsC8&index=10 (дата обращения 05.11.2020).

Тема 9. О чем мечтают коренные американцы

Разговор о мечтах и надеждах коренных американцев неизбежно связан с трагической историей колонизации Северной Америки европейцами, которая фактически прервала естественный ход развития индейцев. До прихода белого человека на континенте проживало около 600 племен индейцев. Все они говорили на разных языках, обладали своей самобытной культурой, верованиями и ритуалами, некоторые имели пиктографическую письменность (передача информации при помощи рисунков). Они в основном занимались охотой и рыболовством, собирательством ягод, семян, орехов, а у племен восточной и западной части Северной Америки было развито земледелие.

Белые колонизаторы не церемонились с хозяевами земли, на которую они прибыли. Так, например, во время Пекотской войны (1636–1638) английские колонисты во главе с капитаном Джоном Андерхиллом (1597–1672) и в союзе с племенами моги кан и наррангасеттов заживо сожгли жителей целой деревни пекотов. Об этой ужасной бойне свидетельствует губернатор колонии Новый Плимут Уильям Брэдфорд в «Истории поселения в Плимуте» (1651, опубл. в 1856).

Бесшумно к нему [селению пекотов] приблизившись, англичане и индейцы окружили его <...> вбегали в дома и поджигали их; огонь быстро охватывал циновки, а так как жилища стояли тесно и дул ветер, то скоро запылало все вокруг, и больше было погибших в огне, чем убитых. <...> Подсчитали, что было убито около 400. Ужасен был вид заживо сгоревших и потоков крови, которые гасили пламя; ужасен был и смрад; но сладка была победа, и победители вознесли молитвы к Богу⁸⁹.

Более, чем гибель во время военных столкновений, на сокращение коренного населения в XVII в. влияли болезни, которые привозили с собой привычные к ним европейцы, но к которым у индейцев не было иммунитета. Тот же Брэдфорд в

⁸⁹ Брэдфорд У. История поселения в Плимуте. С. 270.

своим сочинением подробно описывает эпидемию оспы среди индейцев в 1634 г.:

Тою же весной индейцы, жившие вблизи нашей фактории, заболели оспою и в муках умирали; нет для них недуга более страшного, и бояться они его больше, нежели чумы; ибо сыпь выступает на них весьма обильно, и не имея постельного белья и прочего, терпят они ужасные мучения; ложем им служат жесткие циновки, а оспяные струпья гноятся на них, сливаясь вместе, и приклеивают их к циновке; стоит повернуться, и кожа сдирается, и все они в крови, так что страшно глядеть; они очень слабеют, а тут еще стужа, вот и мрут они, как запаршивевшие овцы⁹⁰.

Борьба за собственное выживание индейцев выливалась в постоянные войны, начавшиеся с первых лет колонизации англичанами Северной Америки, которые не прекращались на протяжении 250 лет вплоть до исчезновения фронта (внутренней границы белых поселений, которая продвигалась с Восточного побережья к Западному) в 1890 г. Только с 1775 до 1890 г. случилось более 40 войн, которые унесли жизни 45 тысяч индейцев и 19 тысяч белых. За это время произошли самые печальные события в истории индейского народа.

Сопrotивление индейцев было окончательно сломлено в кровопролитном столкновении племени лакота-сиу с армией США 29 декабря 1890 г., настоящей бойне на ручье Вундед-Ни. Так завершилось покорение североамериканских индейцев, которые оказались в резервациях, и так умерла мечта коренного населения Америки – сбросить власть белого человека.

История США знает немало имен доблестных вождей, чьей мечтой было если не освобождение, то, по крайней мере, сохранение исконно индейских земель и свободная жизнь на этих землях по традициям своих предков. Это вождь племени вампаноагов Метаком/Метакомет (1638–1676), известный также как король Филипп, поднявший в 1675 г. мощное освободительное восстание против английских колонистов. Или Текумсе (1768–1813) – лидер народа шауни и довольно могущественного союза различных племен. Текумсе выступил на стороне англичан в англо-американской войне 1812–1815 гг. и сыграл едва ли не решающую роль во взятии английскими войсками Детройта.

Столь же непримиримым борцом против власти белого человека был и вождь индейцев оглала Неистовый/Бешеный Конь

⁹⁰ Там же.

(Тхашункэ Витко, 1840–1877). Именно он вместе с другим знаменитым вождем Сидящим Быком (1831–1890), которого один из исследователей назвал «Вашингтоном народа сиу», разбил кавалерию известного своей жестокостью по отношению к индейцам генерала Кастера (1839–1876) у реки Литтл-Бигхорн 25–26 июня 1876 г.

Однако самым известным вождем, символом независимости, стойкости, силы духа, стал легендарный военный предводитель апачей Джеронимо (Гоялай, 1829–1909). В течение 25 лет он возглавлял борьбу против вторжения правительственных войск на землю своего племени. В 1886 г., когда от его войска осталось пара десятков человек, он был вынужден сдаться американской армии. Люди Джеронимо были последними независимыми индейскими воинами, до самого последнего момента отстаивавшими право на независимость и свободу.

В 1905 г. Джеронимо рассказал свою историю Стивену Барретту (Stephen Melvil Barrett, 1865–1948), который год спустя издал книгу «Джеронимо: его собственная история». Впоследствии она претерпела незначительные изменения и правки, выходила под другими названиями и выдержала более 100 переизданий.

Успех этой книги заключается не только в ее «экзотике», что, безусловно, притягивало читателей в момент ее появления. Она начинается с мифологии индейцев сиу о сотворении мира, а также содержит множество деталей быта (неписанные законы, усыновление, воспитание воинов и т. д.), интересных фактов жизни индейцев и самого Джеронимо и его военных походов. Успех книги был обеспечен тем несгибаемым духом свободы, и чувства высочайшего человеческого достоинства, которые пронизывают все повествование, несмотря на настроение обреченности, заданное с самого начала книги:

Мы исчезаем с лица земли, и все же я думаю, что существование наше было не напрасным, иначе Усен [Бог в верованиях апачей] не сотворил бы нас. Он создатель всех людских племен, и каждое из них появилось не случайно. Каждому племени Усен предназначил место обитания и собрал там все, что нужно для счастливой и безбедной жизни. <...> Апачи и их земли были сотворены Усеном как нечто неразделимое. Когда же они лишаются своей земли, то чахнут и умирают. Скоро ли придет тот час, когда в мире не останется ни одного Апача?⁹¹

⁹¹ *Барретт С.* Джеронимо [Электронный ресурс]. URL: <https://proza.ru/2020/06/14/1587> (дата обращения 09.08.2020).

Вера в то, что все не зря, явно присутствует во взглядах Джеронимо на судьбы своего народа.

Для дальнейшего развития индейской литературной традиции важно то, что рассказ Джеронимо начинается с мифа о сотворении племени апачи. А миф о происхождении чрезвычайно важен для любого этноса, поскольку он служит своего рода точкой отсчета для этнического самосознания. Именно эту традицию впоследствии подхватили индейские писатели уже во второй половине XX столетия.

Безусловно, такие вожди, как Джеронимо, стали источником творческого вдохновения для многих американских и европейских писателей. Роман «Последний из могикан» (1826) Джеймса Фенимора Купера – первое произведение в мировой литературе, дающее подробное художественное изображение жизни американских индейцев, их внешности, характера, быта, нравов, обрядов и традиций. Портретная характеристика индейца Ункаса впоследствии во многом стала основополагающей при создании образа благородного индейца:

Путешественникам видны были гибкие и непринужденные движения молодого индейца. <...> ...ничто не мешало наблюдателям с тревогой следить за блеском его глаз, пугающих и вместе с тем спокойных, смелыми очертаниями гордого лица, не обезображенного красками, благородной высотой его лба и изящной формой обритой головы, на макушке которой красовалась длинная прядь волос. <...> ...путешественники вздохнули с облегчением, когда увидели гордое, решительное, хотя и дикое выражение лица молодого воина; чувствовалось, что он не способен на гнусное предательство. Алиса с интересом разглядывала его открытое лицо и гордую осанку, как она рассматривала бы драгоценную статую, изваянную резцом древних греков и чудом ожившую; а Хейворд, хотя и привык наблюдать совершенство форм, столь распространенное среди туземцев, открыто выражал свое восхищение при виде такого безупречного образца благороднейших пропорций человека⁹².

Но цель Купера не ограничивалась изображением индейской экзотики, здесь этот мир представлен как противопоставление нравственному климату современности и вместе с тем как изображение неизбежной гибели этого чистого мира природы, о

⁹² Купер Д.Ф. Последний из могикан. М., 1959. С. 51.

чем говорит Чингачгук, вождь племени могижан и верный друг охотника и следопыта Кожаного Чулка:

На нашей земле высадились голландцы и принесли моим соплеменникам огненную воду; люди пили ее до тех пор, пока им не почудилось, будто земля сливается с небом, и в ослеплении своем решили, что видят наконец Великого духа. И тогда им пришлось расстаться со своей землей. Шаг за шагом их оттесняли от берегов, и теперь я вождь и сагамор [англ. Sagamore, самый почтенный и старейший человек племени], вижу солнечные лучи сквозь листву деревьев, мне ни разу не удалось побывать на могилах моих отцов⁹³.

Трагическая гибель сына Чингачгука Ункаса, последнего из рода могижан, символизирует бессилие живой природы перед своекорыстием и эгоизмом белой цивилизации.

Эта же мысль и столь же романтизированный герой-индеец представлен и в романах англичанина Майн Рида (Thomas Mayne Reid, 1818–1883), долгое время жившего в Америке. Таков знаменитый Оцеола, вождь семинолов из одноименного романа (1858), символизирующий надежды индейского народа на свободную жизнь:

Орлиный нос придавал ему сходство с этой птицей – такова отличительная особенность некоторых североамериканских племен. Его глаза, обычно мягкие и кроткие, быстро загорались. Когда он был возбужден, они, как я уже заметил, пылали грозным огнем... весь облик странного незнакомца свидетельствовал о том, что этот благородный и обаятельный юноша года через два превратится в мужчину замечательной красоты. Даже сейчас он отличался таким неповторимым своеобразием, что, раз увидев, его уже нельзя было забыть⁹⁴.

Однако в этих романах и в произведениях других авторов, сделавших индейскую тематику одной из центральных в своем творчестве, таких как немец Карл Май (1842–1912) или итальянец Эмилио Сальгари (1862–1911), образы и жизнь индейцев сильно искажены. Они, действительно, изображены там в соответствии с романтическими представлениями об экзотическом герое-дикаре, поскольку авторы мало знали о настоящей жизни индейцев и еще меньше – об их культуре, традициях и образе мыслей.

⁹³ Там же. С. 28.

⁹⁴ Рид М. Оцеола, вождь семинолов. М., 1959. С. 41.

Исключения составляют повести и романы Джеймса Шульца (James Willard Schultz, 1859–1947), который в возрасте двадцати лет ушел к индейцам племени пикуни и прожил там всю жизнь. В своих романах и повестях он подробно описывал жизнь племени, приближая свое повествование к документальному. Так, в своем лучшем романе «Ошибка Одинокого Бизона» (1918) он описывает последствия нарушения законов охоты, принятых племенем. Герой восстает против законов и вместе с семьей покидает свой народ. Он скитается от племени к племени, пытаясь найти подходящее сообщество, пока к нему не приходит осознание того, что он совершил ошибку. В итоге он принимает свои традиции, возвращаясь к истокам. Можно сказать, что в этом романе Джеймсу Шульцу удалось нащупать тему, которая станет главной в творчестве индейских писателей конца XX в. – поиск себя и своего места в мире.

В целом же отношение большинства белых американцев к индейцам в XIX в. хорошо зафиксировал Фрэнсис Брет Гарт в повести «Степной найденыш» (1891):

Это была человеческая фигура, но вся такая взъерошенная, такая причудливая и вместе с тем такая зловещая и ребячливо нелепая в своей необычности, будто из детского сна. <...> Раскрашенное лицо, похожее на лица древних иудеев, большой нос с горбинкой, выступающие скулы, широкий рот, глубоко посаженные глаза, длинные, невьющиеся, спутанные волосы! То был индеец! Не живописный герой фантазии Кларенса [имя героя. – *И. М.*], но все же индеец! Мальчику стало не по себе, он насторожился, ошетинился, но не испытывал страха. Презрительно, с превосходством цивилизованного человека разглядывал он полуголого дикаря с тупым, грубым лицом, сравнивая его одежду со своей, как смотрят на отсталое существо представители «высшей расы». Но еще через мгновение, когда индеец повернул лошадь и исчез за холмами на западе, странный холодок пробежал по телу мальчика, хотя он и не подозревал, что вместе с этим безобидным на вид призраком, этим раскрашенным пигмеем мимо него прошла сама смерть во всем своем ужасном величии⁹⁵.

Во многом ситуация изменилась, когда на литературной сцене появились первые писатели-индейцы, ощутившие необходимость описания личного опыта и опыта своего народа, полученного в результате сложного перехода от состояния традиционного

⁹⁵ Гарт Б. Степной найденыш. Сюзи. Кларенс. М., 1992. С. 18.

родового уклада к цивилизации. И здесь, естественно, излюбленным жанром становится автобиография, популярность которой доказала книга о жизни Джеронимо.

Так, Чарльз Истмен, или Охайеза (Charles Alexander Eastman (Ohiyesa), 1858–1939), был одним из первых писателей, собирателей фольклора и первых дипломированных врачей индейского происхождения. Известно, что он оказывал помощь раненым у Вундед-Ни. Ему принадлежат произведения, в которых он тщательно описывает историю, обычаи, традиции индейцев, обращается и к личным моментам приобщения к белой культуре. В «Душе индейца» (1911), например, Истмен подробно разбирает мистические ритуалы и мифы, ценности семейного очага, моральные законы и неписаные предписания, а также характеризует то, что сегодня называют «пограничьем» – проблему проживания между двумя разными культурами. При этом себя он видит своеобразным посредником между этими разными мирами.

В «Индейских героях и великих вождях» (1918) Истмен отдает дань уважения замечательным представителям своего народа, вписывая их имена в историю США.

Истмен считал приобщение индейцев к белой цивилизации благом и относился к себе как к коренному американцу, воплотившему «американскую мечту»: он получил образование, престижную профессию, стал известным и небедным человеком. Поэтому можно сказать, что его позиция относительно американизации индейцев обладает определенной двойственностью. С одной стороны, он принимает идеологию и ценности белого человека, с другой – ратует за сохранение традиций своих предков. Эта двойственность довольно явно проступает в его автобиографической книге «Из лесной глуши к цивилизации» (1916).

Подобных взглядов придерживается и другой автор – Лютер Стоящий Медведь/Мато Нажин (Luther Standing Bear, 1868–1939). В своей автобиографии «Мой народ сиу» (1928) он также представляет себя типичным американским self-made man, самостоятельно добившимся успеха, в чем ему помогло приобщение к благам белой цивилизации. При этом он рисует очень реалистичные картины умирания индейцев из-за кампании уничтожения бизонов, сочувствуя своему народу и описывая тщетные попытки восстаний против белого человека.

К негативному личному опыту «американизации» обратилась в своем творчестве Зиткала-Ша (Zitkala-Sa, на языке лакота – Красная птица), настоящее имя – Гертруда Симмонс Боннин (Gertrude Simmons Bonnin, 1876–1938), писательница из племени янктон-сиу. Теперь ее считают первой защитницей мультикульту-

турализма в период до мультикультурализма. Она говорила о себе как о символической правнучке Сидящего Быка, подчеркивая тем самым свои культурно-этнические корни и указывая на такие свои качества, как непримиримость к ассимиляции, что было характерно для этого вождя.

Одаренная от природы, Зиткала-Ша получила хорошее образование, безусловно владела английским языком, проявила себя как талантливая скрипачка. Однако все полученные блага цивилизации никоим образом не примирили ее с насильственными методами ассимиляции индейцев. В своем знаменитом эссе «Отчего я язычница?» (1902) она очень поэтично говорит о том, что христианство, насаждаемое индейцам, никак не соотносится с их духовной организацией, с ощущением неразрывной связи с природой.

Когда дух разрастается в моей груди, – начинает свое эссе Зиткала-Ша, – я люблю бесцельно бродить среди зеленых холмов, а иногда сидеть на крутом берегу шепчущей Миссури, дивясь великой голубизне над головой. С полузакрытыми глазами я наблюдаю за бесшумной игрой огромных теней от облаков на крутом берегу напротив, а в это время мой слух ловит мелодичные, мягкие ритмы песни реки. Сложенные руки лежат на коленях, время забыто. Мое сердце и я лежим на земле, словно пульсирующие песчинки. Плывущие облака и звенящая вода вместе с теплотой мягкого летнего дня красноречиво свидетельствуют об излучающей любовь Тайне, окружающей нас⁹⁶.

Автор взывает к вечному таинству природы, как делали на протяжении многих столетий ее предки, обнаруживая глубоко сакральное переживание единства всего живого на земле. Зиткала-Ша показывает нравственную деградацию и духовное обнищание индейцев, отказавшихся от традиционных верований.

Писательница была весьма последовательна и активна в своей мечте о сохранении индейских обычаев не только в слове, но и в музыке, где дух ее народа проявлялся во всем его своеобразии. Поэтому вместе с Уильямом Хансоном (1887–1969) на основе творчества племен сиу и юта она создала также первую индейскую

⁹⁶ *Zitkala-Sa. Why I Am a Pagan // Atlantic Monthly. 90 (1902). P. 801–803 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.archive.org/web/20110212153707/http://etext.lib.virginia.edu/etcbn/toccer-new2?id=ZitPagan.sgm&images=images/modeng&data=/texts/english/modeng/parsed&tag=public&part=1&division=div1> (дата обращения 09.10.2020).*

оперу «Пляска солнца» (1913). Она пошла против федерального запрета «пляски солнца», традиционного ритуального действия, устанавливавшего символическую связь между солнцем, бизоном и человеком, в подробностях воссоздав ее в либретто оперы.

В сущности, творчество этой замечательной женщины можно назвать началом долгого пути к открытому манифесту духовной самодостаточности индейцев, предвосхищением расцвета индейской литературы в 70-е гг. XX в. Тогда в нее входили такие писатели, как обладатель Пулитцеровской премии Наварр Скотт Момадей (Navarre Scott Momaday, род. 1934; из племени кайова), Хаймийостс (Волк) Сторм (Hyemeyohsts Storm, род. 1931, из племени шайен), Лесли Силко (Leslie Marmon Silko, род. 1948; из племени пуэбло), Джеральд Визенор (Gerald Robert Vizenor, род. 1934; из группы анишинабе, включающей племена оттава, оджибвеев, миссиссого и алгонкинов), Джеймс Уэлч (James Phillip Welch, Jr., 1940–2003, из племени черноногих и аанининов), которые реализовали в своих произведениях особый мифологический взгляд на мир, свойственный всему индейскому народу и самому автору. Продолжая идти по тропе, проложенной такими предшественниками, как Джеронимо и Зиткала-Ша, они возрождают мифы и традиционные верования, провозглашая возвращение к своим корням – единственное, что способно примирить индейца с миром, найти в нем себя и утраченную идентичность.

Так, например, книга Хаймийостса Сторма «Семь стрел» (1972) полностью построена на легендах и преданиях сиу, кроу и шайенов. Важным отличием мировоззрения индейца, как показывает здесь Сторм, является его способность принять взгляд другого и понять его, взглянуть на мир глазами другого. С момента рождения, утверждает Сторм, каждому индейцу соответствует определенная точка внутри магического круга, и место этой стартовой точки определяет, как индеец воспринимает мир. Соответственно четырем сторонам света есть люди-буйволы (Север), люди-орлы (Восток), люди-медведи (Запад) и люди-мыши (Юг). Каждому из типов соответствуют определенные качества характера, и главная задача воспитания индейца – научить видеть мир глазами другого, испытать все, что ему не свойственно, чтобы человек стал гармоничным. Так, например, человеку-орлу важно научиться смотреть на мир глазами мыши, чтобы понять, как устроен такой тип людей. Для достижения данной цели шаманы использовали специальные ритуалы, музыкальное сопровождение, вхождение в транс. Утрата этих ритуалов, соответственно, ведет к разрушению гармоничного существования индейца.

Именно поэтому многие писатели стремятся превратить свое творчество в некий ритуал. Один из наиболее ярких примеров – роман «Дом, из рассвета сотворенный» (1968), который считается таким романом-ритуалом, возвращающим индейца к своим первоосновам. Потому он стал образцом индейской литературы. Главный герой романа Авель, вернувшийся с фронтов Второй мировой войны, всю свою жизнь после ухода из резервации воспринимает как «вторжение дней и годов, лишенных смысла». И только приобщение к культуре предков заставляет его преодолеть одиночество и отчаяние человека, лишенного корней.

Та же тема «потерянности» раскрывается и в романе Лесли Силко «Церемония» (1977), в котором идет речь о нарушении внутреннего баланса человека и непонимании законов природы. Трагедия героя романа Тайо, точно так же, как и героя романа Момадея, вернувшегося с фронта «потерянным», заключается в том, что для него нет возврата в мир родовой целостности и гармонии, но и мир белого человека ему отвратителен. Для возвращения к себе необходим не только обряд очищения, но и внутренняя готовность к нему, понимание необходимости символического возвращения домой, к своим корням. Обряд «церемонии», реализующей магию народных притч, мифов и песен, заставляет Тайо осознать свое место в историческом цикле, ощутить гармонию мира.

В этих и других книгах проступает одна из центральных тем творчества индейских писателей – сложность становления личности в рамках двух культур, традиционной индейской и англоамериканской. Момадей раскрывает полно эту проблему в автобиографическом произведении «Имена» (1976). Луиза Эрдрич (Louise Erdrich, род. 1954) также постоянно возвращается к этой теме, иногда с большим юмором описывая состояние «пограничья». «Ландро был набожным католиком, – пишет она в романе «Лароуз» (1996), – но и от веры предков не отказался. Убив оленя, он мог на английском поблагодарить одного бога, а на языке оджибвеев пообещать приношение в виде табака другому»⁹⁷.

Тема «пограничья» настолько популярна в индейской литературе, что она стала даже предметом сатирического осмысления в романе Джеральда Визенора «Наследники Колумба» (1991). В нем Колумб оказывается сам носителем крови майя и евреев-сефардов, а его современные потомки пытаются всяческими, подчас весьма эксцентричными путями, вернуть останки великого «индейца» домой.

⁹⁷ Эрдрич Л. Лароуз. М., 2018. С. 3.

Главный путь, по которому происходит в романах возвращение к исконным ценностям, связан с возвратом к природе, к пониманию ее смыслов и символическому слиянию с ней. Понимание красоты и гармонии окружающего и есть нравственная основа индейского народа, его сила и мудрость. Сцены, когда герой ощущает в себе силу природы, весьма многочисленны в индейской литературе. Например, Луиза Эрдрич в своем романе «Круглый дом» (1994) описывает, как в смятении чувств мальчик «прислонился спиной к дереву – не привалился без сил, а как бы соединился со стволом. Меня переполняла странная энергия. Связь с деревом помогала мне думать»⁹⁸.

Связь с природой, с землей, как показывают писатели, является необходимой для выживания и сохранения своих традиций. Земля выступает мифологической матерью, испытывающей, но и прощающей людей, которые связаны с нею узами неразрывной общности.

В соответствии с мифологическими представлениями индейцев с образом земли часто ассоциирован образ матери, занимающей значительное место в процессе самоидентификации. Об этом рассказывал еще Джеронимо в истории своей жизни:

Светило солнышко, ветер раскачивал мою колыбель, а над головой шелестела листва – так начиналась жизнь у всех индейских детей. Когда я подрос, мать поведала мне легенды нашего народа. Я услышал о небе и солнце, луне и звездах, тучах и бурях. Она научила меня опускаться на колени и молиться Усену, чтобы он даровал мне силу, здоровье, мудрость и свое покровительство. Мы никогда не просили Усена наказать наших обидчиков, предпочитая расправляться с ними самостоятельно. Нам внушали, что Усену нет дела до людских ссор⁹⁹.

Природа и соответствующее ей воспитание диктует и традиционные правила поведения, к которым неизбежно возвращаются герои. Например, «отказаться от рукопожатия с человеком в резервации было равносильно пожелать ему смерти», – отмечает мальчик Джо, герой романа Луизы Эрдрич.

Большинство современных романов, созданных коренными американцами, имеют особый поэтический строй. В соответствии с мифологическими представлениями и древнейшими ритуалами

⁹⁸ Эрдрич Л. Круглый дом. М., 2019. С. 122.

⁹⁹ Баррет С. Джеронимо [Электронный ресурс]. URL: <https://proza.ru/2020/06/14/1587> (дата обращения 09.08.2020).

они выстроены вокруг числа «4», которое в культуре индейцев символизирует целостность. Повествование развивается на четырех смысловых уровнях одновременно: физическом (природном), духовном, социальном и психологическом. Таков полный цикл и полное значение индейских ритуалов, а поэтика устной традиции сказаний лежит в основании всей современной прозы коренных американцев.

Сегодня индейская литература активно развивает эти и другие поэтические приемы, которые могли бы соответствовать духу народа с тысячелетней историей. Романы пронизаны грустью и наполнены воспоминаниями о трагическом прошлом. «И вот в наши края пришел белый человек и положил их всех в сырую землю», – эта строка звучала словно пророчество из Ветхого Завета, а на самом деле была простой констатацией факта», – пишет Луиза Эдрич. Однако несмотря на это, она же утверждает, что «величие и сила не совсем утрачены»¹⁰⁰.

Мечтам индейцев, боровшихся с белыми колонизаторами за освобождение своих земель, не удалось сбыться, однако дух народа не был сломлен, и теперь писатели бережно возрождают традиционные ценности коренного населения Америки, доказывая, что мир может быть гармоничен, если человек почувствует себя частью великого целого, теми самыми «пульсирующими песчинками», о которых писала Зиткала-Ша. Преодоление одиночества, разорванности с природным началом, возвращение к своим корням, обретение веры и, в конечном счете, преодоление страха смерти – таковы мечты современных индейцев, если судить по созданной ими в XX в. литературе.

Для дальнейшего изучения

- Ващенко А.В.* Историко-эпический фольклор северо-американских индейцев: Типология и поэтика / Ред. В.М. Гацак. М., 1989.
- Гиленсон Б.А.* В поисках «Другой Америки»: История прогрессивной литературы США. М., 1987.
- История литературы США: В 7 т. / Ред. Я.Н. Засурский, М. Корнева, Е. Стеценко. Т. 4, 5. М., 2000.
- Мулярчик А.С.* Спор идет о человеке: О литературе США второй половины XX века. М., 1985.
- Покуда растут травы...: Антология мифов, традиций и современной поэзии, легенд индейцев и эскимосов США и Канады: [Переводы / Сост. и авт. вступ. ст. А.В. Ващенко]. Якутск, 1988.

¹⁰⁰ Эдрич Л. Круглый дом. С. 57.

Глостланова М.В. Проблема мультикультурализма и литература США конца XX века. М., 2000.

Krupat A. For Those Who Come After: A Study of Native American Autobiography. Berkeley, 1985.

Maddox L. Removals: Nineteenth-Century American Literature and the Politics of Indian Affairs. N.Y., 1991.

Ruoff A.L.B. American Indian Literatures: An Introduction, Bibliographic Review, and Selected Bibliography. N.Y., 1990.

Turner F.W. Introduction to "Jeronimo. His Own Story". N.Y., 1970.

Электронный ресурс

Возрождение традиций и обретение новой гармонии: мечта коренных американцев [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yiXirq2skAs&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JViyzevFsC8&index=11> (дата обращения 25.11.2020).

Тема 10. Афроамериканская мечта

Введение

«Мы исходим из той самоочевидной истины, что все люди созданы равными и наделены их Творцом определенными неотчуждаемыми правами, к числу которых относятся жизнь, свобода и стремление к счастью». Эти знаменитые строки из «Декларации независимости» (Declaration of Independence, 1776), отразившие смысл создания нового государства, на протяжении почти двух столетий никак не соотносились с жизнью и правами темнокожего населения этой страны, как, впрочем, и женщин, и представителей коренного населения. Поэтому главная мечта афроамериканцев связана с тем, чтобы эти великие слова стали реальностью и для них. Неслучайно Фредерик Дуглас (Frederick Douglass, наст. имя – Фредерик Огастес Вашингтон Бейли, 1818–1895) – один из главных аболиционистов, просветитель, прирожденный оратор и писатель, в своей знаменитой речи «Пятое июля» (1852) иронически обыгрывал дату принятия Декларации и национальный праздник Четвертое июля. В этой речи он говорил о том, что в этот день черному человеку праздновать нечего.

Первый невольничий корабль пристал к берегам Виргинии британской колонии в Северной Америке в 1619 г., а в 1808 г. согласно Конституции США был запрещен ввоз африканских рабов на территорию страны, хотя это не мешало контрабандистам доставлять черный груз вплоть до 1861 г., когда разразилась Гражданская война (1861–1865). Подписанная президентом Авраамом Линкольном (1809–1865) Прокламация об отмене рабства была опубликована 1 января 1863 г., однако южные рабовладельческие штаты отказывались ее признавать вплоть до победы северян. 1 февраля 1865 г. отмена рабства на всей территории США была узаконена 13-й поправкой к Конституции.

Отмена рабства для южан во многом была формальным актом, и в течение длительного времени там сохранялись, и порой проявляют себя в настоящее время, признаки расовой непримиримости и белого супрематизма (лат. *supremus* – высший, высочайший).

Так называемые законы Джима Кроу о расовой сегрегации (лат. *segregatio* – отделение) были приняты на Юге США после отмены рабства и сохранялись до середины 1960-х гг. Здесь существовали отдельные школы для белых и черных, отдельный общественный транспорт или отдельные места в нем, запреты на совместное размещение в отелях, разделение на кафе и рестораны для белых и «цветных» и т. д. Название этим законам дал комический персонаж из менестрель-шоу, изображающий нелепые ужимки афроамериканцев. Само название, таким образом, подчеркивало уничижительное и пренебрежительное отношение к человеку с темной кожей. Целый ряд расистских организаций южан (Ку-Клукс-Клан, Белая лига, Красные рубашки и т. д.) уже с середины 1860-х гг. действовали практически открыто на территории южных штатов.

До Гражданской войны на Юге отношение к афроамериканцу окрашивалось в некий патерналистский тон, когда южные идеологи пытались оправдать существующее положение вещей. Так, например, Луиза Маккорд (Louisa Susannah Cheves McCord, 1810–1879) свято верила в превосходство белой расы, о чем писала в своих многочисленных эссе на эту тему. В одном из них под названием «Разнообразие рас» (1850) она утверждала, что африканцы – представители низшей расы и большие дети, имеющие недоразвитый интеллект, но обладающие гигантской силой, а потому нуждающиеся в постоянном присмотре старших. Кроме того, она утверждала, что все, что должны иметь темнокожие – это пища и одежда, руководящий разум и защиту белых, что и дает им рабство. Освобождение темнокожего человека, по мнению Маккорд, приведет к убийствам, мятежам и опустошению Юга.

О том, как тяжело будет происходить изменение сознания южан по отношению к темнокожему человеку, предупреждал Марк Твен в своем романе «Приключения Гекльберри Финна» (1885). Гек Финн, проведший на плоту долгое время вместе с беглым Джимом, в самую последнюю минуту решает написать письмо владелице Джима и повиниться. И только несколько минут спустя, вспомнив все, что они пережили вместе, он отказывается от своего намерения, даже ценой гибели собственной души: «Ну что ж, придется гореть в аду!». Смысл этой сцены заключается в том, что южанин Гек, не имеющий не только раба, но и гроша за душой, убежден, тем не менее, в небесной каре за помощь сбежавшему рабу. Мысль Марка Твена ясна – только прожив вместе, совместно трудясь, переживая и радуясь, можно понять друг друга и увидеть в человеке другого цвета кожи личность, равную себе.

Чтобы получить свободу и отстаять свое человеческое достоинство, афроамериканцам пришлось пройти долгий путь и дорого заплатить за подлинное равенство. Оно и есть главная мечта афроамериканцев, о чем с момента своего возникновения и до сегодняшнего дня повествует вся афроамериканская литература.

Невольничьи повествования

Возникновение афроамериканской литературы относится к XVIII в. Первыми произведениями считаются автобиографии, ведь о том, что такое на самом деле быть черным рабом, мог достоверно и правдиво рассказать только сам раб, испытавший на себе ужасы неволи. Именно в это время появляется ряд текстов, которые называют «невольничьими повествованиями» (slave narratives).

Стоит назвать самые известные из них, повлиявшие на возникновение традиций рассказов чернокожих рабов о себе – «Повествование о самых примечательных событиях в жизни Джеймса Альберта Юкосо Гроньосо, африканского вождя, как он сам об этом рассказал» (1772), «Повествование о порабощении Оттоба Кьюгоано, уроженца Африки; опубликовано им самим в 1787 г.» (1787), «Увлекательное повествование о жизни Олауда Эквиано, или Густава Вазы, африканца. Написано им самим» (1789).

В этих книгах представлено документальное описание ужасов пленения и мучительного путешествия по океану, жестокой реальности рабства в противопоставлении с идиллическими воспоминаниями о детстве в Африке, которые ассоциировались с образом Утраченного Рая. Именно в этих повествованиях рождалась мечта о возвращении в родную Африку, о свободе и справедливости, основанной на усвоенном бывшими язычниками библейском правиле – «во всем, как хотите, чтобы с вами поступали люди, так поступайте и вы с ними» (Мф. 7:12).

Однако уже последующие поколения темнокожих рабов не помнили об Африке, они даже не помнили своего дня рождения, равно как и своих родителей. Они мечтали о возвращении им человеческого достоинства, свободы и равных прав с другими гражданами США. К этому поколению рабов, рожденных в неволе и бежавших из нее, принадлежит Фредерик Дуглас. Он представил убедительный ответ на аргументы южных идеологов о неразвитости и низком интеллекте черного человека.

В 1847 г. Дуглас начал издавать газету «Северная звезда», которая стала одним из ведущих антирабовладельческих

органов. Во время Гражданской войны он принимал активное участие в формировании первых полков, состоящих из афроамериканцев.

Книга Фредерика Дугласа «Повествование о жизни Фредерика Дугласа, американского невольника, написанное им самим» (1845) продолжает традиции «невольничьих повествований», однако имеет значительное отличие от них. Здесь Дуглас создает образ не беспомощного невольника, чья судьба находится исключительно в руках рабовладельца и его желания отпустить раба на волю, но героя-беглеца, который в 1840-е гг. станет главным персонажем афроамериканских автобиографий.

Фредерик Дуглас начинает свое жизнеописание с заявления о том, что у рабов нет дней рождений, поэтому он не знает своего. Не помнит он и своих родителей, поскольку его воспитывала бабушка. Он работал там, куда посылал его хозяин – на плантациях, на судовой верфи, и в конце концов после двух неудачных попыток он бежал с Юга на Север, став свободным человеком.

Однако история Дугласа – это не только рассказ об ужасах рабства и об обретении свободы, хотя здесь представлено множество сцен реальной жизни рабов и тех унижений, которым они подвергаются. Рабство показано здесь во всей его бесчеловечности, и не только по отношению к рабам, но и к рабовладельцам, ибо, по мнению Фредерика Дугласа, оно одинаково развращает и того, и другого, приводя к нравственной деградации. Так, он повествует об одной своей хозяйке, отличавшейся добрым нравом. Она решила научить грамотемышленого мальчика, но получила суровую отповедь своего мужа, после чего прекратила занятия и стала весьма сурово вести себя по отношению к чернокожим рабам:

Ее ясный взгляд под влиянием рабства вскоре помутнел от ярости; ее нежный голос стал резким и грубым; и ангел, что проступал в ее лице, уступил место дьяволу¹⁰¹.

Книга Фредерика Дугласа, в отличие от большинства «невольничьих повествований», не сводится к простому изложению событий. Даже такое важное из них, как успешный побег, не прописано в повествовании в деталях. Просто констатируется сам факт, представлен естественный результат огромной работы над собой, силы воли, позволившей отстоять человеческое достоинство. Ужасаясь распространенному среди рабов пьянству, Дуглас

¹⁰¹ Дуглас Ф. Я был рабом... Рассказ о своей жизни. М., 2009. С. 28.

однажды и сам поддался этому искушению, но, почувствовав, что теряет человеческое достоинство, тут же взял себя в руки и еще более тщательно стал готовиться к побегу. Перед нами рассказ о сложном пути самоидентификации, о поиске той точки опоры в себе, которая помогает обрести физические и нравственные силы, чтобы противостоять несправедливости.

Большую роль в становлении свободной личности Фредерик Дуглас уделяет образованию, считая, что оно несовместимо с рабством. Поэтому всяческими путями, иногда используя приемы главного персонажа афроамериканского фольклора – трикстера, он учится письму и чтению. Примечателен эпизод, когда Дуглас разыгрывает белых мальчишек, подначивая их тем, что они сами не знают, как правильно пишутся буквы. Естественно, мальчишки начинают хвастаться своим умением, а сметливый чернокожий мальчик быстро заучивает их сам. Это так напоминает знаменитый фольклорный рассказ о Смоляном чучелке, когда пойманный Братцем Лисом Братец Кролик просит не бросать его в терновый куст, поняв, что из чувства противоречия Лис сделает именно это.

«Повествование» Дугласа воссоздает историю духовного становления личности темнокожего человека в условиях рабства, ставит проблему выбора и ответственности за собственную судьбу, ломая стереотип чернокожего, созданного южной идеологией. Сам Фредерик Дуглас стал лучшим примером героя-беглеца в афроамериканской автобиографии 40-х гг. XIX в., чья мечта о свободе счастливо осуществилась:

Свобода явилась, чтобы никогда уже не исчезать. Она слышалась в каждом звуке и угадывалась буквально во всем, <...> Я ничего не видел, кроме нее, я ничего не слышал, и ничего, кроме нее, не чувствовал¹⁰².

В 1853 г. Дуглас опубликовал первое произведение афроамериканской прозаической художественной литературы «Рабгерой», закрепив образ борца за свободу в афроамериканской литературной традиции. Сюжетом этого повествования послужил реальный случай. В 1841 г. раб Мэдисон Вашингтон поднял восстание на бриге, перевозящем рабов из Виргинии на невольничий рынок в Новом Орлеане. Ему вместе с более чем сотней других несчастных удалось захватить корабль и направить его к берегам Багамских островов, где в 1839 г. Британия отменила рабство.

¹⁰² Там же. С. 56.

Своим безрассудным, на первый взгляд, поступком, порожденным отчаянием и страстным стремлением к свободе, они завоевали ее, продемонстрировав блестящий образец героя-беглеца.

Его фигура стала знаковой в 1840-е гг. не только в формировании самосознания темнокожего человека, но и в распространении знания о рабстве из первых рук, в ломке представлений о покорности и безволии рабов. Такие автобиографические повествования, как «Повествование Уильяма У. Брауна, беглого невольника, написанное им самим» (1847) Уильяма Уэллса Брауна (William Wells Brown, 1814–1884), «Жизнь Джозайи Хенсона, бывшего раба, ныне жителя Канады, рассказанная им самим» (1849) Джозайи Хенсона (Josiah Henson, 1789–1883), были чрезвычайно популярны и выдерживали не одно издание.

В 1850-е гг. герой-беглец превращается в беглеца-мыслителя, что заметно в автобиографической книге Соломона Нортапа (Solomon Northup, 1807/1808–1863?) «Двенадцать лет рабства: История Соломона Нортапа, гражданина Нью-Йорка, похищенного в Вашингтоне в 1841 и освобожденного в 1853» (1853). В этой драматической истории похищения свободного чернокожего, его продажи и пребывания двенадцать лет в рабстве без связи со своей семьей и без всякой надежды на возвращение к прежней жизни Соломон Нортап рассказывает о целой вселенной работорговли и рабовладения. Он акцентирует внимание на издевательствах, на тоске по утраченной жизни, на отчаянии, овладевающим им постепенно. Но параллельно размышляет о прератностях судьбы и несправедливости рабовладения в целом, о ценности свободы.

Автобиографии невольников и беглецов стали одной из основ формирования своеобразной традиции в афроамериканской литературе, связанной с идеей свободы и мечтой о равенстве.

Что значит быть свободным афроамериканцем

Период Реконструкции Юга (реинтеграция южных штатов в состав США в 1865–1877 гг.) стал для афроамериканцев временем больших надежд. Тогда было создано около пятидесяти поселений со стопроцентным темнокожим населением, со своей администрацией и полицией, немало сделано для образования черного населения, например открыты знаменитые негритянские университеты – Говардский в Вашингтоне (1866), Университет Фиска в Нэшвилле (1866) и Университет Таскиги в Алабаме (1881).

Основателем Университета Таскиги был Букер Т. Вашингтон (Booker Taliaferro Washington, 1856–1915), один из самых неординарных просветителей и борцов за просвещение афроамериканцев, оратор, политик, писатель. В условиях сегрегации он выдвинул приемлемую для южан концепцию развития темнокожего населения – «сегрегации во имя будущей интеграции» со ставшим знаменитым лозунгом “separate but equal” («разделенные, но равные»). Вслед за Фредериком Дугласом он был убежден в том, что, в первую очередь, необходимо дать образование афроамериканцу, чтобы он мог свободно распоряжаться собой. Но в силу сложившегося в результате рабовладения отставания афроамериканцев в интеллектуальном развитии на первых порах следовало делать это отдельно от белых, что позволит темнокожим добиться расового прогресса, создать свои собственные системы образования, свою медицину, бизнес. Достигнув необходимого уровня развития, черные институты постепенно интегрируются с белыми. Этот подход, особенно в условиях Юга, позволил находить белых меценатов и пользоваться помощью государственных организаций. Именно так был создан Университет Таскиги, в попечительский совет которого входили богатые и влиятельные политики и бизнесмены.

В своем романе «Из рабства» (1901), во многом автобиографическом, Вашингтон пишет историю достижения мечты афроамериканцем. Главная тема здесь – сила образования, позволяющая полностью изменить жизнь темнокожего мальчика, который сравнивает школу с раем. Вашингтон видит ключ к построению собственной жизни, прежде всего в индустриальном образовании, поскольку оно может быть полезно для афроамериканского сообщества. Главная задача для современного образования – это изменение трудового сознания темнокожего человека, поскольку рабство исказило его безбожно.

Идеи Букера Т. Вашингтона о полной интеграции черных в общество белых, весьма адекватные для своего времени и условий Юга, были пересмотрены уже в 20-е гг. XX в. лидерами Гарлемского ренессанса. Это было мощное культурное движение, период расцвета афроамериканской культуры в 1920-е гг., при всем разнообразии взглядов его представителей отразивший идею самоидентификации афроамериканца, путей поисков собственного «Я», требования настоящего равноправия. Эта идея поэтически ярко и при этом кратко и ясно выразилась в стихотворении Лэнгстона Хьюза (James Mercer Langston Hughes, 1902–1967) «Я тоже» (1926), резонирующего с известным стихотворением Уолта Уитмена «Слышу, поет Америка» (1867):

Я тоже Америку славлю,
Я – братишка, что потемней.
Меня обычно прячут от гостей.
Но за ужином в кухне
Смеюсь:
От еды я сильнеей.

Завтра
Гости подвинутся,
Пропуская меня,
И никто не посмеет сказать мне
«Твой ужин на кухне»
Тогда.

Да, еще
Им придется признать,
Что вправду хорош я собой,
И устыдиться. Америка –
Это и мой
Дом. (*перевод Г. Иззвер*)¹⁰³

Идеологическим лидером Гарлемского ренессанса стал Уильям Дюбуа (William Edward Burghardt Du Bois, 1868–1963), который, в отличие от Букера Т. Вашингтона, выступил против сегрегации, считая, что самые талантливые представители черной расы имеют право немедленно интегрироваться в общество, подтягивая за собой остальных. Собственно, Гарлемский ренессанс и явился той мощной волной талантов, которая разрушила все стереотипы и переформатировала всю американскую культуру. 1920-е гг. немыслимы без моды на афроамериканскую музыку, танцы, стиль в одежде.

Уильям Дюбуа, в отличие от своих предшественников, утверждал необходимость гуманитарного образования, изучения этнографии, фольклора, истории для того, чтобы понять самого себя.

Идентификация афроамериканца – это главный вопрос Гарлемского ренессанса, и Уильям Дюбуа попытался ответить на него еще в 1903 г. в своей работе «Души черного народа»:

После египтян и индусов, греков, римлян, тевтонцев и монголов, негр представляет собой своего рода седьмого сына, рожденного с тайным даром в этом американском мире – мире, где ему предоставляется возможность не истинного самосознания, а только разрешение взглянуть на себя посредством откровения другого

¹⁰³ Хьюз Л. Я тоже! [Электронный ресурс]. URL: <https://stihi.ru/2012/01/10/825> (дата обращения 03.08.2020).

мира. Этот особенный чувственный опыт, особенное двойственное сознание, это постоянное восприятие себя глазами другого, измерение собственной души мерками мира, наблюдающего с довольным презрением и жалостью. Кто действительно когда-либо чувствовал двойственность, так это американец-негр; две воюющих друг с другом души, два образа мыслей, два непримиримых противоречия, два враждующих идеала – в одном темном теле, которое лишь благодаря упорному сопротивлению умудряется сберечь себя от разрыва на две части¹⁰⁴.

Подчеркивая здесь сходство с сыном библейского Иакова, Дюбуа обращает внимание на мужество как существенную характеристику афроамериканца. Согласно Библии, седьмой из двенадцати сыновей Иакова был основателем колена Гадова, которое было поставлено на передовые рубежи израильского народа, чаще всего вступало в борьбу и страдало от нападения сирийских вождей и в результате было завоевано ассирийским царем. Кроме того, Гад был наделен особой способностью внутреннего зрения, предвидения, так что и эти качества принадлежат черной душе, по мнению Уильяма Дюбуа.

Однако главное здесь – мысль о раздвоенности души афроамериканца, о двойственности его сознания, принадлежащего двум традициям – африканской и западной. Поэтому вопрос осознания своей сущности становится едва ли не основным и на уровне идеологическом, и на уровне художественном.

Лэнгстон Хьюз, например, в своей поэзии экспериментировал с формами афроамериканской музыкальной традиции – блюзом и джазом, соединяя эти традиции с модернистскими тенденциями современности. Эти эксперименты имели огромное значение для дальнейшего развития не только афроамериканской литературы, но и общеамериканской.

Проблема самоидентификации афроамериканца и защиты своего права на самобытность и непохожесть решалась всегда на границе между миром белым и миром черным, то есть в самом процессе самоидентификации существовало ощущение пограничья природы афроамериканца. Пограничье как социокультурный феномен и все проблемы, связанные с ним, стали центральными для американской литературы в последней трети XX в., когда на первый план вышли вопросы существования различных «дефисных» идентичностей – американцев, считающихся со своими

¹⁰⁴ *Du Bois W.E.B. The Souls of Black Folks* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/408/408-h/408-h.htm> (дата обращения 03.08.2020).

этническими корнями. Однако впервые эти проблемы возникли именно в дискуссиях о том, что же есть такое афроамериканец.

Еще в конце XIX столетия вопрос о самоидентификации афроамериканца с точки зрения пограничья стал заметен в произведениях крупнейшего негритянского прозаика рубежа веков Чарльза Уоддела Чесната (Charles Waddell Chesnutt, 1858–1932). Он происходил из состоятельной семьи, его родители были светлокожими окторонами (только 1/8 часть черной крови). Чарльзу Чеснату легко было бы выдать себя за белого, но он стал, по выражению Дюбуа, одним из белых, которые из-за присутствия в них черной крови решили стать темнокожими.

Неслучайно основной в его творчестве стала тема “passing” («сойти за» – сокращенно от “passing for white” / «сойти за белого»), обозначающая смену расовой принадлежности, рождающую двойственные отношения не только между двумя конкретными расами, но и внутри каждой из них. Так, внутри границ черной расы возникает проблема презрения светлокожих цветных к темнокожим и темнокожих к «желтым бастардам» – сложная стратификация, связанная с оттенками цвета кожи. В своих произведениях (сборник рассказов «Жена юности его и другие истории о расовом барьере» (1901), романы «Дом за кедрами» (1900), «Суть традиции» (1901) и «Мечта полковника» (1905)) Чеснат рассматривает тему расового пограничья, расовых отношений, трагедию человека, которому общество не помогает в самоопределении, а напротив, разрушает его мечты о нем. Вместе с тем он убежден в том, что процесс слияния рас – процесс в Америке неизбежный и положительный. В результате этого смешения появится будущий американец, вобравший в себя лучшие качества всех рас. Об этом его статья «Будущий американец» (1901).

Проблема самоидентификации в рамках темы “passing” – излюбленная тема писателей Гарлемского ренессанса. К ней, например, обращается Нелла Ларсен (Nellallitea "Nella" Larsen, 1891–1964) в своем романе «В чужом обличье» (1929). Она описывает встречу двух одноклассниц, рассказывающих о своей жизни. Айрин Редфилд и Клэр Кендри – достаточно светлокожие цветные женщины, способные выдавать себя за белых. Клэр избирает путь потаенной идентичности и выходит замуж за белого богатого мужчину, который отличается расистскими взглядами. Поэтому она панически боится выдать себя. Айрин же, от лица которой ведется повествование, выходит замуж за темнокожего врача и проживает в Гарлеме. Иногда и она выдает себя за белую, но только ради удобства, например ради посещения театров, клубов и ресторанов для белых.

Обман Клэр в конечном итоге раскрывается. Роман заканчивается падением героини из окна. Однако обстоятельства ее смерти не вполне ясны: либо она сама выбросилась из окна, либо ее столкнула Айрин, подозревавшая своего мужа в измене с Клэр. А мог это сделать и муж героини, узнавший о расовой принадлежности жены.

Роман Неллы Ларсен раскрывает глубинные причины, вынуждающие афроамериканцев совершить расовый переход и смену идентичности. Главным фактором является унижение цветной расы и давление на нее белого социума. Именно это толкает афроамериканцев на пересечение расовой границы, и именно это заставляет их надевать маски и размывать свою личность.

Современница Неллы Ларсен Зора Нил Херстон, звезда Гарлемского ренессанса, представила иную точку зрения на проблему самоидентификации и “passing”. Так, в своем знаменитом романе «Их глаза видели Бога» (1937) она противопоставляет две позиции: с одной стороны, героиня романа Джени, светлокожая красавица, полностью ощущающая свою принадлежность черному сообществу, с другой – мулатка миссис Тернер, стремящаяся отгородиться от своей расы, которую не принимает ни белый, ни черный социум.

Зора Херстон, в сущности, посвятила все свое творчество проблеме культурной идентичности темнокожего человека. В 1925 г. она поступила в женский Барнард-колледж, аффилированный с Колумбийским университетом, где стала ученицей Франца Боаса (1858–1942), основоположника культурной антропологии. Его учение послужило базой для ее собственных исследований афроамериканской культуры. Херстон неоднократно предпринимала экспедиции, где собирала фольклор и традиции вуду.

Возможно, именно благодаря «антропологическому измерению» афроамериканской культуры Зора Херстон стоит особняком в Гарлемском движении. Она не хотела заниматься чисто социологическими или политическими проблемами расового равноправия, как делали ее друзья в период Гарлемского ренессанса.

При этом было бы неверно считать, что Зору Херстон совершенно не задевали вопросы расовой дискриминации. Она написала целый ряд эссе, посвященных данной проблеме, в частности «Каково это – чувствовать себя цветной» (1928), «Система “домашнего негра”» (1943), «Мой самый оскорбительный опыт законов Джима Кроу» (1944), «Чего не напечатают белые издатели» (1950) и др. Однако не считала для себя возможным участвовать в пропагандистской деятельности Гарлемских активистов, поскольку, как она сама признавалась, не может несколькими строч-

ками исправить то, что в течение тысячелетий натворили люди и Господь Бог. Поэтому задачей Херстон стало изучение культурного кода афроамериканцев на всех уровнях их жизни.

Помимо фольклорного материала она включала в свои работы традиции афроамериканцев и волнующие их вопросы, неповторимый язык темнокожих людей. Все ее произведения насыщены афроамериканским диалектом, отмечены обилием метафор, сравнений, а также весьма специфическим вербальным искусством – игрой в дазэнс (*playing dozens*). Речь шла о своеобразном состязании в оскорблениях, о «дразнилках», что, по мнению Херстон, было следствием самобытности афроамериканской культуры и стремления афроамериканца к оригинальности в его языковом самовыражении.

Ее мечта – настоящее равенство всех рас, о чем она с юмором пишет в эссе «Каково это – чувствовать себя цветной»:

Но в целом я ощущаю себя как закрепленный на стене коричневый мешочек для всякой всячины. На стене, где висят другие мешочки – белые, красные и желтые. Вывалишь содержимое, а там куча маленьких вещичек – бесценных и бесполезных. Бриллиант чистой воды; катушка без ниток; осколки стекла; кусочки веревки; ключ от давно рассыпавшейся двери; ржавое лезвие ножа; старые ботинки, сберегаемые для дороги, которой не было и никогда не будет; гвоздь, согнутый вещами, слишком тяжелыми, чтобы выдержал любой гвоздь; один-два засушенных цветка, все еще хранящих слабый аромат. На земле перед тобой тоже груда всего, что есть на ней, и это так похоже на содержимое мешочков. Если бы можно было их все опорожнить и свалить в одну большую кучу, а потом наполнить их снова без того, чтобы содержимое резко разнилось. Тогда не имело бы значения наличие там небольших цветных осколков. Возможно, именно так Великий Наполнитель Мешочков и заполнял их в самом начале, кто знает?¹⁰⁵

Сейчас Зору Нил Херстон считают основоположником современной афроамериканской литературы, а тогда ее коллеги не приняли ее. Так, например, Ричард Райт (*Richard Nathaniel Wright, 1908–1960*) ополчился на роман «Их глаза видели Бога» за то, что там не было явно выраженного расового послания. Сам Райт в своем романе «Сын Америки» (1940), рассказывая о судьбе молодого афроамериканца Биггера Томаса, сделал расовый

¹⁰⁵ Херстон З.Н. Каково это – чувствовать себя цветной? // Иностранная литература. 2017. № 7. С. 215.

конфликт центром повествования. Сначала он совершил убийство белой девушки по неосторожности, а потом уже намеренно убил свою подружку, задаваясь вопросом в стиле Раскольников из романа Достоевского «Преступление и наказание»: «Тварь ли я дрожащая или право имею...». Райт затрагивает проблему смысла человеческой жизни. Убивая, Биггер как бы нарушает отведенную ему территорию, он, наконец, выходит за границы существования, определенного не им самим, а обществом, тем самым доказывая, что он существует и что он способен на поступок.

Таким образом, роман Ричарда Райта обозначил изменение вектора в процессе самоидентификации афроамериканца, оправдав акт насилия и определив его мечту на 1960-е гг.

«Черное прекрасно»

В 60-е гг. XX в. в центре событий оказалось радикальное крыло движения афроамериканцев за свои права с лидерством партии «Черных пантер», которые отстаивали право на вооруженную самооборону. Вызвала резонанс и «Нация ислама» с националистической и расистской риторикой, с противопоставлением ислама христианству. Один из лидеров этого движения Малколм Икс (Malcolm X, 1925–1965) в своей речи 1964 г. выразил отношение к тому, что являлось исконно американским феноменом – американской мечте, сказав: «Мы не видим никакой американской мечты. У нас был только американский кошмар»¹⁰⁶.

Убийство пастора Мартина Лютера Кинга (Martin Luther King, Jr., 1929–1968), ратовавшего за права темнокожего населения США и за мирное решение их проблем, лишь подстегнуло агрессивное сопротивление афроамериканцев.

Культурным движением этого времени является лозунг Уильяма Дюбуа «черное прекрасно», охватившее не только США, но и многие страны Африки. В 1960-е гг. на волне политических выступлений за права афроамериканцев возникли теория «черной эстетики» и «Движение черного искусства». Деятели «Движения черного искусства» призывали к тому, чтобы искусство отражало исключительно проблемы афроамериканской общины. Афроамериканские писатели этого периода нарочито обособлялись от мейнстрима литературного развития, от изображения белого общества. Главным источником вдохновения становится жизнь чер-

¹⁰⁶ *Malcolm X. Quotes* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.goodreads.com/quotes/361117-and-when-i-speak-i-don-t-speak-as-a-democrat> (дата обращения 21.09.2020).

ных кварталов и зреющий в них протест. Один из лидеров этого движения Лерой Джонс/с 1967 г. – Амири Барака (Everett Leroy Jones/Amiri Baraka, 1934–2014) сказал:

Роль «черного художника» в Америке в том, чтобы поддерживать разрушение такой Америки, какую он знает. Его роль состоит в том, чтобы так точно показывать и отражать природу общества, и его собственную в этом обществе, чтобы другие люди были взволнованы точностью его изображения. И если это черные люди, то посредством этой взволнованности они станут расти, видя и свою силу, и свои слабости. А если это белые люди, то они затрепещут и с проклятиями сойдут с ума, потому что они захлебнутся грязью своего зла¹⁰⁷.

Мечта афроамериканцев о том, чтобы быть услышанными, получила интересную интерпретацию в романе Ральфа Эллисона (Ralph Waldo Ellison, 1914–1994) «Невидимка» (1952). Герой этого романа не имеет имени, он не только невидим обществу, он не видит и сам себя. Ему навязана роль никчемного черного со стороны белого сообщества. Весь роман – это поиски собственной идентичности.

После исключения из колледжа герой приезжает в Нью-Йорк, где после долгих попыток найти работу устраивается на фабрику красок. Здесь ему поручают из черной краски делать белую путем добавления особого реактива. Это ли не насмешка над тем, насколько искусственно разделение на расы?

После аварии герой попадает в больницу, где над ним проводятся различные эксперименты. Эпизод с больницей вполне мог быть навеян печально известными событиями в Таскиги (ведь Ральф Эллисон был студентом Университета Таскиги). Там с 1932 по 1972 г. под эгидой Министерства здравоохранения США над темнокожими жителями проводился медицинский эксперимент по исследованию всех стадий заболевания сифилисом.

Эллисон убежден, что корень зла заключается в том, что в темнокожем американце просто не видят человека из-за цвета его кожи. Причем увидеть человека в себе он призывает и белых, поскольку точно так же, как в свое время считал Фредерик Дуглас, рабство уничтожает человеческое начало и в белом хозяине, и в его рабе. Эллисон призывает сбросить прежний облик, оставив его в подполье, где прятался Невидимка:

Я сбрасываю старую кожу, оставляю ее здесь, внизу. Я поднимаюсь наверх... Кто знает, может быть, на этих низких частотах я говорю и от вашего имени¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Amiri Baraka. Introduction to “The Black Arts Movement” [Электронный ресурс]. URL: <https://www.poetryfoundation.org/collections/148936/an-introduction-to-the-black-arts-movement> (дата обращения 17.09.2020).

Тема примирения в межрасовых конфликтах звучит и в творчестве Джеймса Болдуина (James Baldwin, 1924–1987), последователя идей Мартина Лютера Kinga. Драма межличностных отношений белых и черных, искалеченных проявлениями расизма со стороны общества, стала ключевой для всей нации в 1960-е гг. В этой драме особое место занимала тема любви между черными и белыми. В произведениях Джеймса Болдуина любовь рассматривается как сила, способная освободить личность, хотя сам этот процесс мучительный и болезненный, так как постигнуть смысл любви можно только через страдание, играющее чрезвычайно важную роль в духовном становлении личности.

Болдуин глубже, чем кто-либо из его современников, раскрыл трагическую судьбу двух людей, разделенных цветом кожи. В романе «Другая страна» (1962) герои – темнокожий джазист Руфус и белая девушка Леона – оказываются отравленными расовыми предубеждениями, несмотря на чувство любви. Они проецируют свои внутренние страхи друг на друга, а их жизни рушатся, будучи не в силах выдержать испытание межрасовой любовью. В итоге Руфус умирает, а Леона оказывается в сумасшедшем доме.

Женский голос современной афроамериканской литературы

В 1970-е гг. набирающий силу мультикультурализм (теория культурного многообразия, в основе которой заложено стремление каждой национальной группы к сохранению своих традиций и особенностей) изменил не только трактовку межрасовых отношений и путей самоидентификации, но и способы художественной передачи проблем афроамериканской идентичности.

На первый план вышли авторы-женщины, их голос стал ведущим на протяжении практически всей последней трети XX – начала XXI в. Это Элис Уокер, Майя Энджелу (Maya Angelou, наст. имя – Маргарит Энн Джонсон, 1928–2014), Глория Нейлор (Gloria Naylor, 1950–2016), Тони Моррисон.

Главные темы их творчества – обретение силы и выход из положения, в которое они были поставлены столетиями – «низшей расы низшего пола». Все их произведения связаны историями становления самосознания и самоидентификации темнокожей женщины, преодоления их травматического опыта. Героини произведений этих писательниц проходят круги ада, претерпев

¹⁰⁸ *Ellison R. Invisible Man* [Электронный ресурс]. URL: https://librebook.me/invisible_man_ralf_ueldo_ellison/vol1/1 (дата обращения 20.09.2020).

унижение и насилие. Однако сила характера помогает им побороть расизм и психологическую травму.

Свидетельство тому – автобиографическая книга Майи Энджеллоу «Я знаю, отчего птица поет в клетке» (1969). В ней Майя Энджеллоу рассказывает о том, что в детстве она подверглась сексуальному насилию со стороны друга ее матери, о чем поведала своему брату, а тот – всей семье. Насильник был признан виновным, но в тюрьме провел всего один год. Однако через четыре дня после освобождения он был убит. Убийцу так и не нашли, но все думали на дядю девочки. Она испугалась силы своих слов и пять лет не произносила ни звука. Но именно эти годы воспитали в ней будущую писательницу.

Тема сильной женщины является центральной и в творчестве Элис Уокер. Так, в романе «Меридиана» (1976) он рассказывает о черной женщине, чье вступление во взрослую жизнь совпало с активным этапом борьбы за гражданские права 1960-х гг. А в романе «Цвет пурпурный» (1982) повествование ведется от лица совершенно забитой девушки Селии, терпящей побои и сексуальное насилие со стороны мужа. В итоге она находит поддержку и силы в женской дружбе.

Лауреату Нобелевской премии по литературе 1993 г. Тони Моррисон также не чужда эта тема. Афроамериканская женщина в ее романах подвергается насилию («Самые голубые глаза», 1970), но все равно не теряет своей силы, выступает как хранительница устоев и традиций «черной» общины. Она – продолжательница рода, она растит и воспитывает детей, но она же несет на себе бремя страшного прошлого («Возлюбленная», 1987) и передает знания, накопленные предками, последующим поколениям.

Однако главное в романах Тони Моррисон, как и Элис Уокер, – это новые способы художественной выразительности, связанные с афроамериканским фольклором. То, чем занималась Зора Нил Херстон, и то, как она писала, стало чрезвычайно актуальным несколько десятилетий спустя после ее смерти.

Вместо заключения

Современные писатели перенимают эстафетную палочку предыдущих поколений афроамериканских писателей, широко используя как их достижения в решении проблем самоидентификации темнокожего населения США, так и их художественные находки. Об этом свидетельствует, например, роман Колсона Уайтхеда (Colson Whitehead, род. 1969) «Подземная железная дорога» (2016), повествующий об ужасах жизни рабов на довоенном Юге и о бегстве молоденькой рабыни Кору с плантаций, о ее долгом и

мучительном пути к свободе. Роман моментально попал в список бестселлеров газеты “New York Times” и в 2017 г. стал лауреатом престижной Пулитцеровской премии по литературе.

В этом романе Колсон Уайтхед обращается к бегству из рабства как феномену коллективной памяти народа, которая является основой формирования национальной и культурной идентичности. В тексте можно найти прямые соответствия с историями сотен беглецов – в особенности беглянок – о разлучении семей, о физических истязаниях на плантациях, собранных в самом, пожалуй, знаменитом документальном труде о бегстве из рабства – книге Уильяма Стилла (William Still, 1821–1902) «Архивы подземной железной дороги», вышедшей еще в 1872 г.

Важно отметить, что коллективная память о рабстве сопряжена в романе с ее индивидуальным носителем – женщиной, ибо именно ей, к которой на Юге всегда относились как к «низшему полу низшей расы», пришлось перенести самые ужасные испытания на пути к свободе. Фредерик Дуглас в своей автобиографии сказал, что, когда будет написана истинная история антирабовладельческого движения, женщина займет на ее страницах самое важное место, поскольку удел раба был более всего женской долей. Именно поэтому коллективная память афроамериканцев у Колсона Уайтхеда соотнесена с индивидуальной судьбой женщины, на долю которой выпали самые страшные унижения как со стороны белых, так и черных собратьев. Однако они не только не сломили ее, а напротив, сделали носителем духа свободы. Успех роману обеспечил избранный Уайтхедом подход: обращение не просто к историческим фактам, но именно к феномену коллективной памяти афроамериканцев, сопологаемого с культурной, исторической и коллективной памятью всей нации.

Литературная традиция афроамериканцев, таким образом, связана с пониманием свободы и равноправия как главной мечты темнокожего населения США. Начиная с самых первых, еще подражающих белому письму произведений, афроамериканцы, обратившись к своим фольклорным традициям, создали самостоятельную ветвь американской литературы. В ней раскрывается долгая история того, как темнокожие американцы боролись за свою мечту, чтобы воплотить в жизнь поистине великие слова:

Все люди созданы равными и наделены их Творцом определенными неотчуждаемыми правами, к числу которых относятся жизнь, свобода и стремление к счастью¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Декларация независимости [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hist.msu.ru/ER/Etext/indpndnc.htm> (дата обращения 18.02.2020).

Для дальнейшего изучения

- Ващенко А.* Жанр негритянской автобиографии: Возникновение романа // История литературы США: В 7 т. Т. 3. М., 2000.
- Нитобург Э.Л.* Афроамериканцы США XX века: Этноисторический очерк. М., 2009.
- Панова О.* Моделирование образа черной расы в американской культуре и литературе рубежа XIX–XX вв. // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2014. № 1. С. 78–82.
- Панова О.* Цветные миры: Американская литература в поисках национальной самобытности. М., 2014.
- Херстон З.Н.* Каково это – чувствовать себя цветной / Пер. и вступл. И. Морозовой // Иностранная литература. 2017. № 7. С. 208–214.
- Удлер И.М.* В рабстве и на свободе: становление и эволюция документально-публицистического жанра «невольничьего повествования» в XVII–XIX веках. Челябинск, 2009.
- Удлер И.М.* «Повествование о жизни Фредерика Дугласа, американского невольника. Написано им самим» в контексте жанра «невольничьего повествования» // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2010. № 11 (192). С. 133–138.
- American Slave Narratives: An Online Anthology [Электронный ресурс]. URL: <http://xroads.virginia.edu/~hyper/wpa/wpahome.html> (дата обращения 27.10.2020).
- African American Women Writers of the 19th Century [Электронный ресурс]. URL: http://digital.nypl.org/schomburg/writers_aa19/toc.html (дата обращения 27.10.2020).
- Gates H.L.* Colored People: A Memoir. N.Y., 1994.
- Gates H.L.* The African American Century: How Black Americans Have Shaped Our Century. N.Y., 2000.
- Gates H.L.* The Signifying Monkey: A Theory of African-American Literary Criticism. Oxford, 2014.
- Gilyard K. and Wardi A.* African American Literature. London, 2004.
- Morrison T.* Playing in the Dark: Whiteness and the Literary Imagination. Cambridge, MA, 1993.

Электронный ресурс

- Свобода, равенство, «сестринство»: литература афроамериканцев [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LrRphvzkGbI&list=PLtEyulW6GEVnfh-lW9jKh0JVIyzevFsC8&index=12> (дата обращения 25.11.2020).

Курс 7

Культурная, публичная
и цифровая дипломатия США

Н.А. Цветкова

Культурная дипломатия появилась как инструмент улучшения взаимопонимания между народами разных стран и прошла длительный путь от обмена книгами в XIX в. до использования социальных сетей в целях установления прямого диалога между народами и странами в XXI в. В курсе показано, как культурная дипломатия развивалась на основе государственных проектов и масштабных инициатив самых простых американцев, и охарактеризованы такие направления культурной дипломатии, как международное движение волонтеров, спортивная дипломатия, туризм и цифровая дипломатия. В качестве проектов культурной дипломатии США представлены международное информационное теле- и радиовещание, образовательные программы, обмены в области высокого искусства, деятельность благотворительных фондов США. В лекциях рассказывается о превращении культурной дипломатии в публичную в 1990–2000-е гг., затем в цифровую в 2010-е гг. и дипломатию данных в 2020-е гг., а также проводится сравнительный анализ интернет-дипломатии США, с одной стороны, стран Европы, Азии, Ближнего Востока и России – с другой.

Тематический план курса

1. Культурная дипломатия по-американски	483
2. Говорит и показывает Америка: международное вещание США	496
3. Дипломатия искусства США как язык международного общения	509
4. Волонтеры Джона Кеннеди: Корпус мира в действии	522
5. США как международный филантроп	534
6. Индустрия туризма как культурный международный проект США	548
7. Американские спортсмены как посланцы доброй воли	563
8. Образование США на экспорт	575
9. Интернет в культурной политике США	589
10. Многоликая цифровая дипломатия и дипломатия данных: США и мир	604

Тема 1. Культурная дипломатия по-американски

США не изобрели культурную дипломатию, т. е. тот аспект международной деятельности, который относится к распространению культуры, обменов в области науки и образования или к международному вещанию. Такую деятельность очень часто называют «мягкой силой» или публичной дипломатией. Идея о том, что отношения между странами можно улучшить посредством взаимодействия между людьми и распространения национальной культуры и языка, пришла в голову французским и немецким политикам в середине XIX в. Франция и Германия стали первыми распространять язык и культуру в странах Ближнего Востока, создавать французские и немецкие школы и приглашать на обучение в свои университеты граждан зарубежных стран. Эти европейские страны создали и первые отделы по культурным связям в министерствах иностранных дел.

Соединенные Штаты также стремились наладить культурное взаимодействие с внешним миром. Но изоляционизм (идея о том, что США должны стоять в стороне от европейской политики и не связываться себя никакими соглашениями) сдерживал масштабы американской культурной дипломатии. В 1840 г. Конгресс США одобрил резолюцию о том, что библиотека Конгресса должна обеспечить обмен опубликованными изданиями с зарубежными библиотеками. Идея об обменах книгами стала первым примером культурной дипломатии США и уникальной чертой культурной дипломатии по-американски. Например, Китай в лице китайского императора подарил США коллекцию книг о Китае в обмен на подарок из США в 1869 г., заложив прекрасную традицию создания коллекций книг по странам в библиотеках двух стран, а позже и во всем мире.

Другие события также свидетельствовали об уникальности первых проектов американской культурной дипломатии и об их отличии от проектов стран Европы. США стремились получить сведения об образовании, науке и культуре других стран. В 1869 г. в США издается первый отчет главы управления

образования о системах обучения в других государствах, что использовалось для развития собственных университетов и школ. А в 1890 г. в Госдепартаменте был создан временный отдел, который курировал стажировки зарубежных ученых и специалистов в области экономики, сельского хозяйства и машиностроения в американских университетах и компаниях. Хотя отдел просуществовал несколько лет, его деятельность отражала уникальность первых проектов культурной дипломатии. Таким образом, в то время как европейцы занимались прямым распространением культуры и языка в своих колониях и подконтрольных территориях в Азии, Африке или на Ближнем Востоке, американцы интересовались технологическим развитием и деятельностью ученых.

Культурная дипломатия США в отличие от стран Европы была сосредоточена долгое время в частных руках. Например, с середины XIX в. американские миссионеры развивали образовательную и культурную деятельность без всякого согласования с правительством в странах Ближнего Востока. К началу Первой мировой войны на Ближнем Востоке и Балканах функционировало около 450 школ, открытых миссионерами, а также два американских университета в Ливане и Турции, которые финансировались частными пожертвованиями. Самое удивительное, что в американских школах и вузах в странах Ближнего Востока обучение велось на местных языках, а студенты изучали национальную историю и культуру. Данный подход США выгодно отличался от политики европейских держав, которые, создавая школы или культурные центры, предлагали курсы по языку, политике и культуре своей страны. Благодаря деятельности миссионеров Америка ассоциировалась со свободой и идеями самоопределения наций, что притягивало народы, которые были колониями Европы или находились под властью Турецкой империи.

Миссионеры сделали культурную дипломатию уникальной деятельностью американцев. В отличие от европейцев они распространяли научные знания и способствовали тому, что многие народности обрели письменность и алфавит. Например, американские миссионеры создали алфавит зулусского языка, который сегодня существует среди народностей на территории ЮАР, Конго и Зимбабве. Они научили многие народы в Африке читать и писать, а также подготовили англо-гавайский, англо-тамильский словари. Именно американские миссионеры познакомили азиатские страны с западной медициной и способствовали созданию в Таиланде системы государственного образования в 1870–1880-х гг. Король Таиланда даже назначил одного из миссионеров куратором высшего образования в Бангкоке. Бизнесмен из Сое-

диненных Штатов Джон Гучер открывал школы для простого населения в Индии, в Корее, Японии и Китае, а Кристофер Роберт на собственные средства создал знаменитый Robert College около Константинополя. Американские миссионеры способствовали изменению положения женщин в обществе, создавая школы для девочек в Греции и Болгарии. На американские частные пожертвования был открыт Женский колледж в Турции в 1871 г.

В итоге деятельность миссионеров подготовила почву для выхода США на международную арену, сломала настороженное отношение местных жителей к американцам и значительно укрепила дипломатические контакты между США и странами в Азии и Африке.

До Испано-американской войны 1898 г. американские проекты в области культуры, науки или образования не замечали в Европе. Однако после войны, когда Куба и Филиппины оказались под протекторатом Вашингтона, США предстали перед европейской дипломатией серьезной державой. Масштабы деятельности США в области культурной дипломатии стали заметными. Например, в 1900 г. 1300 кубинских преподавателей были приглашены в Гарвардский университет для изучения английского языка. В 1908 г. первые 2000 китайских студентов приехали в американские вузы за счет контрибуции, которая выплачивалась Китаем после Боксерского восстания, направленного против иностранного засилья (1898–1901). Оно закончилось в результате военной интервенции международной коалиции государств, в состав которой входили и США. Но в отличие от других стран американцы решили направить свою часть выплаченной китайцами контрибуции на проекты культурной дипломатии. Это также является уникальной чертой культурной дипломатии по-американски. Такое количество иностранных граждан никогда не участвовало в программах культурного обмена европейских держав.

Развитию американской культурной дипломатии способствовала Первая мировая война. Втягивание США в этот конфликт показало, что простые европейцы имеют весьма странные и негативные представления об Америке. Это очень удивило президента В. Вильсона. Он решил воспользоваться проектами культурной дипломатии, чтобы ликвидировать мифы об Америке. Вильсон намеревался убедить европейцев в необходимости прекращения военных конфликтов посредством международной организации, которая разрешала бы все споры и возможные столкновения. Созданный им Комитет по общественной информации способствовал распространению данной идеи в Европе через американские библиотеки и лекции американской профессуры.

Главой комитета стал журналист Дж. Крил, близкий друг президента. Комитет имел в своей структуре пятнадцать отделов и насчитывал около 150 тысяч сотрудников и волонтеров, которые занимались распространением «благой вести об Америке в каждом уголке земного шара». Финансировался комитет из фонда президента и частных пожертвований тех простых американцев, которые понимали значимость новой дипломатии для США.

На плечи Крила и его волонтеров легла тяжелая задача донесения информации о США в Европу. Читальные залы и туры университетской профессуры стали их основными проектами. В 1917 г. около 200 американских лекторов побывали в одной только Франции, чтобы рассказать о политической системе США и об Америке в целом. Уже в 1918 и 1919 гг. американские читальные залы возникли в различных странах Европы, включая Россию, а лекторы из США совершали свои европейские турне. Но этого было недостаточно.

Культурная дипломатия США нуждалась в журналистах и газетах, которые могли бы работать в Европе. Крилу удалось создать нечто подобное современным пулам журналистов, действующих в других странах. Американские офисы во Франции, Швейцарии, Португалии, России, Италии и Испании заработали как основные источники правдивой информации о США. Американские журналисты, которые впервые оказались в Европе, обнаружили, что самая привлекательная черта США – это уникальность политического устройства, американский федерализм и разделение властей. Они стали публиковать выжимки или полные тексты выступлений Вильсона, краткие сообщения о работе Конгресса и политической жизни, об образовании и жизни американцев.

Основным объектом этой деятельности оказались страны, которые вели войну с Германией. По рекомендации послов, а в особенности американского посла в России, Крил стал открывать так называемые прифронтовые библиотеки союзников (*Reading Rooms of Allies*), в которых и солдаты, и мирное население Великобритании, Франции, России и многих других стран могло читать американские книги и журналы.

Анализируя результаты своей деятельности, Дж. Крил указывал, что многие зарубежные издания и население различных стран стали более позитивно относиться к США. Однако после окончания Первой мировой войны Комитет прекратил свое существование из-за отказа Конгресса финансировать подобные программы в странах Европы. Американское общество возвращалось к изоляционизму, и все переговоры Крила с законодателями о

важности культурной дипломатии не дали своего положительного результата.

Однако не все в США трактовали изоляционизм и снижение культурной дипломатии как нечто пагубное. Одним из защитников культурной дипломатии стал будущий президент США, а в 1920 г. глава Комиссии помощи Бельгии Г. Гувер. Он предложил Бельгийскому правительству использовать средства, оставшиеся после работы комиссии, на образовательные обмены между США и Бельгией. Гувер, как и многие американцы, понимал, что США должны играть самую активную роль в мировой политике и продемонстрировать европейским странам универсальность американской жизни. В 1920 г. из Комиссии был образован Американо-бельгийский образовательный фонд для обучения бельгийских студентов в США. В 1920-е гг. одна четвертая часть преподавателей всех вузов, премьер-министр и шесть кабинетных министров Бельгии стали участниками программ обмена. Бельгийские студенты получали около 1 тыс. долл ежемесячной стипендии, а культурная дипломатия США в данном направлении была названа академическими обменами. Более того, представители культурной дипломатии США приобрели опыт использования средств, поступающих в США из других стран, для финансирования обменов. Другими словами, деньги Бельгии снова направлялись в Бельгию. Это был уникальный подход американцев к финансированию культурной дипломатии.

Следующая страница в развитии культурной дипломатии по-американски связана с именем президента Ф. Рузвельта. В 1935 г. служащие регионального отдела Госдепартамента по делам Латинской Америки предложили президенту временно финансировать проекты в области культуры через федеральный бюджет, что было новым для правительства США. Эта инициатива стала реакцией на культурную дипломатию Германии в Латинской Америке и была призвана поддержать политику добрососедства в отношении латиноамериканских государств, которая осуществлялась вашингтонской администрацией. При этом никто не сомневался, что федеральное финансирование программ образования и культуры, которые всегда существовали за счет частных пожертвований и фондов, будет только временной мерой против распространения влияния Германии. Для осуществления программ требовалось согласие латиноамериканских государств. Этот вопрос был успешно решен на конференции государств Латинской Америки в Буэнос-Айресе в 1936 г. Выступая на ней, президент Рузвельт назвал обмены в области образования и культуры методом противостояния фашизму. На конференции президент

произнес известную речь о роли программ в области культуры и образования:

Можем ли мы, республики нового мира, помочь старому миру предотвратить нависшую угрозу? Да, я уверен, что мы можем. И мы собрались здесь, чтобы продемонстрировать единение [западного полушария] и защитить демократическую форму конституционного правительства посредством распространения культуры, образования и свободы слова¹.

В соответствии с подписанными документами двадцать латиноамериканских государств направляли в США на обучение студентов, журналистов и политиков. Впервые появилось межправительственное соглашение между США и группой зарубежных стран – Конвенция о продвижении межамериканских культурных связей – о конкретных программах обмена. Конвенция призвала поощрять тесные отношения между организациями и людьми, которые продвигают взаимопонимание между США и странами Латинской Америки. Наконец, США подписали еще несколько договоров об обмене публикациями, выставками искусства и образовательными фильмами.

В 1938 г. президент Ф. Рузвельт осуществляет еще один исторический шаг – создает Отдел по связям в области культуры в Госдепартаменте для отпора проникновению фашистских идей на американские континенты. В его состав вошли восемь человек, а Конгресс выделил 27 тыс. долл. для осуществления программ. Это была незначительная сумма, но уже в последующие два года она будет увеличена до одного миллиона долларов. Появилась и новая должность в американском дипломатическом корпусе – атташе по культуре – для продвижения проектов в области культуры, образования и информации.

Лекционные туры американской профессуры, создание центров по обучению английскому языку, а также привлечение студентов стали первыми проектами Отдела. Только за 1939 г. правительство создало более 130 фильмов, которые были показаны студентам университетов в таких странах, как Бразилия, Аргентина, Чили, Куба, Мексика, Парагвай и Уругвай. В ответ на действия Германии в системе образования региона США открыли

¹ *Roosevelt F.D.* Address before the Inter-American Conference for the Maintenance of Peace. Buenos Aires, Argentina // The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/208508> (дата обращения 15.10.2021).

230 американских школ. Однако количество американских школ было в три раза меньше, чем количество немецких школ.

В рамках культурной дипломатии США в Латинской Америке сформировалось еще одно направление, которое сегодня существует во многих странах мира – краткосрочные ознакомительные туры в США для лидеров общественного мнения зарубежных стран. В 1940 г. первая группа политиков, профессуры и журналистов из стран Латинской Америки была приглашена для участия в программе обменов, известной сейчас как International Visitor Leadership Program. Участники программы обмена публиковали различные заметки, статьи и книги после возвращения из США. Исходя из отчетов отдела по связям в области культуры, можно заключить, что представители всех имеющихся политических, культурных и образовательных учреждений стран Латинской Америки принимали участие в программах туров и обменов в 1939–1940 гг. За очень короткий промежуток времени сотни представителей министерств, парламентов, банков и университетов стран Латинской Америки посетили США. Подобные программы культурной дипломатии способствовали не только снижению влияния Германии в регионе, но и значительно укрепили экономические, политические и культурные связи между США и латиноамериканскими странами.

Самым удивительным примером работы культурной дипломатии в условиях Второй мировой войны стала «Китайская программа». Она была создана в конце 1941 г. за счет средств Президентского фонда чрезвычайных ситуаций для осуществления академических обменов между преподавателями вузов и студентами США и Китая.

Обстановка в Китае в период войны не была благоприятной для развития программ обмена. На юге базировалось Национальное правительство во главе с Чан Кайши, на востоке обосновались японцы, а на севере – коммунисты во главе с Мао Цзэдуном. «Китайская программа» началась с отправки американских специалистов, обеспечения университетов книгами и журналами. Чан Кайши, со своей стороны, намеревался осуществить послевоенное восстановление Китая силами преданных ему членов партии, подготовленных в США. Он ежегодно направлял в США около 1200 китайских чиновников правительства и молодых членов партии для изучения принципов функционирования заводов, больниц и университетов. Мадам Чан, супруга Чан Кайши, которая жила в США, в 1942 г. лично попросила президента Рузвельта направить нескольких американских журналистов в Министерство информации для обучения китайских коллег. Рузвельт

отреагировал быстро. Уже через несколько месяцев наиболее талантливые журналисты «Нью-Йорк Таймс» и «Вашингтон Пост» прибыли в Китай. Они организовали семинары по журналистике, а также наладили работу нескольких газет. В 1943 г. в США насчитывалось 706 граждан Китая, в 1948 г. – уже 3914. Однако после победы коммунистов в 1949 г. большая часть студентов не вернулась ни в материковый Китай, ни на Тайвань, куда переправилось национальное правительство Китая во главе Чан Кайши. В итоге финансирование «Китайской программы» было прекращено. Однако она создала фундамент для будущих академических обменов между США и материковым Китаем, которые будут возобновлены в 1979 г.

Повествование о культурной дипломатии было бы неполным, если не рассказать об еще одной новации США, ставшей образцом для других стран мира: создание глобальной программы обменов в области культуры и образования, в которой могут участвовать иностранные граждане. Все указанные выше проекты культурной дипломатии являлись региональными и временными. Глобальная программа обменов сегодня известна многим странам как программа Фулбрайта. Идея об интернационализме или о том, что США должны принимать активное участие в международной политике, стала толчком для ее создания. Движение интернационализма в США охватило многих политиков, бизнесменов и общественных деятелей. Активную роль в нем играл сенатор У. Фулбрайт. Он, как и многие другие, верил, что единственной альтернативой будущей войне может стать глобальная организация коллективной безопасности и масштабное распространение идеи о взаимопонимании наций через культурные обмены.

Однако для реализации новой и глобальной культурной дипломатии США требовалось финансирование. В сентябре 1945 г. сенатор У. Фулбрайт инициировал поправку к закону о выплатах зарубежным стран по кредитам и ленд-лизу, предлагая использовать доходы от продажи американского имущества, которое находилось в зарубежных странах после войны, на образовательные обмены. Фулбрайт выбрал удачный момент для реализации своих планов, поскольку ни в Конгрессе, ни в администрации не знали, как поступить с американской собственностью, оставленной в других государствах. Ее стоимость оценивалась от 60 до 105 млн долл. Обратная транспортировка имущества превышала стоимость самого имущества, что было невыгодно.

Сенатор Фулбрайт в студенческие годы, проведенные в Лондоне, подробно изучал вопрос о возвращении долгов союзниками после Первой мировой войны. Эти знания ему пригодились

в деле убеждения сенаторов и обсуждения экономических и технических деталей осуществления программ обменов за счет продажи американского имущества тем странам, в которых оно было оставлено. Сенатор, защищая интернационализм во внешней политике США, утверждал, что теперь Америка должна создать систему коллективной безопасности и экономической взаимозависимости, которая приведет к прекращению войн. В новой международной системе программы обменов, по мысли У. Фулбрайта, будут выполнять функцию ликвидации ксенофобии и культурных барьеров. Участие самых разных народов в программе обмена сформирует образованную элиту, понимающую политическую культуру других стран, и на этом понимании будет основываться система коллективной безопасности. Однако при обсуждении законопроекта оказалось, что конгрессмены не готовы тратить бюджетные деньги на обучение иностранцев. Последние, по их мнению, могут «заразить» американскую молодежь левыми идеями. Поэтому в ноябре 1945 г. сенатор начал лоббирование законопроекта через президента Г. Трумэна. Тот выразил свою поддержку Фулбрайту, Конгресс согласился с законопроектом в августе 1946 г. Так появилась программа обменов У. Фулбрайта, которая сегодня охватывает все страны мира, привлекает миллионы граждан и имеет огромное число копий, созданных другими странами. Появление программы Фулбрайта было обусловлено верой в то, что культурная дипломатия способствует взаимопониманию наций. Данная идея и сегодня отражает суть культурной дипломатии любой страны.

Самым необычным и известным проектом американской культурной дипломатии является проект под названием «Конгресс за свободу в области культуры» (The Congress for Cultural Freedom), который собрал вокруг себя сотни интеллектуалов, писателей, музыкантов из многих стран в период 1950–1960-х гг. Идея заключалась в финансировании многочисленных проектов в области культуры, которые должны были способствовать свободе самовыражения и творческого поиска. Речь шла в основном о Европе, где развернулась «холодная война» за умы и сердца людей. Огромную роль в создании Конгресса и продвижении идеи свободы в культуре сыграл русский музыкант Н. Набоков. Ядром проекта стал знаменитый журнал *Encounter*, который издавался с 1953 по 1990 г. Журнал публиковал новые литературные произведения, возвращал к жизни забытые и реально активизировал культурную жизнь Европы, сделав ее глобальной и космополитичной. Свобода диспута на страницах журнала являлась весомым средством притяжения интеллектуальной элиты, а в культурной ди-

пломатии появилось еще одно важное направление – поддержка творческой интеллигенции.

Культурная дипломатия стала инструментом, который помогал в период «холодной войны» находить взаимопонимание между лагерем социализма и капитализма. Проекты культурной дипломатии со странами социалистического лагеря инициировал президент Д. Эйзенхауэр в 1950-е гг. Долгое время западный и советский блоки не развивали взаимные культурные контакты. Особое похолодание в этой области наблюдалось после окончания Второй мировой войны. Только в 1955 г. администрация Эйзенхауэра предложила программу по осуществлению обменов со странами социалистического лагеря. Министр иностранных дел СССР В. Молотов сначала выразил мнение, что «мы не можем согласиться на так называемые свободные обмены гражданами, которые будут “мутить” общество»², но позже согласился на двухсторонние обмены между США и странами Восточной Европы. Знаменитые программы обменов, которые часто называют *East-West Exchanges*, привели к самым удивительным результатам. Многие будущие политики, экономисты и научные работники из стран Восточной Европы стали участниками программ обмена, что сказалось на улучшении отношений между Западом и Востоком в конце 1980-х гг.

Еще одним уникальным направлением в культурной дипломатии стали обмены между подростками и школьниками. Впервые такое направление появилось после окончания Второй мировой войны в Западной Германии. Оккупационные власти США и лично глава военной администрации, известный генерал и страстный защитник культурной дипломатии Дж. Маклой пытались помочь немецким подросткам, которые оказались в непростой политической и жизненной ситуации. Генерал Маклой был убежден, что личные контакты между немцами и американцами могут стать основой для избавления страны от нацизма. В Конгрессе он не раз говорил, что только программа культурных обменов позволит убедить немецкое правительство и народ принять демократическое развитие своей страны. Он также утверждал, что нельзя ждать быстрых эффектов от программ обучения: «Мы должны оценивать свою политику в области переобучения немецкой молодежи через десять или двадцать лет»³. И действительно,

² Telegram From the Delegation at the Foreign Ministers Meetings to the Department of State // Foreign relations of the United States. 1955–1957. Vol. V. P. 772. URL: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1955-57v05/d367> (дата обращения 15.10.2021).

³ Assisting Germany To Become A Peaceful Country // The Department State Bulletin. 1951. July 2. P. 66.

многие молодые люди, которые участвовали в данной программе, стали знаменитыми политиками. Среди участников были, например, будущие канцлеры Германии Л. Эрхард и Г. Шредер. Подобные программы начали действовать и в других странах, как, например, “Teenager Program”. Созданная президентом Дж. Кеннеди, эта программа ежегодно охватывала около 4 тыс. школьников 14–18 лет, которые получали возможность поучиться в американской школе и пожить в американской семье для изучения повседневной жизни в США в течение года.

Наконец, нельзя обойти вниманием такие проекты культурной дипломатии, как расширение участия самих американцев в различных научных, академических и культурных проектах, а также улучшение знаний американцев о внешнем мире и культуре других стран. Были моменты в истории США, когда вопросы культурной дипломатии оказывались приоритетными в сфере национальной безопасности. Например, в 1958 г. президент Д. Эйзенхауэр выдвинул необычный законопроект о развитии программ в вузах США по изучению зарубежных стран, иностранных языков, а также математики и физики за счет масштабного финансирования из правительственного бюджета. Будущий закон назывался «Образование и национальная безопасность». Запуск Советским Союзом в 1957 г. искусственного спутника земли побудил американское общество заговорить о том, что национальная безопасность и уровень образования взаимосвязаны. В комитетах Конгресса по международным отношениям, образованию и атомной энергетике, куда был представлен законопроект для детального рассмотрения, развернулись серьезные споры. Например, сенатор У. Бентон, издатель Британской энциклопедии, говорил на слушаниях, что уровень образования влияет на мировую политику, а русские библиотеки, лаборатории и методы преподавания в вузах угрожают США больше, чем водородные бомбы. По данным статистики, только в 1954 г. в СССР высшие учебные заведения подготовили 103 тыс. инженеров, что на 7 тыс. больше, чем вузы США. Причем указывалось и на хорошее качество обучения советских специалистов, которые запустили искусственный спутник земли.

В итоге президент Д. Эйзенхауэр подписал в 1958 г. закон «Образование и национальная безопасность», который декларировал, что безопасность нации требует полной реализации интеллектуального потенциала юношей и девушек. Закон обеспечивал федеральную финансовую поддержку для обновления учебных программ. Особое внимание получил проект по развитию знаний американских студентов в области иностранных языков.

В группу наиболее важных иностранных языков вошли китайский, русский, японский и арабский языки. Было создано 53 образовательных центра, в которых американские студенты изучали язык, экономику и политику определенной страны. Более того, за счет федерального правительства американские вузы направляли студентов на стажировки в зарубежные страны, чтобы научиться понимать другие культуры и народы. Данное направление в 1980-е гг. было лично подхвачено президентом Р. Рейганом, который расширил программы по изучению государств Восточной Европы. Закон, санкционировавший программы для американских исследователей, провозглашал, что изучение восточноевропейских стран является необходимым условием для успешного осуществления внешней политики в этом регионе. Университеты США получили дополнительные ассигнования на научные командировки американских ученых и студентов для проведения исследований в государствах Восточной Европы, тем самым создав прочные мосты между ними и США.

Наконец, идея о летних международных школах как части культурной дипломатии стала важным вкладом США в ее развитие. В начале 1950-х гг. в Гарвардском университете будущий советник национальной безопасности, а тогда аспирант факультета государственного управления Г. Киссинджер предложил своему научному руководителю организовать летние школы для европейской молодежи. Идея Киссинджера была уникальной для культурной дипломатии, поскольку подразумевала обучение студентов в период каникул. Основным мотивом стало стремление предоставить образованной европейской молодежи шанс лучше узнать смыслы американской жизни. В своем проекте Киссинджер указывал, что обучение должно демонстрировать, что американские студенты способны рассуждать на абстрактные темы, а не только думать о материальной стороне жизни. Первая летняя школа получила название «Смысл ценностей в технологический век». Проект открыл перед Киссинджером двери в администрацию Д. Эйзенхауэра, где он познакомился с вице-президентом Р. Никсоном, которого приглашал в качестве лектора на семинары летних школ. В итоге будущий известный политик заложил основу обучения зарубежной молодежи через систему летних школ, которая сегодня используется всеми университетами мира.

Культурная дипломатия по-американски – это мозаика самых разных проектов и подходов к взаимодействию США с остальным миром. В отличие от других стран культурная дипломатия США долгое время держалась на частных инициативах и финансировалась из самых разнообразных источников, как, например,

выплаты стран по кредитам. Культурная дипломатия по-американски не была ориентирована на насаждение своего языка и культуры и выдвинула идею о двухстороннем обмене. Культурная дипломатия по-американски – это изобретение самых разных и необычных форм взаимодействия с гражданами других стран: миссионерские школы, в которых обучение местных граждан осуществлялось американцами на их родном языке, летние школы для студентов, поддержка свободного творчества среди деятелей искусства. Наконец, культурная дипломатия по-американски – это масштабность и глобальность по числу участников и стран мира, что остается уникальной чертой и в настоящее время.

Для дальнейшего изучения

- Цветкова Н.А.* Cultural imperialism: международная образовательная политика США в годы «холодной войны». СПб., 2007.
- Arndt R.* The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century. Washington, D.C., 2005.
- Creel G.* How We Advertised America: The First Telling of The Amazing Story of the Committee on Public Information that Carried The Gospel of Americanism to Every Corner of The Globe. L.; N.Y., 1920.
- Johnson W., Colligan F.* The Fulbright Program: a History. Chicago, 1965.
- Ninkovich F.* The Diplomacy of Ideas: U.S. Foreign Policy and Cultural Relations, 1938–1950. N.Y., 1981.
- Pells R.* Not Like U.S.: How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture since World War II. N.Y., 1997.
- Richmond Y.* Cultural Exchange and the Cold War: Raising the Iron Curtain. State College. Pennsylvania, 2003.
- Scott-Smith G.* The Cultural Cold War in Western Europe, 1945–1967. London, 2003.
- Tsvetkova N.* Failure of American and Soviet Cultural Imperialism in German Universities, 1945–1990. Leiden, 2013.
- Yale R.* Cultural Exchanges and the Cold War: Rising the Iron Curtain, N.Y., 2003.

Электронный ресурс

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Тема 2. Говорит и показывает Америка: международное вещание США

Американские способы общения с миром

Америка заговорила с миром тогда, когда правительству и американцам необходимо было объяснить зарубежным странам и обществам то, что происходит внутри страны. Впервые это произошло, когда была опубликована Декларация независимости США. Ее текст содержал первое обращение американцев к мировой аудитории в виде знаменитой фразы: «Представляем на беспристрастный суд всего человечества следующие факты»⁴.

Азбука Морзе оказалась первым подручным средством для распространения информации о США. Выступление президента В. Вильсона на Версальской мирной конференции в 1919 г., где он провозгласил радикальные четырнадцать пунктов об открытой дипломатии, свободе торговли, контроле за внешней политикой и др., транслировалось по миру при помощи азбуки Морзе.

В отличие от других стран, которые использовали возможности радио для проведения информационной деятельности в мире, США не спешили создавать механизм международного вещания. Великобритания, Германия, СССР и другие страны активно общались с миром при помощи радио в 1920-е гг. США, в отличие от них, имели только информационные центры в некоторых странах, которые назывались ЮСИС (United States Informational Centers).

Только в 1942 г. США создали свою первую радиостанцию для осуществления международного вещания под названием «Голос Америки». Радиостанция работала на немецком языке для дискредитации фашизма. Тогда появился и лозунг радиостанции, уже забытый сегодня: «Новости могут быть хорошими или плохими. Мы расскажем вам правду»⁵. Затем радиостанция

⁴ Unanimous Declaration of Independence, passed in the United States Congress, by the representatives of the American people // Library of U.S. Congress. URL: <https://www.loc.gov/resource/rbpe.34604400/?st=text> (дата обращения 15.10.2021).

⁵ VOA Charter, 1976 // VOA. URL: <https://www.voanews.com/> (дата обращения 15.10.2021).

заговорила на французском языке, что привнесло интеллектуализм в международное вещание. На радиостанции работали известные французские писатели, мыслители и философы, такие как К. Леви-Стросс, например. Когда появился русский язык в международном вещании США, известный американский дипломат Дж. Кеннан делал попытки стать ведущим программ на русском языке.

Успехи и неудачи, взлеты и падения международного вещания США связаны с известным Информационным агентством США, которое существовало в один из самых напряженных и трагических периодов новейшей истории – в период «холодной войны». Его создателем был президент Д. Эйзенхауэр, генерал, который знал силу распространения слова еще со времен Второй мировой войны, когда он командовал театром военных действий в Северной Африке, а потом и в Европе. После окончания «холодной войны» ведомство было закрыто, а вместо него был создан двухпартийный Совет управляющих международным вещанием, который координировал деятельность самых разных каналов. Новые политические кризисы и вызовы стали причиной возврата к истокам международного вещания США на новом историческом этапе, и в 2017 г. было создано Агентство США по глобальным медиа. США всегда распространяли по миру не только информацию о своей стране, но и средства для потребления различного контента.

Когда-то телевидение оказалось поворотным пунктом в международном вещании США. Распространение телевидения как новой технологии стало приоритетом в американском международном вещании. США построили 350 мобильных кинотеатров (mobile motion picture units), завезли в различные страны более 6 тыс. проекторов и открыли 210 кинобиблиотек (film libraries). Кроме мобильных кинотеатров и проекторов в международном вещании США появилась Циркорама (Circarama) – набор огромных экранов с изображением под углом 360 градусов. Это новшество было сконструировано компанией “Walt Disney” и часто использовалось правительством на всемирных выставках. На больших экранах иллюстрировались американская жизнь, красота природы и технологический прогресс. Самую большую популярность получали кадры транспортных развязок в США, которые подкупали публику разных стран масштабным технологическим прогрессом американцев. Телевидение позволило США создавать новостные ролики (newreels), которые демонстрировались как короткометражные фильмы. Самым известным и популярным в мире стал 20-минутный ежемесячный

ролик под названием “Our Times”, а позже “Today” и “Washington Correspondent”.

Появление спутникового телевидения в США в начале 1980-х гг. еще раз перевернуло международное вещание. WOLDNET, а именно так называлось спутниковое телевидение, привнесло невиданное в международное вещание: новости и прочий контент теперь мог быть распространен в прямом эфире в самых разных странах. Международное вещание получило способ быстрой передачи информации. Более того, видеокассеты стали еще одним звеном в международном вещании США. В апреле 1985 г. Информационное агентство США сообщило об использовании видеокассет для записи самых интересных политических событий и популярных передач в США и их распространения в других странах. Были открыты free video libraries при ЮСИС, а видеокассеты быстро проникали в зарубежные страны.

Наконец, Интернет сделал американское вещание интерактивным и диалоговым, что подразумевает прямое общение с целевой аудиторией. Никогда ранее международное вещание не имело возможности получать прямой отклик зрителей и слушателей на контент программ. Это позволяет экспертам оценивать ожидания и пожелания зарубежной публики и менять содержание программ и передач.

Самым известным представителем международного вещания остается американский журналист канала CBS и друг президента Кеннеди Э. Марроу. В начале 1960-х гг. президент Кеннеди назначил его директором Информационного агентства США, которое отвечало за международное вещание. Марроу называли человеком, который изобрел правду. Он был непримиримым бойцом с фейковыми новостями, не любил пропаганды и старался сделать американское вещание правдивым информационным каналом. Он оказался единственным журналистом в США, который встал на борьбу с сенатором Дж. Маккарти, политика которого была направлена на преследование коммунистов и предателей в правительственных структурах США. Работая журналистом, он сумел убедить американцев, что деятельность Маккарти угрожает свободе слова в США. Этот эпизод его жизни запечатлен в фильме режиссера Дж. Клуни «Спокойной ночи и удачи» (Good Night and Good Luck). Будучи директором Информационного агентства США, Э. Марроу всегда был против политики США, если она шла вразрез с принципами правды и справедливости. Узнав, например, что готовится операция против Ф. Кастро, или, как ее еще называют, операция в заливе

Свиней, Э. Марроу поставил вопрос перед президентом о том, как подобная акция может быть транслирована зарубежной публике. Он был против расширения присутствия США во Вьетнаме и пытался убедить Джона Кеннеди в том, что не следует направлять военных советников. После убийства президента Марроу некоторое время оставался на своем посту. Однако его непримиримая позиция относительно ввода американских войск во Вьетнам, подорванное здоровье и нападки врагов в Белом доме сделали свое дело: Марроу оставил кресло директора Информационного агентства США. Надо сказать, что американцы не забывают этого журналиста. Сегодня существует особая стипендия правительства США имени Э. Марроу, которая предоставляется журналистам всех стран за честное и объективное освещение событий в мире.

Если вы спросите, когда международное вещание США было самым эффективным, необычным и привлекательным, то ответ может многих удивить: в период администрации Р. Рейгана. Бывший актер, ведущий спортивных передач, президент был глубоко вовлечен в работу международного вещания и стремился применять информацию на всех направлениях внешней политики США. Он умел обозначить стратегические цели своей внешней политики и, в отличие от многих других президентов, успешно их реализовывал. Именно в годы администрации Р. Рейгана в международном вещании было использовано спутниковое телевидение. Это сделало возможным осуществлять вещание в прямом эфире на всех континентах. Рональд Рейган был прямым человеком, и девизом его информационной политики стал лозунг «убедить мир в превосходстве американской системы» (to convince the world of the superiority of the American system). В отличие от многих других президентов он мыслил масштабно и действовал в соответствии со своими масштабными замыслами. При его администрации стали использовать юмор и иронию как средство информационного противостояния с коммунизмом. Президент Р. Рейган известен своим интересом к советским анекдотам. Сегодня сохранилось немало видео, на которых президент пересказывает советские анекдоты и делает это профессионально. Откуда такой интерес? Дело в том, что в 1982 г. американские эксперты предложили президенту использовать юмор, шутки и анекдоты в информационных кампаниях. Международное вещание и печатная продукция были наполнены пересказами анекдотов, а данный подход получил название «мягкое раскручивание» (soft pedaling), что подразумевало раскручивание информационного давления.

Печатное слово, радиослово и телеслово США

Журналы были и остаются одним из важнейших смыслов диалога между США и мировой аудиторией. История полна примеров, когда печатное слово не только изменяло отношения между государствами, но и оказывало влияние на развитие страны. Газета “*Neue Zeitung*”, созданная США в Германии после Второй мировой войны, сформировала из бывшей нацистской страны демократическую нацию, дружественную в отношении США. Чтобы наладить новую политическую жизнь в немецком обществе и искоренить нацизм в сердцах и душах выживших немцев, США создали эту газету по образу издания “*The New York Times*”. Это был один из самых ярких и удачных проектов. Правительство потратило немало сил, чтобы найти в США тех немецких иммигрантов, которые когда-то занимались журналистикой, но бежали из гитлеровской Германии. Многие из них не хотели возвращаться даже в освобожденную Германию и убеждали правительство США, что из этой затеи ничего не получится, поскольку невозможно будет создать свободную прессу в Германии. Однако американские журналисты, находившиеся в числе служащих американской военной администрации в Германии, все же создали новую газету и привлекли к ее работе немецких журналистов-иммигрантов. “*Neue Zeitung*” оказалась одной из самых популярных в Германии. Уже через год после создания ее читали от 8 до 10 млн немцев. Популярность газеты об Америке, жизни американцев, политике и спорте была обусловлена тем, что контент создавался немецкими журналистами с необычным бэкграундом: они знали два языка, понимали две культуры и жили в двух странах. А потому могли представить немецким читателям особенности Америки на понятном им языке. В этом была причина невероятного успеха газеты.

Масштабные информационные кампании для продвижения какой-то идеи в мире являются более важным изобретением, предложенным США. Сегодня данный подход используется всеми странами и носит название *political advocacy*. США доказали всему миру, что слово может изменить политику, ликвидировать недопонимание между политиками и народами и, наконец, изменить мир.

Например, в 1950-е и 1960-е гг. угроза атомной войны стала реальностью, поскольку многие страны уже обзавелись атомной бомбой. Более того, после атомных бомбардировок в Японии

в 1945 г. имидж США оказался не самым благоприятным. Американцы решили убедить мировое сообщество, что атом может служить мирным целям, а США являются той страной, которая способна повести за собой других по пути разоружения. Тема «За мирный атом» (Atom for Peace) была интегрирована во все возможные информационные материалы и новости. Известное выступление президента Д. Эйзенхауэра со словами, что «США обещают разрешить пугающую атомную дилемму – найти способ, который заставит это удивительное изобретение служить не смерти, а жизни», облетело весь мир⁶. Быстрое и масштабное распространение информации оказалось возможным благодаря участию 300 частных американских компаний, которые напечатали миллионы копий печатной продукции и сняли несколько фильмов. Данная информационная кампания сформировала широкое международное движение, известное как «За мирный атом», к которому присоединились правительства всех стран, включая СССР. В итоге это привело к началу переговоров, а позже заключению договора об ограничении испытаний ядерного оружия.

Другим примером информационных кампаний является польский вопрос начала 1980-х гг. В 1981–1982 гг. Польша оказалась в состоянии экономического кризиса. Там начались демонстрации. В итоге власти ввели чрезвычайное положение. Возникла угроза ввода советских войск. Чтобы оградить население от возможного силового давления, президент Рейган мобилизовал общественное мнение в глобальном масштабе, сделав вопрос о Польше мировой проблемой. Был подготовлен фильм о Польше (Let Poland Be Poland) и распространен по всем странам мира, что привлекло международную общественность к ситуации в стране. Президент лично попросил премьер-министра Великобритании М. Тэтчер, канцлера Германии Г. Коля, а также различных американских и зарубежных звезд киноиндустрии выступить с обвинениями в адрес польского правительства. Известная шведская группа «АББА» записала обращение к полякам и передала деньги на помощь бедным слоям населения. Это стало стимулом для сбора средств в США и в мире в целом. В итоге была остановлена военная интервенция СССР, а кризис в Польше послужил основанием для открытой деятельности движения «Солидарность» Л. Валенсы и подобных движений в других странах Восточной Европы.

⁶ Address by Mr. Dwight D. Eisenhower, President of the United States of America, to the 470th Plenary Meeting of the United Nations General Assembly, 8 December 1953 // IAEA. URL: <https://www.iaea.org/about/history/atoms-for-peace-speech> (дата обращения 15.10.2021).

Куба представляет особый случай в международном вещании США. После Кубинской революции вещание из США почти прекратилось, не считая различных листовок и пересылки литературы. Молчание между близкими соседями длилось до прихода в Белый дом президента Р. Рейгана. Оно было прервано посредством создания радиостанции «Марти». Вещание не одобрялось правительством Кубы, и Ф. Кастро обещал заглушить радиосигнал. Президент Рейган был к этому готов и придумал идею, которая остановила Ф. Кастро от подобной политики. Радиопередача «Family Brigade», которая передавала личные сообщения кубинцев, иммигрировавших в США, своим родственникам, живущим на Кубе, создала широкую известность радиостанции на острове. Американские кубинцы использовали бесплатный номер телефона в США и наговаривали свои послания, которые направлялись в эфир. Популярность передачи остановила Ф. Кастро от закрытия вещания радиостанции на острове.

Международное вещание способно улучшить отношения между странами и даже изменить мировую политику. Первым таким примером может служить пресс-конференция между президентом Р. Рейганом, канцлером Г. Колем и американскими и немецкими астронавтами в декабре 1983 г., которая транслировалась через спутниковое телевидение. Более 20 млн немцев смотрели данную конференцию, не отрываясь от телевизоров, а немецкое издание *Die Welt* назвало данное событие техническим чудом. Эффект был предопределен: США сумели восстановить свой имидж после периода 1970-х гг., когда простые европейцы выступали против размещения американских ядерных ракет и существования НАТО.

Спутниковые каналы стали средством для окончания периода «холодной войны». Телевидение оказало значительное влияние на внимание зарубежной публики к историческим саммитам между М. Горбачевым и Р. Рейганом в 1980-е гг. Все началось с того, что необычный имидж нового советского руководителя, его расслабленный стиль разговора, образ его молодого министра иностранных дел, а также поведение первой леди стали вызовом для Р. Рейгана. Неожиданно для США инициативы нового советского руководителя об одностороннем моратории на размещение ракет средней дальности в Европе или его инициатива о мирном использовании космоса (Star Peace) вместо американской программы «Star Wars» начали формировать повестку дня в международном вещании и заняли первые полосы различных изданий. Мир ожидал реакции США на изменения в риторике советского лидера. Был предложен саммит – встреча лидеров двух стран.

Первая встреча в Женеве не привела ни к каким реальным договоренностям, но оказала значительное влияние на окончание периода противостояния. Благодаря спутниковому телевидению, показу каждодневных деталей (хореографии) саммита о неформальном общении между лидерами и первыми леди усилились ожидания среди населения многих стран относительно возможного окончания холодной войны. Около 1 млрд людей в мире смотрели детали конференции, которые транслировались через WorldNET. Близость простых людей к большой политике через спутниковые каналы позволила зрителям поверить, что наступит прорыв в отношениях между супердержавами. Лидеры США и СССР со своей стороны отреагировали на эти ожидания и сформировали новый фундамент в культурной дипломатии: взаимопонимание между странами было дополнено тезисом о сотрудничестве в культуре, образовании и информации как основе для выживания всего человечества (cooperate for the benefit of mankind).

Кино мультипликационное и документальное

Мультипликационные фильмы стали еще одним американским нововведением в международном вещании. Самый первый пример относится к периоду Второй мировой войны. Перед США стояла задача победить пропаганду Германии в странах Латинской Америки. По личной просьбе Н. Рокфеллера, который был не только близким другом президента Ф. Рузвельта и бизнесменом, но и занимал в те годы новую должность в правительстве – The Coordinator of Inter-American Affairs – компания “Walt Disney” сняла мультипликационный фильм, позже ставший известным во всем мире как «Салют, друзья» (Saludos Amigos). Идея нескольких мультфильмов, объединенных одним названием, заключалась в ознакомлении героев (олицетворение американцев) со странами Латинской Америки. Мультфильмы демонстрировали крепкую дружбу между США и странами-регионами, стали популярными в регионе и ориентировали зрителей на северного соседа, а не на Германию. Другой известный пример использования мультфильмов в международном вещании – “Tom Schuler, Statesman, Cobler”. Данный мультипликационный фильм повествует о подвиге простого американца, который стал основой для обретения государственной независимости первыми 13 колониями в США. Мультфильм предназначался изначально для европейской публики с целью подтолкнуть Европу к объеди-

нению и созданию Европейского союза. Однако его популярность вышла за пределы Европы, и мультфильм демонстрировался во всех странах мира и на протяжении долгого времени.

Международное вещание США выдвинуло идею о тематических документальных фильмах, которые отражали проблему, продвигали идеи или отражали исторические события. Сегодня эксперты многих стран согласны, что документальное кино является самым убедительным средством для целевой аудитории. Телеканалы многих государств, такие как “DW”, “RT” или “ССТV” используют данный подход. Например, во время Второй мировой войны правительство взаимодействовало с различными киностудиями для создания фильмов о США. Самым типичным примером можно назвать фильм «Город» (*The Town*), который иллюстрировал образ жизни маленьких городков США. Позже идея популяризации американского образа жизни будет воплощена в таком тележанре, как иллюстративная география, история и повседневная жизнь американцев (*This Is the United States*).

Необходимость поддержания дружественных отношений между США и СССР в годы Второй мировой войны послужила основой для создания американских фильмов о позитивном образе России. Таким примером может служить история, связанная с фильмом «Миссия в Москву». Фильм был призван настроить американскую общественность в пользу сотрудничества с СССР и показать, что Советский Союз – союзник, на которого можно положиться. В 1943 г. Ф. Рузвельт решил преподнести в подарок советской стороне этот фильм. «Миссия в Москву» – просоветский фильм, основанный на событиях, связанных со службой американского посла Дэвиса в СССР. В фильме есть сюжеты, которые идеализируют советскую жизнь 1930-х гг. В нем также в идеализированном виде был показан американский стиль жизни. По словам братьев Уорнеров, создателей фильма, картина представляла собой «выгодную ложь во имя политических целей, блестяще скрывающую важные факты с полным или частичным знанием об их неправильном представлении»⁷. Владелец киностудии «Уорнер Бразерс» братя Гарри М. и Джек Л. Уорнеры долго сопротивлялись предложению президента о создании просоветского фильма. Фильм об СССР мог поставить под удар доходы компании. Только после длительных уговоров со стороны президента и заверений о том, что фильм откроет советский рынок для американского кино, братья Уорнеры согласились принять уча-

⁷ Radosh R. A Great Historic Mistake: The Making of “Mission to Moscow” // *Film History*. 2004. Vol. 16. No. 4. P. 359.

стие в создании фильма. Внутри США фильм вызвал и бурную критику, и одобрение. Многие критики утверждали, что фильм был мудрой попыткой Ф. Рузвельта и студии «Уорнер Бразерс» противостоять недоверию со стороны советского союзника. После частного показа «Миссии в Москву» в Кремле Сталин и вся советская элита с энтузиазмом восприняли фильм. Было принято решение о его открытом показе на территории Советского Союза. Фильм вызвал большой интерес советских зрителей. В газете «Правда» и других советских изданиях публиковались восторженные отзывы зрителей. С выходом на советские экраны «Миссии в Москву» наметилась либерализация политики СССР в сфере кино. После десятилетия отсутствия американского кино в Советском Союзе американские фильмы вновь стали появляться на экранах.

США первыми стали использовать беженцев из соцлагеря для создания фильмов, дискредитирующих политику Восточного блока. Например, в фильме «Моя Латвия» (*My Latvia*) грустную историю страны рассказывали иммигранты. Такие фильмы привлекали мировую общественность к судьбе малых народов и стран. Появились документальные фильмы о представителях культуры и искусства, которые сумели бежать из восточного лагеря. Известный фильм «Танец к свободе» (*Dance to Freedom*) показал судьбу известных венгерских представителей балета, которые бежали в США.

Документальные фильмы о жизни и судьбе известных личностей Америки стали еще одним нововведением в международном вещании. Фильм о президенте Д. Эйзенхауэре (*The Life of Eisenhower*) является самым классическим примером. Очень быстро такие фильмы переросли в фильмы о президентских избирательных кампаниях, которые привлекали значительное внимание зарубежной публики. С момента использования телевидения для демонстрации президентских дебатов международное вещание обогатилось самым привлекательным контентом о США. Известные дебаты между кандидатами в президенты Джоном Кеннеди и Ричардом Никсоном были показаны в различных странах мира. Они настолько привлекли внимание публики разных стран, что Информационные центры США позволили ведущим местным каналам комментировать дебаты прямо из ЮСИС, что было сделано впервые. Использование огромных экранов позволило США сделать еще один шаг на пути распространения информации. Экраны впервые были выставлены на улицах многих городов, где воспроизводились дебаты между кандидатами в президенты. Шоу и новое лицо американской политической систе-

мы в виде Джона Кеннеди привлекало толпы зрителей. Благодаря спутниковому телевидению, американские информационные центры в зарубежных странах изменили ритм своей жизни: устраивались завтраки, обеды или ужины с приглашением местных гостей для просмотра важных сюжетов американской политической жизни: президентские дебаты, выборы в Конгресс, голосования на местах. Оказалось, что федеративное устройство США, когда каждый штат имеет право на принятие местных законов и проведения самостоятельной политики, а также шоу избирательных кампаний привлекает зрителей больше всего.

Международное вещание США переживало разные времена. Порой кризисы внутри страны и во внешней политике, конфликты и войны или череда военных операций требовали от международного вещания создания несовершенной информации, которая отвергалась целевой аудиторией многих стран. Так было, например, во время начала антитеррористической военной операции США в Афганистане и Ираке в начале 2000-х гг., когда была проведена провальная информационная кампания о жизни мусульман в США под названием “Shared Values”. Так было с Войной во Вьетнаме, которая поставила международное вещание в тупик относительно освещения происходящих событий, гибели мирного населения и пр. Имидж США в мире был испорчен до такой степени, что президент Л. Джонсон, который начал полномасштабную операцию во Вьетнаме в 1965 г., просил экспертов «Голоса Америки» не приносить ему больше сводок о падении числа слушателей и имиджа Америки. Вьетнам обозначал длительный кризис в международном вещании на многие годы вперед. Покидая эту страну, директор Информационного агентства США с горечью отметил, что «Вот все те сердца и умы, которые, по нашему мнению, мы покорили»⁸.

Выходом из кризиса стали фильмы о первой леди президента США Жаклин Кеннеди, а позже о роли женщин в жизни общества, а еще несколько позже о детях. Американцы выходили из информационного кризиса при помощи формирования гуманного образа нации (rehumanizing America). Возросшее недоверие к информации о США стали заменять фильмы об известных женщинах и обучении детей. Международное вещание приобрело еще один очень существенный механизм выхода из кризиса, который потом неоднократно использовался многими странами: использование наиболее доверительного бренда для улучшения об-

⁸ Cull N. The Cold War and the United States Information Agency. N.Y., 2013. P. 348.

раза всей нации. Такой же подход отлично сработал, когда бренд нового и необычного президента Б. Обама улучшил имидж США на десятки пунктов в странах Ближнего Востока. Затем эксперты Информационного агентства создали телепроект, который соединил самых известных зарубежных детских писателей и учителей с образовательными передачами для детей всех континентов мира. В США были приглашены писатели и учителя из самых разных стран. В итоге появилась известная передача “Reading Rainbow”, которая охватила детей многих стран мира. Этот подход снова повернул зарубежную аудиторию к Америке.

Американское международное вещание звучало на 31 языке мира, охватывало 84 страны мира и достигало ушей и глаз 500 млн человек в неделю до начала 1990-х гг., что является несомненным успехом. Сегодня международное вещание США звучит на 56 языках и при использовании всех возможных средств распространения информации и сети Интернет достигает почти всех стран, но охват аудитории составляет порядка 345 млн в неделю.

Успех международного вещания основывается на использовании и передаче технологий. США несли свое слово по миру вместе с новым оборудованием в виде мобильных кинотеатров, белых экранов и телевизоров, проекторов и циркорамы, спутникового телевидения и сети Интернет. Вместе с тем США придумали и много интересных подходов для убеждения зарубежной аудитории: создание журналов, документальных кино, библиотек для чтения книг и просмотра кино, проведение глобальных информационных кампаний, демонстрация американских избирательных кампаний и идей федерализма, использование юмора и иронии, а также популяризация образа президента и первой леди.

Для дальнейшего изучения

Цветкова Н.А., Федорова И.В. Преемственность и новые направления публичной дипломатии Д. Трампа (2017–2018) // Россия и Америка в современном глобальном мире: Сб. докладов XXVII Российско-американского семинара в СПбГУ / Под ред. Б.А. Ширяева, Н.А. Цветковой, К.В. Минковой, Ю.К. Богуславской. СПб., 2020. С. 198–200.

Cull N.J. The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy: 1945–1989. Cambridge, 2008.

- Cull N.J.* The Decline and Fall of the United States Information Agency: U.S. Public Diplomacy, 1989–2001. N.Y., 2012.
- Cull N.J.* Speeding the Strange Death of American Public Diplomacy: The George H.W. Bush Administration and the U.S. Information Agency // *Diplomatic History*. 2010. Vol. 34. No 1. P. 47–69.
- Granville J.* Radio Free Europe's Impact on the Kremlin in the Hungarian Crisis of 1956: Three Hypotheses // *Canadian Journal of History*. 2004. Vol. 39. No 3. P. 515–546.
- Hixson W.* Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945–1961. London, 1997.
- Pittaway M.* The Education of Dissent: The Reception of Voice of Free Hungary, 1951–1956 // Mitter R., Major P. *Across the Blocs: Cold War Cultural and Social History*. London, 2004. P. 97–116.
- Tobia S.* Advertising America: VOA and Italy // *Cold War History*. 2011. Vol. 11. No 1. P. 27–47.
- Sorensen T.* The Word War. The Story of American Propaganda. N.Y.; London, 1968.
- Tsvetkova N.* Dealing with a resurgent Russia: engagement and deterrence in us international broadcasting, 2013–2019 // *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*. 2019. Vol. 12. No 4. С. 435–449.
- Wilson P., Dizard Jr.* *Inventing Public Diplomacy: The Story of the U.S. Information Agency*. Boulder, 2004.

Электронный ресурс

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Тема 3. Дипломатия искусства США как язык международного общения

Дипломатия искусства или дипломатия через искусство – это особый вид взаимодействия между странами, который осуществляется через выставки, гастроли музыкальных и танцевальных коллективов и иные проекты представителей самых разных жанров искусства. Казалось бы, такая дипломатия должна охватывать ограниченный круг людей – любителей театров и концертов. Однако нет. История доказала, что концерты, выставки картин и книг привлекают больше людей, чем все другие формы культурного обмена. Более того, дипломатия искусства способна очень быстро, в отличие от других видов деятельности, сформировать положительный образ страны. Неформальное общение между представителями мира искусства и посетителями различных культурных мероприятий создают гамму новых впечатлений и разрушают все возможные негативные эмоции у представителей разных стран.

Понимание значения дипломатии через искусство пришло к США только в 1960-е гг., когда уже звучали американские джазовые концерты по всему миру, театры обменивались постановками, а представители искусства общались со своими фанатами после концертов в разных странах. Оказалось, что только через искусство, которое не требует знания языка, возможно формирование самых тесных контактов между людьми. В американских правительственных документах это стало называться как контакты на уровне души (soul-to soul contacts). История оставила многочисленные примеры того, как артисты из США организовывали неформальное общение с публикой. Экспромтом и без всякой связи с политикой, что приносило невиданные дивиденды для дипломатии. Например, в одном из отчетов о концерте “New York Pro Musica” в СССР было указано, что коллектив установил неожиданно тесные взаимоотношения с посетителями концерта, причем охват составлял более 300 человек. Многие американские артисты оставляли свои впечатления о зарубежных гастролях, подчеркивая неожиданный эффект взаимодействия. Например, известные джазовые исполнители “University of Illinois Jazz Band”, выступая в одном из финских университетов, устроили

импровизированное исполнение (jam sessions) с местными музыкантами, что создало атмосферу дружбы между американскими и финскими участниками. Музыка, балет, опера, книги и выставки соединяли людей крепче, чем все другие формы культурной дипломатии.

Однако дипломатия США через искусство пробивала себе дорогу в течение очень долгого времени. Первым примером такой дипломатии можно назвать частный тур художника Б. Уэста (Benjamin West), который в 1760 г. отправился в Великобританию из Пенсильвании, чтобы показать достижения американской живописи и почерпнуть новые идеи европейского искусства. Его визит привел к тому, что Уэст стал президентом академии живописи в Великобритании (the Royal Academy), а позже воспитал целую плеяду американских художников (John Singer Sargent, James Whistler, and Mary Cassatt), которые ездили из США в Париж или Рим, чтобы обучаться у самых знаменитых художников. Картины Уэста пришлись по душе английскому королю Георгу III. Он назначил его своим художником при дворе. Уэст оказался успешным художником. Его картина «Смерть генерала Вольфа» (The Death of General Wolfe), которая была посвящена войне между Англией и Францией за колонии в Северной Америке, была многократно репринтована. Принты стали первым успешным проектом в области изобразительного искусства и принесли доход художнику.

Но данный пример скорее исключение, чем правило. США долгое время оценивали искусство (fine art) как часть технологического прогресса или частное занятие по интересам. Деятельность театров, оркестров и пр. требовала профессионалов, которых можно было найти только в Европе. Поэтому в середине XIX в. дипломатия искусства нашла себя в международных выставках и в политике по продвижению имиджа страны. Первая международная выставка в Лондоне 1851 г., которая собрала не только представителей различных компаний, но и деятелей культуры многих стран, показала силу демонстрации работ скульпторов, художников и архитекторов. США заинтересовались этой идеей и повернули ее в сторону демонстрации особенностей Америки и ее развития.

Престиж, установление торговых связей и демонстрация уникальности США были причинами организации выставок на территории США. Первая – это выставка в Филадельфии в 1867 г., а вторая – всемирная выставка в Чикаго в 1893 г. Именно тогда был сформирован образ США как лидера массового производства. Название выставки в Филадельфии подчеркивало взгляд Америки на искусство – “International Exhibition of Arts, Manufactures

and Products of the Soil and Mine”, а искусство смешивалось с новинками архитектуры и строительных технологий США. Эkleктика была эмблемой первых выставок в США. Сегодня подобный подход известен как *place branding*, что позволяет странам продвигать бренды городов и стран. Американцам удалось показать Европе привлекательность Соединенных Штатов, но как потенциального центра предпринимательства. Чикаго, пострадавший от пожара, был существенно перестроен для проведения выставки. Новый город и выставка сделали Чикаго промышленным центром США. Должно еще было пройти время, чтобы американское искусство заработало на страну.

Американское искусство пришло в мир через фотографию. В 1955 г. фотограф Эрик Стейхен (Eric Steichen) при поддержке правительства США организует передвижную выставку из 500 фотографий – “The Family of Man”. Их сделали 270 любителей-фотографов из 78 стран. Выставка открывалась фотографией нашей Вселенной, а затем зрители видели фотографии Земли и жизни простых людей по всему миру, картины рождения детей и материнства, детства и взрослой жизни, учебы, старения и смерти. Разные судьбы и линии самовыражения личности показывали разнообразие жизни человека. Фотографии были и огромными, и очень маленькими, а подписи под ними содержали отрывки из текстов всех религий мира и самых известных писателей и политических деятелей. Слова племени индейцев сиу стали лозунгом выставки (на русском, а потом на английском) “Behold this, also love it! It is very sacred and you must treat it as such”⁹. Фотографии содержали и сцены из международной жизни: восстание в ГДР 1953 г., кадры корейской войны 1950 г., и др. Завершалась выставка панорамной фотографией заседания Генеральной Ассамблеи ООН. По отзывам экспертов, фотографии и их расстановка создавали необычную позитивную энергетику единства всех стран и народов. Выставка сформировала мосты между разными народностями и транслировала новую для того времени идею – «все мы очень разные, но, вместе с тем, все мы люди, живущие на этой планете»¹⁰.

Выставка стала очень популярной, а люди от Гватемалы до Москвы стояли часами в очередях. Почему? Создатели выставки умело транслировали универсальные ценности, человечность при полном отсутствии политизации. Первым городом, который принял выставку, стал Берлин, разделенный на четыре сектора

⁹ Cull N. The Cold War and USIA. N.Y., 2013.

¹⁰ Ibid.

между странами-победительницами. Чтобы посмотреть фотографии, люди стояли в очередях по 4–5 часов. В Германии выставке дали «народное название» как «чудо на Steinplatz» – по названию улицы, где была размещена выставка. А в памяти она осталась как «полная история человечества» (the whole story of mankind). До 1962 г., когда выставка была прекращена, она объехала более 90 городов в 38 странах. Затем ее перевезли в Люксембург, в родной город рождения ее главного вдохновителя. Она находится там в Замке Клерво и поныне. В 2004 г. выставка получила статус всемирного наследия ЮНЕСКО, что является признанием огромного значения для миллионов граждан.

Если американские фотографии не вызывали вопросов со стороны публики, то работы американских художников и абстрактное искусство часто приводили в смятение не только зарубежную публику, но и американцев. В 1946 г. новый отдел по информационным и культурным программам в Госдепартаменте (Office of International information and cultural affairs) получил в наследство финансовые средства, оставшиеся от деятельности Офиса военной информации. Последний занимался вопросами распространения информации в годы Второй мировой войны. Эти деньги решено было потратить на покупку 79 картин американских художников, таких как Бен Шан (Ben Shahn), Джейкоб Лоуренс (Jacob Lawrence), Ясуо Куниёси (Yasuo Kuniyoshi). Все художники были американцами, но в недавнем прошлом эмигрировавшими из самых разных стран. Их стиль живописи также был разным, сочетавшим в себе реализм с экспрессионизмом и абстракционизмом. Разнообразие в происхождении художников и жанрах их творчества было основным принципом для формирования передвижной выставки картин.

Выставка называлась «Продвигая американское искусство» (Advancing American Art). Был устроен предварительный показ в музее современного искусства в Нью-Йорке, который получил самые позитивные отзывы жителей космополитичного города. Затем для распространения идей американского искусства выставку разделили на две части. Одна часть выставки поехала в Европу, а другая направилась в Латинскую Америку. И здесь случился неожиданный казус, который был вызван недовольством картинами со стороны самих американцев. Многие картины показались провокационными для зарубежной и не-ньюйоркской публики. Выставки привлекли внимание традиционалистов и консерваторов, которые усматривали в картинах слишком открытые эмоции. Американский журнал “Look” обратил внимание на картину Куниёси под названием “Circus Girl Resting” и начал

кампанию критики против выставки. Противники заявляли, что данная выставка – это провокация коммунистов, нацеленная на развращение молодежи. Консерваторы подчеркивали, что на международном рынке необходимо демонстрировать американскую пищевую промышленность, а не музыку и живопись, чтобы сдерживать идеологию коммунистов. Накал страстей был настолько силен, что президенту Г. Трумэну, в администрации которого родилась идея о выставке, пришлось дистанцироваться от нее и заявить, что «если это искусство, то я готтентот»¹¹ (if that is art, then I am a Hottentot). Глава отдела по информационным проектам и культурным связям У. Бентон (W. Benton) был вынужден отправить в отставку служащего, ответственного за дипломатию искусства. Выставка была отозвана из разных стран, а картины приобрел Обернский университет в штате Алабама (Auburn University). Они до сих пор находятся в художественной галерее этого университета. Однако выставка сделала свое дело: оказалось, что в странах Восточной Европы выставка воспринималась как символ свободы, получив самые положительные отзывы от жителей Праги, которые успели ее посмотреть перед коммунистическим переворотом в 1948 г. Более того, выставка познакомила художников разных стран с абстракционизмом.

Абстрактное искусство США долгое время вызывало отторжение со стороны коммунистических стран. Свобода и раскрепощенность, отсутствие народного реализма являлись основной причиной для отказа в проведении выставок. Интересным примером является реакция Китая на американское искусство. После нормализации отношений между США и КНР в 1970-е гг. американское правительство в 1981 г. предложило Пекину открыть выставку Дж. Поллака (Jackson Pollack) и других приверженцев абстрактного искусства. Однако власти Китая не захотели показывать тринадцать картин из числа предложенных американцами. США в лице директора Информационного агентства Ч. Вика (Ch. Wick) заговорили о возможности закрытия всей выставки. Китай, чтобы не портить политические отношения с США, оставил картины.

Тогда это помогло донести американское искусство до жителей КНР. Однако эта же тактика уже не сработала в 1987 г. Правительство США привезло выставку в КНР из Националь-

¹¹ Это слово использовалось долгое время в политическом лексиконе, чтобы обидеть человека, которого сравнивали с одним из необычных племен в Африке. Президент играет этим словом, поскольку его никак нельзя назвать готтентотом. Слово придумали колонисты из Нидерландов.

ной портретной галереи в Вашингтоне. Китай наотрез отказался выставлять портрет генерала Маккартура (имя и фамилию на английском), утверждая, что его действия были оскорбительными для Китая. В 1940–1950-е гг. генерал Маккартур возглавлял оккупационные власти США в Японии и принимал участие в Корейской войне (1950–1953). Он являлся сторонником военной интервенции в КНР, чтобы прекратить помощь Китая Северной Корее. Этому китайцы не забыли. Переговоры о выставке не привели к положительному результату. В итоге она была отозвана. Чарльз Вик тогда сказал журналистам, что «мы не можем одновременно бороться за демократию и позволять принижать демократию посредством цензуры»¹².

Читатель, разбирающийся в искусстве, хорошо знает, что музыка США и американский джаз являются визитной карточкой США. Это верно, но не все так просто. «Джазовая дипломатия» не сразу смогла интегрироваться в культурную дипломатию США, несмотря на популярность таких исполнителей, как Диззи Гиллеспи (Dizzy Gillespie), Бенни Гудмэн (Benny Goodman), Луис Армстронг (Louis Armstrong), Дюк Эллингтон (Duke Ellington) и Дейв Брубек (Dave Brubeck). Очень долго сами американцы отрицали необходимость туров джазменов в зарубежные страны, считая, что джаз не является тем видом искусства, которое надо демонстрировать публике. Считалось, что джазовая музыка может создать искаженный образ США. И вообще – это не искусство. Хотя еще до того момента, когда Л. Армстронг покорила Европу, а Д. Гиллеспи объездил полмира по просьбе президента США, европейцы слышали американских музыкантов. Например, танцующего и играющего на банджо музыканта Джоуэла Суини (Joel Walker Sweeney). Его ансамбль “Old Joe’s Minstrels” покорила королеву Викторию в 1843 г., а в 1872 г. другой коллектив – “Fisk College’s Jubilee Singers” – привез в Европу мелодии, которые стали основой известного нам джаза. Слушателями американской музыки, в числе прочих, вновь оказались королева Виктория и ее премьер-министр Гладстон.

И только в декабре 1955 г. мир впервые услышал на радиостанции «Голос Америки» Д. Эллингтона и самую известную его композицию “Take the A-Train”, ставшую хитом всех времен и народов. А затем зазвучал голос легендарного комментатора и музыкального эксперта У. Коновера (Willis Conover). Эффект был потрясающим: не новости и не рассуждения о коммунизме и либерализме, а музыка! Причем музыка новая и необычная для

¹² Цит. по: *Cull N.* Op. cit. P. 470.

большинства стран мира стала самым популярным контентом американской радиостанции. «Голос Америки» получал до тысячи писем в месяц от фанатов во всем мире с просьбой расширить музыкальный ассортимент. Это привело к созданию передачи “Music U.S.A.” – “Jazz Hour”, которая оказалась самым востребованным продуктом музыкальной дипломатии США на долгие годы. Музыка разрушала железный занавес и, как утверждают многие историки, способствовала завершению холодной войны.

Почему вдруг данный музыкальный жанр, критикуемый многими американцами, вызывал положительные эмоции у людей разных стран? Оказалось, что джаз соединил одноэтажную Америку с жителями таких же маленьких городков во всем мире. Джазмены не были носителями высокой элитарной культуры. Они показали Америку простых американцев. Но самое главное: они сформировали у людей по всему миру ощущение сопричастности Америке, где никто из них никогда не был.

Политики осознали, что музыка способна очень быстро менять международный имидж США в лучшую сторону. Показательным примером может служить концерт симфонического оркестра из Лос-Анджелеса в далекой Исландии. Население стало выступать против американской военной базы, и чтобы как-то снизить накал страстей и показать другую Америку, в 1955 г. в Исландию приехали американские музыканты. В один момент мнение исландцев относительно военной базы поменялось на прямо противоположное. Однако часто музыкальные проекты США становились заложниками политических или региональных распрей. Конфликт между Индией и Пакистаном стал наглядным тому подтверждением. В 1957 г. власти Пакистана потребовали у американского посольства организовать концерт джазовой музыки, подобный тому, который был устроен в Индии. Это позволило бы Пакистану не чувствовать себя ущемленным по сравнению с Индией.

Мировое турне Д. Гиллесли, которое было поддержано лично президентом Д. Эйзенхауэром, стало самой значимой вехой в осуществлении музыкальной дипломатии. Музыканта, уже известного во многих странах мира, критиковали внутри США. Стиль музыки Гиллесли, известный как бибоп (bebop), характеризовался более сложными ритмами по сравнению с традиционным джазом. Это вызывало непонимание в самих США. Более того, многие в США полагали, что джаз является слишком примитивной формой искусства, чтобы его включать в культурные проекты США на мировой арене. Поговаривали даже, что джазмены пытаются вернуть США в джунгли, что породило извест-

ный лозунг – U.S. back to the jungle. Однако все изменилось в тот момент, когда известный конгрессмен и борец за гражданские права в США А. Пауэлл (Adam Clayton Powell, Jr.) услышал музыканта Гиллеспи и лично обратился к президенту с просьбой об использовании джазменов в качестве дипломатов для донесения правды о состоянии дел внутри США.

В итоге в ноябре 1955 г. газета “New York Times” написала, что правительство США собирается направить несколько музыкантов в различные страны, чтобы рассказать о реальной Америке. В свою очередь, конгрессмен Пауэлл заявил, что Госдепартамент отправляет за рубеж в качестве музыкальных дипломатов джазменов, фолк-группы, исполнителей мамбы, танцевальные коллективы американских индейцев, а также музыкантов Гавайских островов. В начале 1956 г. было официально объявлено о мировом турне Д. Гиллеспи. Но организовать его оказалось не так просто. Ожидалось, что известного исполнителя будут тепло принимать во всех странах. Первой страной тура была избрана Индия. Однако власти отказались принимать музыкантов, заявив, что данный тур является политической акцией США.

Правительства других стран также отказались принимать гостей. Однако там, где раздавались голоса музыкантов и звучала музыка, мир менялся на глазах. В Иране, в небольшом городке, его концерт посетила вся семья иранского шаха, которая была поражена не только наличием женского вокала, свободы в исполнении, но и живым общением музыкантов с простой иранской публикой. В Иране это произошло впервые. Многие слушатели отбивали музыкальный ритм, хлопая в ладоши и топая ногами. Одна из местных газет написала, что музыканты моментально обратили зрителей в поклонников американской музыки.

Самый забавный случай произошел в Анкаре, где на концерт пришла особая публика по приглашению посольства США. Диззи увидел мальчишек, бедно одетых, которые пытались перелезть через забор, чтобы послушать концерт. Музыкант спросил у представителя ЮСИСа, что это за дети и почему они не в зале. Был получен ответ, что концерт только по приглашительным билетам, на что музыкант попросил провести безбилетную молодежь поближе к сцене и сказал свою знаменитую фразу: «Эти ребята скажут, что этот американец – норм»¹³. Наконец, в истории

¹³ *Castagneto P.* Ambassador Dizzy: Jazz Diplomacy in the Cold War Era // *Americana: E-Journal of American Studies in Hungary*. 2014. Vol. 10. No 1. URL: <http://americanajournal.hu/vol10jazz/castagneto> (дата обращения 15.10.2021).

остался пример, когда музыка даже остановила протестующих студентов. В Греции, куда отправилась команда Гиллеспи, студенты выступили против американских музыкантов. Ведь они представляли страну, поддерживающую Турцию по проблеме раздела Кипра. Музыканты решили рано утром сыграть самую разную музыку для этих студентов. Во время концерта Гиллеспи сказал студентам, что день назад они кидали в него камни, а теперь отплясывают рок-н-ролл. Для стран Восточной Европы Диззи стал голосом протеста и голосом реальной жизни в США. Неожиданно для самих американцев музыканты выполнили роль настоящих дипломатов: через музыку они знакомили публику с Америкой, с ее непростой жизнью, общались и заводили друзей. Тогда-то и появилась фраза, что один американский музыкант стоит пяти выставок американского искусства.

Но не все в США положительно оценивали итоги турне, несмотря на бешеный музыкальный и политический успех. Консерваторы в лице известного сенатора Б. Голдуотера, который потом проиграет выборы на пост президента Л. Джонсону в 1964 г., выступали против того, чтобы правительство оплачивало музыкальную дипломатию исполнителей джаза. Они требовали продвижения традиционных музыкальных жанров, говорили о том, что только опера, классическая музыка и балет должны оплачиваться средствами культурной дипломатии. Но успех и политическая эффективность перевешивали все опасения. Вслед за Д. Гиллеспи в турне отправился Л. Армстронг, который завоевал души скептических немцев, что было крайне важно для внешней политики США. Его классические мелодии из коллекции "Satchmo" стали основой для фильма, где хиты смешивались с демонстрацией жизни в США (Satchmo the Great).

Классической музыке также нашлось место в дипломатии искусства США. Не вся публика полюбила джаз. Американцы понимали, что в Германии и Франции, да и во всей Европе, существуют разные представления о том, что такое искусство. Деление культуры на «высокую» и «массовую» доминировало в Европе и тогда, и сегодня. Многим европейцам пришлось по душе Ирвинг Берлин, американский эстрадный музыкант и композитор российского происхождения, который прославился текстом композиции «Боже, благослови Америку», известной во всем мире как неофициальный гимн США. Его концерты были организованы по все Европе, о нем были сняты фильмы, в которых сам президент Д. Эйзенхауэр рассказывал об этом человеке. Наконец, Айзек Стерн, американец польского происхождения, исполнитель оперных арий, остался в памяти европейской публики как один

из самых именитых музыкантов США. Эти люди олицетворяли высокую музыкальную культуру, принимались рафинированной публикой, при этом становясь олицетворением Америки.

США создали идею передвижных музыкальных выставок. Проекты назывались как «Музыка в Америке» (Music in America) и, как правило, путешествовали по всему миру или оседали в виде точечных музыкальных проектов, созданных специально для отдельных стран. Например, проект «Привет Франции» (Salute to France). Это были так называемые музыкальные сезоны, которые вбирали в себя и выставки, и концерты американских исполнителей в отдельно взятой стране. Только во Франции за один год США спонсировали 61 концерт американских и французских исполнителей классической музыки, которые сопровождались фильмом о существующих в США оркестрах под названием «Симфония через страны» (Symphony across the Land). Такой подход способствовал снижению уровня антиамериканизма в области массовой культуры, проявлявшемуся, например, в ужесточении политики французских властей в вопросе о демонстрации американского кино. Сегодня подобная идея воплощена в интернациональных концертах, в которых в обязательном порядке принимают участие как американские, так и местные исполнители. Например, концерт в Туркменистане в 2017 г. соединил певцов национальных консерваторий США и Ашхабада, что сформировало новый уровень отношений между странами.

Перевод и распространение американских произведений также являются частью дипломатии искусства. Первой книгой, которая активно использовалась в дипломатии, оказалось произведение будущего президента Дж. Кеннеди, получившее Пулитцеровскую премию, под названием «Profiles in Courage». Книга была переведена на многие языки стран Азии и Африки, а директор Информационного агентства тогда написал Кеннеди, что «ваша книга оказалась одним из лучших средств донесения до зарубежной публики основных концепций американской истории»¹⁴.

США обращались к разнообразным подходам при использовании литературных произведений во внешней политике. Например, в Греции, которая оказалась в эпицентре противостояния между коммунистами и демократами, США разработали проекты по изданию pocket-books и комиксов. Чтобы привлечь внимание массового читателя, был реализован проект по изданию книг малого формата на греческом и английском языках. Книги содержали в себе и классическую американскую поэзию, например сти-

¹⁴ Цит. по: *Cull N.* Op. cit. P. 174.

хи Уолта Уитмена и комиксы о Микки Маусе. Такой подход был оправдан: через книги в Грецию пришла массовая и высокая культура США, что создавало условия для поворота Греции в сторону Америки.

Есть еще один малоизвестный компонент дипломатии искусства – это внутреннее убранство американских посольств и иных правительственных учреждений США, в которых бывает иностранная публика или работают телекамеры. Это тоже часть дипломатии. Чем обусловлен выбор картин, статуй или музыкальных инструментов в посольствах и консульствах США? Кто декорирует стены? Что пытаются донести дипломаты до иностранной публики?

Администрация Дж. Кеннеди стала первой, кто озаботился вопросом о декорировании посольств для продвижения американского искусства. Был даже создан небольшой отдел в Госдепартаменте под названием “The Art in Embassies Program”. Финансирование было скудным, но усилия волонтеров привели к удивительным результатам. Многие стены посольств и консульств украсились картинами или репродукциями. К началу 1980-х гг. декорирование стен стало принимать масштабный характер, и частная организация “The Friends of Art and Preservation in Embassies” предложила использовать технологию принтов различных произведений искусства. Масштабы были значительны – каждому посольству полагалось более 140 репродукций. Но, тем не менее, убранство, декорирование и набор представленных произведений искусства зависели от вкусов и предпочтений посла, и часто в большей степени от предпочтений его супруги.

Многие американские дипломаты, которые имели прочные связи с культурной средой или сами были выходцами из нее, привнесли в дипломатию идею о том, что «посольство – это элемент культуры США». Например, известный американский посол У. Анненберг (Walter Annenberg), который до своего назначения послом в Великобританию в конце 1960-х гг. – начале 1970-х гг. был связан с журналистикой и издательской деятельностью, перевез часть своей коллекции произведений американских художников в посольство. Американский посол в Вене-суэле и будущий президент Метрополитен-музея в Нью-Йорке У. Луерс (William Luers) сформировал прекрасную коллекцию картин американских художников в посольстве, что сделало его популярным среди публики Каракаса. Памела Гарриман (Pamela Harriman), супруга известного американского посла в СССР А. Гарримана, которая в 1970-е гг. сама была послом США во

Франции, привезла свою коллекцию картин и украсила резиденцию посла. Эта коллекция получила неформальное название «Американский музей в Париже» (American Museum in Paris) и состояла из 130 работ. Популярность и посещаемость привели к тому, что посольство открыло данную комнату для постоянно действующей выставки. Супруги дипломатов всегда оказывались основным драйвером дипломатии искусства. Так, жена американского посла в Норвегии, миссис Коррин Стронг (L. Corrin Strong), попросила своих друзей привезти несколько картин из музея современного искусства в Нью-Йорке, а посольство в Индии украшали картины Марка Ротко, что привело к созданию постоянно действующей выставки на несколько лет. Наконец, в 1986 г. члены американского посольства в СССР привезли великого композитора В. Горовица, 60 лет назад эмигрировавшего из России, который дал несколько концертов в Спасо-Хаузе, резиденции посла, а также в концертных залах Москвы. Консульство США в Санкт-Петербурге организовало множество концертов американских музыкантов и известных российских исполнителей, например, таких как Б. Гребенщиков. Данные примеры можно продолжать до бесконечности. Ясно одно: в основе всей этой деятельности лежит необычная сила искусства, которая очень быстро создает мосты между сердцами и душами людей. Многие проекты послов от искусства оплачивались из частных источников, а посольства приобретали новый смысл для публики, которая совсем не привыкла видеть в американцах сторонников высокой культуры.

Как это не покажется странным, сегодня мы еще не знаем до конца о многих других примерах дипломатии искусства. Ученые задаются вопросами: Влияет ли архитектура зданий американских военных баз на городскую архитектуру в зарубежных странах? Как строительство американских библиотек или информационных центров с определенным стилем, особенным для США, меняло ландшафт города в других странах? Существует ли связь между стилем здания Американского культурного центра во Франкфурте-на-Майне и ансамблем других зданий в городе?

Но мы знаем точно, что дипломатия искусства способна быстро поменять отношения между странами, создает условия для ликвидации непонимания, поскольку искусство расширяет возможности для общения на понятном всем языке. Будь то «музыкальная дипломатия» и «дипломатия танца», выставки картин и фотографий, книги и архитектура и, наконец, внутреннее убранство посольств.

Для дальнейшего изучения

- Davenport L.* Jazz Diplomacy: Promoting America in the Cold War Era. Mississippi, 2009.
- Emmerling L.* Jackson Pollock. Köln, 2003.
- Hatschek K.* The Impact of American Jazz Diplomacy in Poland During the Cold War Era // Jazz Perspectives. 2010. Vol. 4. No 3. P. 253–300.
- Kodat C.* Don't Act, Just Dance: The Metapolitics of Cold War Culture. Rutgers Univ. Press, 2014.
- Kushner M.S.* Exhibiting Art at the American National Exhibition in Moscow, 1959: Domestic Politics and Cultural Diplomacy // Journal of Cold War Studies. 2002. Vol. 4. No 1. P. 6–26.
- Reid S.* Who Will Beat Whom?: Soviet Popular Reception of the American National Exhibition in Moscow, 1959 // Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History. 2008. Vol. 9. No 4. P. 855–904.
- Robbins L.S.* Publishing American Values: The Franklin Book Programs as Cold War Cultural Diplomacy // Library Trends. 2007. Vol. 55. No 3. P. 638–650.
- Stone D.* Chicago's 1893 World's Fair. N.Y., 2012.
- Tsvetkova N., Tsvetkov I., Barber I.* Americanization versus Sovietization: Film exchanges between the United States and the Soviet Union, 1948–1950 // Cogent Arts & Humanities. 2018. Vol. 5. No 1. P. 1–17.
- Wulf A.* Moscow' 59: The "Sokolniki Summit" Revisited. Los Angeles, 2010.

Электронный ресурс

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Тема 4. Волонтеры Джона Кеннеди: Корпус мира в действии

Сегодня уже многие американцы не помнят, зачем США понадобилось создавать еще одну правительственную организацию в области культурной дипломатии в 1960-е гг. под названием Корпус мира. А ведь он вырастил несколько поколений американцев, считающих себя гражданами мира, обогатил США новыми знаниями в области культуры и языка других стран, сформировал новое направление во внешней политике. Волонтеры Корпуса мира стали добровольцами, работавшими бесплатно в различных уголках Земли, порой в некомфортных и небезопасных условиях.

Чтобы понять, зачем это понадобилось Соединенным Штатам, следует вернуться в начало 1960-х гг. Тогда американское общество переживало эпоху перемен. Бурлило движение за гражданские права, новое поколение бейби-бумеров, т. е. тех, кто родился после Второй мировой войны, стремилось к открытым горизонтам и уже не удовлетворялось ценностями потребительского общества. Движение «хиппи» – движение протеста против традиционного образа жизни американцев – захватило молодежь. Молодежь 1960-х гг. не находила общего языка со своими родителями, которые измеряли мир категориями войны и мира. Молодая Америка больше видела и лучше понимала мир за пределами США, чем их родители. Молодежь измеряла мир новыми идеями о свободной любви, о свободе от государства и пр. Молодой Америке нужны были новые идеи и свои фронтиры. Молодежи нужен был объединяющий лозунг, отличный от борьбы с коммунизмом. Америке требовались новые горизонты и деятельность, что могло объединить молодежь, а также показать всему миру новое лицо США: не страны империалистов, а простых людей, не желающих развязывать ядерную войну.

14 октября 1960 г. во время своей предвыборной кампании Дж. Кеннеди обратился с вопросом к студентам Мичиганского университета о том, хотели бы они стать представителями США в развивающихся странах для оказания всесторонней помощи:

Многие ли из тех, кто собирается стать врачом, готовы проводить свои дни в Гане? Технические специалисты или инженеры, многие ли из вас готовы поступить на дипломатическую службу и провести вашу жизнь, путешествуя по миру? От вашего желания сделать это, не просто поработать год или два на этой службе, а именно посвятить часть своей жизни нашей стране, я полагаю, и зависит ответ на вопрос – может ли свободное общество конкурировать? Я думаю, может! И я думаю, что американцы готовы внести свой вклад. Но это потребует гораздо больше усилий, чем в прошлом¹⁵.

После выступления Дж. Кеннеди получил бумагу, подписанную сотнями студентов Мичиганского университета, которые изъявили готовность посвятить часть своей жизни помощи другим странам. В Белый дом поступали тысячи писем от американцев, которые также хотели провести часть своей жизни в зарубежных странах, выполняя гуманитарную миссию.

Идея создания сети американских добровольцев для организации помощи зарубежным странам не была изобретением президента Кеннеди. Звучала эта идея в американском обществе и в Конгрессе еще со времен Ф. Рузвельта. Однако только к началу 1960-х гг. наступил перелом: известный сенатор Г. Хэмфри, который несколькими годами позже станет автором образовательной программы для зарубежных специалистов, предложил название для волонтеров – «Молодежный корпус мира». Идею подхватили в Белом доме, в американских университетах и в общественных организациях, что сформировало волну общественных дискуссий о месте и роли США в мире. Нечто подобное было создано и французами в конце XIX в. Но они направляли своих «волонтеров» в научные организации для поиска новых идей и открытий. Европейцы, в отличие от будущего проекта Дж. Кеннеди, искали политическую или научную выгоду в финансировании подобных проектов. Президент Кеннеди стремился создать совершенно иную организацию – организацию дающую, а не получающую.

22 сентября 1961 г., когда первые 52 волонтера направились в Танзанию, Колумбию, Гану и на Филиппины, появился официальный закон Конгресса США о Корпусе мира – организации добровольцев, которые должны были помогать развивающимся странам в деле обеспечения нормальной жизни. Но только в 1983 г. Корпус мира получил статус правительственного агентства. Его

¹⁵ Peace Corps. JFK Library. URL: <https://www.jfklibrary.org/learn/about-jfk/jfk-in-history/peace-corps> (дата обращения 15.10.2021).

директор назначается президентом США. А еще интересно, что в период администрации Р. Никсона Корпус мира поменял свое название и несколько лет назывался “ACTION”. Но название не прижилось, и в 1979 г. вернулось старое.

Активность молодежи была настолько высокой, что к концу 1961 г. более 1000 американских волонтеров находились в 17 развивающихся странах, а еще около 2000 – обучались в специально создававшихся центрах при университетах США. В 1966 г. более 15 000 американцев стали членами Корпуса мира, каждый из которых в течение двух лет работал за рубежом. В конце 1960-х гг. Колумбия заняла первое место среди государств Латинской Америки и третье – после Индии и Филиппин по масштабам деятельности волонтеров. Здесь находилось 600 человек из 15 000 американских добровольцев. С 1961 г. около 235 000 американцев побывали в более чем 140 странах. Сегодня каждый год из США уезжают более 7300 волонтеров Корпуса мира.

Почему американцы решаются участвовать в данной программе? С какими сложностями они сталкиваются? Чем помогают другим странам?

Портрет волонтера Корпуса мира можно описать следующим образом: это американские граждане в возрасте от 20 лет и старше, прошедшие годичный отбор по уровню образования, состоянию здоровья, опыту работы и профессиональным качествам. Волонтером становился только один из пятнадцати подавших заявление.

В Корпусе мира представлена вся Америка в ее расовом, возрастном, национальном, религиозном и географическом многообразии. Так, в 2018 г. женщины составляли 64% от 7367 волонтеров, работающих в 62 странах; около 33% – выходцы из национальных меньшинств; средний возраст волонтеров – 27 лет; 4% волонтеров перешагнули 50-летний возраст и, в подавляющем большинстве, – это американцы, не имеющие семей.

Если Вы спросите волонтера о том, почему он/она вступили в Корпус мира (Why did you join the Peace Corps?), то получите следующие ответы. Идеализм и романтика молодости – увидеть другие страны и стать участником необычной программы США – первая причина участия в Корпусе мира. Многие первые члены организации находились под влиянием фигуры президента Дж. Кеннеди. Для одних Корпус мира стал единственной возможностью избежать участия во Вьетнамской войне, для других – шансом познать иные языки и культуру. Рекламные постеры в американских университетах, беседы с теми, кто вернулся, также становились побудительным мотивом. Наконец, этими людьми

двигало искреннее желание помочь другим. Но не в качестве религиозных миссионеров, не путем навязывания своей культуры, а посредством передачи знания и оказания элементарной помощи простым людям в маленьких деревнях Африки или Азии. Многие волонтеры рассматривали работу в Корпусе мира полезной для своей карьеры. Опыт, накопленный за время службы в Корпусе мира, высоко ценится в США. Владение языком, знание традиций, обычаев, образа жизни, особенностей другой страны помогает бывшим волонтерам получить работу в крупных американских компаниях и в государственном секторе. Бывшие волонтеры занимаются международной деятельностью, журналистикой, работают в области бизнеса и политики. Среди тех, кто служил в Корпусе мира, есть послы, сенаторы, конгрессмены, известные писатели и журналисты, руководители американских компаний и университетов: Эдвард Долби стал президентом Банка Америка, Томас Дайн – президентом Радио «Свободная Европа/Радио Свобода», Кристофер Хилл – послом США в Польше, Роберт Тафт, правнук президента Тафта, губернатором штата Огайо, Камерон Хьюм – послом США в ЮАР, Дэррил Джонсон – послом США в Таиланде, Донна Шала – ректором Университета Майами, Джеймс Лайонс – ректором Университета штата Калифорния и др.

Волонтером стать непросто. После предварительного отбора добровольцы Корпуса мира проходят обучение. Изучают язык и культуру страны. За годы существования Корпуса мира сами волонтеры написали и издали солидное количество пособий по самым разным языкам и межкультурной коммуникации. Во время курса межкультурной подготовки волонтеры сравнивают зарубежные и американские ценности и убеждения, развивают навыки для адаптации к новой культуре, а также изучают аспекты политики, истории и общества страны своего назначения. Курс по охране здоровья и личной безопасности готовит волонтеров заботиться о себе в новой среде, в опасных ситуациях для жизни и снабжает стратегиями борьбы с культурным шоком и стрессами.

Во время курса подготовки волонтеры – будущие преподаватели английского языка – получают информацию о системе образования, учебных программах по английскому языку для средних школ и вузов, о методиках преподавания языка, используемых в учебных заведениях. Волонтеры также изучают основы законодательства страны пребывания. Например, направляясь в Россию, волонтеры изучали процедуры регистрации фирм, банковскую систему РФ, роль местных администраций и зарубежное инвестирование.

Необходимо отметить, что тренинг не гарантирует всем прошедшим отбор последующую работу. Во время курса подготовки оцениваются уровень знания культуры и языка, умение приспосабливаться к иной культурной среде, также умение волонтера решать поставленные задачи. После удачного прохождения трехмесячной программы подготовки стажеры приносят присягу в качестве добровольцев Корпуса мира. Однако после завершения тренинга программа обучения волонтеров не завершается: они продолжают изучать язык и проходят тренинги по стране, куда отправляются.

Первый и самый знаменитый директор Корпуса мира – Сарджент Шрайвер (Sargent Shriver) – заложил основы жизни и работы волонтеров в зарубежной стране. В письме к президенту Дж. Кеннеди, который был его шурином (Кеннеди был братом супруги Шрайвера), он написал слова, ставшие лозунгом волонтерской жизни:

Волонтеры будут вести простую и тихую жизнь. Это сделает их работу более продуктивной и эффективной. Они будут работать 24 часа в сутки. Они будут получать минимальное жалование или не получать ничего, но при этом рисковать своим здоровьем и даже безопасностью. Корпус мира – это не только работа. В нашей деятельности нет «с 9 до 5 ежедневно»¹⁶.

После этого известного заявления в Корпусе мира даже появился неформальный лозунг – правило Сарджа (по имени первого директора), которое гласило о полном единении жизни и работы волонтера во время командировки.

Сарджент Шрайвер был уникальным директором Корпуса мира. Есть люди, которые меняют мир и политику. К их числу принадлежит Сарджент Шрайвер. Его идеи, страсть и глобальное видение не только создали ценностный фундамент и идеологию деятельности Корпуса мира, но и изменили внешнюю политику США. Идеология практического идеализма вошла во внешнюю политику США с момента создания данной организации и начала работы Сарджента на посту директора. Практический идеализм – это вера в то, что совместная деятельность между американцами и зарубежными народами на самом нижнем уровне спасет мир от войн. Американские известные издания, такие как “Wall Street” и другие, с желчью говорили о том, что создание Корпуса мира – это

¹⁶ Цит. по: *Wilson A., Wilson J. Voices from the Peace Corps: Fifty Years of Kentucky Volunteers. University Press of Kentucky, 2011. P. 128.*

бессмысленное дело и не может один волонтер остановить военный конфликт, например в Африке. Первый директор отвечал, что волонтеры способны остановить войны, поскольку конфликты происходят из-за недоверия, непонимания и подозрительности между друг другом и между странами. Волонтеры Корпуса мира – это люди, которые стоят выше, чем границы государств. Они знают язык и традиции другой страны, они живут так, как живут местные жители, они работают вместе с ними, и они жертвуют собой ради тех людей, которые приютили волонтера. Обе стороны, исходя из идеологии первого директора, сначала будут относиться с подозрительностью друг к другу, а потом начнут привыкать к ритмам культуры, поведения и традициям друг друга, потом вместе работать и, наконец, начнут доверять. И такое общение меняет мир. Шрайвер, отвечая на сомнения многих политиков и журналистов в США об эффективности Корпуса мира, любил задавать следующий вопрос критикам:

Что может изменить мир? Оружие не изменит мир. Это один из уроков нашего кровавого века. Доллар – не изменит. Только юношеский энтузиазм и благородные цели, а также прагматизм и реалистично-мыслящая администрация¹⁷.

С момента своего основания Корпус мира нацелен на решение наиболее неотложных нужд людей в области образования, здравоохранения, сельского хозяйства, развития малого бизнеса и защиты окружающей среды. Особенностью этого агентства является то, что задачи выполняются на низовом уровне, в отдаленных местах страны, куда американские дипломаты и представители культурных центров не имеют доступа. Волонтеры призваны претворять в жизнь новые технические и гуманитарные идеи, а также способствовать укреплению связей между нациями.

Три цели остаются неизменными и по сей день: содействовать народам в удовлетворении потребностей в квалифицированных специалистах; способствовать лучшему пониманию американского народа народами стран, сотрудничающих с Корпусом мира; способствовать лучшему пониманию американцами народов мира. Как правило, волонтеры направляются в назначенную страну на двадцать семь месяцев. Иногда, по ходатайству принимающей организации, волонтеры просят и получают разрешение продлить срок волонтерской службы еще на один год. Это, как

¹⁷ Speeches by Sargent Shriver // Sargent Shriver Peace Institute. URL: <http://www.sargentshriver.org/archive> (дата обращения 15.10.2021).

правило, связано с необходимостью завершения совместной работы над конкретным проектом.

Первые три месяца волонтеры живут в семьях граждан той страны, в которую их направили, знакомятся с учреждениями и проходят адаптацию к стране и местной культуре. Добровольцы живут и работают в стране в тех же условиях, что и местные жители. Они не получают зарплату. Им выплачивается пособие от американского правительства на проживание в национальной валюте страны пребывания, по своим размерам сравнимое с зарплатой местных жителей. В среднем в различных странах мира волонтеры получают в национальной валюте страны пребывания около 200 долл. в месяц на еду и проживание. Но Корпус мира оплачивает волонтерам дорогу в страну пребывания и обратно, покрывает расходы, связанные с обучением, поездками по стране и оказывает медицинское обслуживание. Принимающая сторона также вносит свой вклад в развитие программы, предоставляя бесплатное жилье, рабочее помещение, визовую поддержку волонтеру, а также определяет работу волонтера на последующие два года.

Им запрещено пропагандировать какие-либо политические или религиозные воззрения, и они не могут получать прибыль от своей волонтерской деятельности. Согласно правилам Корпуса мира, волонтеры должны быть вне политики – они не могут принимать участие в политических событиях местного или национального масштаба, разворачивающихся в принимающей стране. Кроме того, им запрещается проповедовать либо отстаивать какую-либо религию, хотя они могут посещать религиозные службы по своему усмотрению. Тех, кто не выполняет эти правила, отправляют обратно в Соединенные Штаты.

До 1990-х гг. Корпус мира традиционно работал в странах Африки, Ближнего Востока, Латинской Америки и Тихого океана. После окончания «холодной войны» волонтеры оказались на территории Евразии и в странах Восточной Европы. В июне 1992 г. во время визита в США президента Бориса Ельцина было подписано соглашение о деятельности Корпуса мира в России. В феврале 1993 г. в Россию прибыла первая группа волонтеров Корпуса мира. Деятельность Корпуса мира включала три программы: содействие экономическому развитию (бизнес-образование и помощь в развитии общественных организаций), преподавание английского языка как иностранного и программа охраны окружающей среды.

В 1993 г. в Саратове и во Владивостоке были открыты представительства. Саратовская администрация, которая позже пе-

реехала в Москву, обеспечивала работу волонтеров на европейской части России, а программы на территории Дальнего Востока обслуживала администрация Корпуса мира во Владивостоке. В 1999 г., направив волонтеров на Урал и в Сибирь, Корпус мира расширил территориальное пространство своей деятельности.

На всем пространстве Евразии в бывших советских республиках работали от 20 до 130 волонтеров Корпуса мира. В России в разные периоды работало от 120 до 300 волонтеров. Их программа следовала за реформами и преобразованиями в экономической, культурной и образовательной сферах стран. Развитие малого бизнеса – это формирование самых простых умений и навыков в области менеджмента, создание предприятий и частного образования. Волонтеры помогали формировать первые стратегические планы частных предприятий, открывали консультационные центры и первые бизнес-ассоциации в самых разных городах Евразии. Они привезли Интернет и компьютеры, расширили туристический бизнес и формировали новую профессиональную группу бизнесменов.

Волонтеры занимались вопросами защиты окружающей среды, обеспечили школы технической информацией и первыми учебниками по экологии, научили принципам поиска грантов и финансирования. Очень часто волонтеры помогали в проведении информационных кампаний в этой области и реализовали крупный проект GLOBE по повышению квалификации учителей в области экологии.

Проекты в области здравоохранения – это новые знания и обучение местных врачей в области таких заболеваний, как СПИД, проведение информационных кампаний среди молодежи и создание типовых моделей обучения для образовательных учреждений. Проекты в области информационных технологий – это работа в школах по проведению сети Интернет, поставкам компьютеров и оборудования, создание первых компьютерных центров и проведение обучения для всех. Несомненно, английский язык – его преподавание школьникам, студентам и населению в самых различных точках, центрах и образовательных учреждениях – останется в истории как самый масштабный и по-настоящему кросс-культурный проект в России 1990–2000-х гг.

Но работа волонтером являлась порой крайне сложной и даже опасной. Волонтер может стать первым американцем, которого местные жители когда-либо видели. Это оказывает на волонтеров огромное культурное давление, поскольку его поведение может рассматриваться как пример «типичного американца». Волонтеры сталкиваются с самыми неожиданными вопросами и са-

мым необычным отношением к себе. Почти треть волонтеров возвращается в США до окончания срока службы из-за проблем со здоровьем или невозможности адаптироваться. Например, очень часто волонтеры появлялись в населенных пунктах и деревнях, обстановка в которых была настоящим культурным шоком для волонтера. Один из волонтеров попал в отдаленную деревню в Ливии в 1968 г. Его прекрасно встретили местные жители, и он получил работу в местной школе. Однако вид деревни, которая лежала в руинах – остатки итальянского колониального поселения, – производил на волонтера тягостное впечатление. Рассказы местных жителей о колонистах также добавляли негативных эмоций. Волонтер вынужден был уехать, поскольку не смог адаптироваться к местной среде.

Многие волонтеры попадали в гущу политических протестов, волнений и смены власти. Особенно это касается 1960–1970-х гг., когда страны Африки, Азии и Латинской Америки сотрясали падения монархий, либеральные и коммунистические революции, военные перевороты. Порой эти события угрожали жизни волонтеров. Как правило, любые перевороты становились причиной для отправки волонтеров назад. Например, переворот 1969 г. в Ливии, когда к власти пришел генерал Каддафи, привел к прекращению деятельности добровольцев. Или революция в Эфиопии в 1973 г., которая ликвидировала монархию. Революция начиналась со студенческих волнений в Аддис-Абебе: студенты требовали смены власти, ухода американцев и высылки 340 волонтеров, которые общались с монархом.

Политические перевороты грозили смертью волонтерам. Сложно было угадать, кто придет к власти после очередного военного переворота – сторонник США или их противник. Вот, например, что рассказывает волонтер Терри Андерсон (Terry Anderson) о ситуации в Гане в 1966 г. Случился очередной государственный переворот и если в тебе признавали американца, то ты был в безопасности, а если, например, русского, то могли убить. Но никто не мог предугадать, что будет после следующего переворота¹⁸.

Были другие, менее приятные, ситуации. Несмотря на официальные стабильные отношения между США и Индонезией в 1960-е гг., страну охватывал антиамериканизм. Американские фильмы запрещались, а тех граждан, кто носил западную одежду или прическу, презирали. Студенты выходили на демонстрации против США, и, если волонтер вдруг попадал в толпу протестующих, его могли избить.

¹⁸ Wilson A., Wilson J. Op. cit. P. 123.

Самые опасные ситуации происходили с волонтерами, которые были африканскими американцами и оказывались в эпицентрах местных войн в странах Африки. Нападение на деревню грозило насилием и смертью, а статус волонтера спасал жизнь. Например, Дианне Базелль (Dianne Bazell), которая была в Конго в 1975–1977 гг., вспоминала, что

...мы слышали, что национальная армия занималась грабежом деревень и насилывала женщин. Солдаты всегда были на блокпостах. Это было частью жизни. Они могли нацелить свое оружие через стекло автомобиля. Они ожидали взяток, и я могла сказать, что ‘я не собираюсь дать взятку.’ Если бы я была африканской женщиной, я была бы убита или, во всяком случае, изнасилована. <...> Это неприятная тема, но такова была реальность¹⁹.

По статистике, примерно 12% волонтеров ежегодно попадают в неприятные ситуации (грабежи, нападения и пр.), и ежегодно в среднем три человека погибают. Но гибель чаще всего связана с авариями.

Если посмотреть на судьбы волонтеров и на то, что реально им удалось сделать, ту всю работу можно описать несколькими строками: они научили английскому языку, строили больницы, школы, малые предприятия, они привезли новые знания в области медицины, сельского хозяйства и экологии, они помогли наладить обеспечение чистой водой, вакцинами и медикаментами, учебниками и компьютерами. И очень часто они привозили инновационные идеи, о которых еще не слышали местные жители.

Самое главное, что посредством простого общения и консультирования волонтеры способны сформировать новые навыки и умения. Около 99% опрошенных в самых разных странах подчеркивают именно этот факт: волонтеры дают новое знание, навыки, которые приносят более эффективную работу на предприятиях; 95% опрошенных стремятся снова поработать с волонтером из США, и 94% считают, что мнение об Америке значительно улучшилось.

Есть самые разные примеры того, что сделали волонтеры в конкретном измерении: в Гвинеи и Мали, например, волонтеры построили медицинские центры в отдаленных деревнях; в Марокко – научили местное население использовать

¹⁹ Ibid. P. 125.

противозачаточные средства; в Нигёре – обучили жителей современным способам принятия родов; в Эквадоре – создали детский садик; в Габоне – построили и открыли школу; в Гватемале – построили баскетбольную площадку, в Афганистане – сформировали команды по вакцинации детей от оспы и спасли огромное число детей. Этот случай стал одним из самых известных и вошел в сюжет фильма 2018 г. под названием “Once in Afghanistan”.

Эксперты по-разному оценивают активность Корпуса мира. Одни усматривают в Корпусе мира средство экспансии американского образа жизни, другие – инструмент благотворного американского влияния, когда сильный помогает слабому, третьи обвиняют волонтеров в выполнении разведывательных функций и связях с ЦРУ. На это можно ответить фразой одного из директоров Корпуса мира о том, что

Корпус мира привлекает идеалистов и тех, чья душа свободна. Корпус мира не говорит им, что они продвигают американскую внешнюю политику. Но они ее продвигают, потому что они думают, что они этого не делают²⁰.

Большинство критиков признают тот факт, что деятельность Корпуса мира – это реальный способ наладить межкультурную коммуникацию, которая благотворно сказывается на отношениях между странами и меняет жизнь огромного числа людей в различных уголках планеты.

Для дальнейшего изучения

Amin J.A. The Perils of Missionary Diplomacy: The United States Peace Corps Volunteers in the Republic of Ghana // *Western Journal of Black Studies*. 1999. Vol. 23. No 1. P. 35–46.

Carlson D. *Volunteers of America*. Boston; Rotterdam, 2012.

Frontani H.G., Taylor L.C. Development through Civic Service: the Peace Corps and National Service Programmes in Ghana // *Progress in Development Studies*. 2009. Vol. 9. No 2. P. 87–99.

²⁰ The Peace Corps’ Secret // *Washington Post*. 1999. March 17. URL: <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/1999/03/17/the-peace-corps-secret/8d306edf-f53c-4cbd-bcfe-ea944273e3b3/> (дата обращения 15.10.2021).

- Meisler S.* When the World Calls: The Inside Story of the Peace Corps and Its First Fifty Years. N.Y., 2011.
- Reeves T.* The Politics of the Peace Corps and Vista. University of Alabama Press, 1988.
- Schaefer D.* U.S. Foreign Policy and Aid to the Peace Corps // Journal of Social Sciences. 2009. Vol. 5. No 2. P. 139–145.
- Textor R.B.* Cultural Frontiers of the Peace Corps. London: Cambridge (Mass.), 1967.
- Tsvetkova N.* International Education during the Cold War: Soviet Social Transformation and American Social Reproduction // Comparative Education Review. 2008. Vol. 52. № 2. P. 199–217.
- Wilson A., Wilson J.* Voices from the Peace Corps: Fifty Years of Kentucky Volunteers. K.Y., 2011.
- Windmiller M.* The Peace Corps and Pax Americana. Wash. D.C., 1970.

Электронный ресурс

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Тема 5. США как международный филантроп

Америка создала самую масштабную систему благотворительности с наличием огромного числа фондов. В США работают более 1 миллиона 600 тысяч некоммерческих организаций, которые имеют право получать и раздавать гранты. Они аккумулируют более 5,5 трл долл., и только 400 млрд из этой суммы получены из пожертвований самых простых американцев. Все остальные деньги приходят из крупных корпораций. Более того, с начала 2000-х гг. наблюдается постоянный рост числа благотворительных организаций, а также растут масштабы пожертвований. Таких потоков финансирования нет ни в одной стране мира. Самым крупным фондом является фонд Билла Гейтса, создателя компании «Майкрософт». Билл Гейтс долгое время отказывался от программ благотворительности. Однако дискуссии в США об ответственности нового бизнеса в области информационных технологий в развитии общественного блага повлияли на Б. Гейтса. Он, как в свое время первые крупные благотворители в лице Эндрю Карнеги и Дж. Рокфеллера в начале XX в., поддержал идею об ответственности богатых американцев за решение проблем общества посредством осуществления программ благотворительности. Основы современной системы американской благотворительности были заложены в начале XX века. В США именно тогда первые огромные капиталы сверхбогатых людей, которые осваивали новые земли на Западе США, строили города и железные дороги, продавали оружие и нефть, стали постепенно перетекать в программы обустройства американского и зарубежного общества. Стали появляться фонды с международными проектами.

Однако и до формирования единой повестки международной благотворительности американские организации всегда стремились помогать различным государствам. Основным направлением деятельности долгое время оставалась помощь пострадавшим в бедствиях (*relief of disaster*). Например, еще в 1840-х гг. США оказали помощь голодающим в Ирландии. В 1898 г. США оказали помощь кубинцам накануне и во время Испано-амери-

канской войны. Американская благотворительная деятельность направлялась десяткам тысяч кубинцев, умирающих от голода и заболеваний во время последнего периода борьбы за независимость Кубы от Испании. Сбор средств происходил по традиционному сценарию: посредством добровольных пожертвований и выделением средств через Конгресс США. В мае 1897 г. Конгресс ассигновал 50 тыс. долл. на продовольствие, одежду и медицинские препараты для бедствующих кубинцев и американцев на Кубе. Для оказания поддержки Кубе был открыт Центральный Комитет помощи Кубе. Это была частная организация, созданная известными американцами – Луисом Клопшем (Louis Klopsch) и Кларой Бартон (Clara Barton). Клопш был одним из виднейших фандрейзеров в США, а Клара Бартон – самой известной медсестрой Гражданской войны в США, которая создала «Американский красный крест». Они собирали пожертвования среди американцев, и до того, как 25 апреля 1898 г. была объявлена война Испании, несколько тонн продовольствия, медикаментов и одежды отправились на Кубу, включая денежные переводы. Консул США – генерал Ли – рапортовал, что нуждающиеся получили 200 тыс. долл. Во время войны Клара Бартон открывала приюты для кубинских детей и помогала американским солдатам.

В период между Испано-американской войной и Первой мировой войной образовались и активно заработали две самые большие благотворительные организации: Христиан Геральд и Американский Красный Крест. Первая организация появилась в рамках известного издания, которое публиковало статьи о проектах помощи и т. д. Благотворительный проект Христиан Геральд был создан неутомимым энтузиастом и «капитаном благотворительности XX в.» доктором Льюисом Клопшем (Louis Klopsch). Он считал себя «партнером бога», помогающим людям во время бедствий. Клопш оказывал помощь Финляндии, Норвегии и Швеции во время голода 1902–1903 гг. Луис Клопш вспоминал:

Где бы мы ни останавливались переночевать, толпы людей собирались перед окнами, они пели песни приветствия, приносили цветы, когда мы выходили, говорили нам на странном языке, как искренне они благодарны за доброту американского народа в период, когда Финляндия в этом крайне нуждалась²¹.

²¹ Curti M. American Philanthropy Abroad. New Brunswick, NJ, 1963.

Помощь, оказанная Л. Клопшем во время голода в Японии в 1906 г., была высоко оценена президентом Т. Рузвельтом, который написал:

Выделяя 100 тыс. долл., вы оказываете настоящую помощь человечеству и делу международного взаимопонимания²².

Если американское общество уже много лет помогало гражданам других стран, в XX в. правительство и бизнес стали акторами благотворительности. 12 мая 1902 г. президент Т. Рузвельт в специальном послании Конгрессу сообщил, что «одна из величайших катастроф за всю историю случилась на соседнем с нами острове Мартиника»²³. Произошло извержение вулкана Пэле, и город Сант-Пьер практически прекратил свое существование. Американский консул и его семья также стали жертвами, а число погибших достигло более 3 тыс. Еще 30 тыс. граждан остались без крова и пропитания. Тогда правительство США оказало помощь пострадавшим от катастрофы, и впервые в истории американские дипломаты и правительственные ведомства США стали координаторами распределения помощи. Такая же правительственная помощь была оказана и во время Русско-японской войны. На территории Японии вследствие неурожая риса начался голод. Три четверти миллиона человек голодало. Правительство США оказало помощь продовольствием.

Бизнес пришел в международную благотворительность в начале XX в., и это было связано с именами Эндрю Карнеги (Andrew Carnegie) и Джона Рокфеллера (John Rockfeller), известных американских предпринимателей, сколотивших небывалые состояния на сталелитейной и нефтяной промышленности. Однако их желание создавать благотворительные фонды и отдавать деньги в другие страны появилось не на пустом месте. 22 июля 1906 г. умер известный и очень богатый бизнесмен Рассел Сейдж. Он оставил 65 млн долл. своей семидесятисемилетней жене – Маргарет Сейдж. И именно ее деятельность сформировала идеологический фундамент международной благотворительности – на какие цели необходимо тратить деньги.

За свои последние двенадцать лет жизни она пожертвовала 35 млн долл. и завещала 36 млн благотворительным, образовательным и религиозным организациям. Одним из ее ранних и крупнейших вложений стал «Рассел Сейдж Фаундэйшн» (R. Sage

²² Ibid.

²³ Ibid.

Found). Этот благотворительный фонд был создан в 1907 г. в Нью-Йорке и тратил ресурсы на улучшение социальных и жилищных условий в США и организацию социальной службы. Маргарет показала другим бизнесменам, что необходимо, в первую очередь, бороться за снижение социальной напряженности. Представители благотворительного фонда «Рассел Сейдж» разделяли представления о том, что новая задача первых лет двадцатого века – определить причину существования бедности, заболеваний, преступлений и понять, что может быть сделано для того, чтобы устранить или, по крайней мере, контролировать эти причины.

Деятельность фонда заложила основы движения филантропии за социальный прогресс: в городах, где социальные проблемы становились все более и более очевидными, стали появляться новые благотворительные организации. Они, возглавляемые в основном местными политиками или бизнес-элитой, пытались разработать системный и более действенный подход для распространения социальных улучшений. Они занимались решением экономических и социальных проблем: нищеты, детского труда, плохих жилищных условий и пр.

Многие бизнесмены последовали за примером фонда и осознали, что помощь бедным социальным группам благотворно сказывается на развитии бизнеса, имиджа и пр. Движение благотворительных организаций быстро распространилось по всем городам Америки. В это время «Рассел Сейдж Фаундэйшн» направил свои ресурсы на формирование национальной идеологии эффективной системы социальных улучшений, что станет основой американской международной благотворительности и помощи. «Сейдж» создал систему прямых субсидий для развивающихся организаций, занимающихся социальной работой. Более того, «Сейдж» открыл библиотеку для социальных работников, где содержалась основная информация для их профессиональной деятельности. В итоге американское общество и самые богатые люди США приобщились к мысли, что решение социальных проблем способно ликвидировать социальные конфликты. Борьба с бедностью станет основным приложением американской международной благотворительности. Все это совпадало с эрой прогрессизма, которая наступила в США в начале XX в. Идеология прогрессистов гласила, что государственное и общественное развитие можно построить на рациональной основе и, тем самым, улучшить жизнь людей. Сторонники прогрессизма пытались примирить интересы богатых и бедных посредством социальной помощи и полагали, что политический консенсус

возможен в обществе, если показать положительные стороны богатства.

Другим фактором, который стимулировал вовлечение США в оказание благотворительности в зарубежных странах, оказались деньги. В начале XX в. США занимают первое место на международной арене по росту доходов богатых американцев. Если в 1880 г. было 100 миллионеров, то в 1916 г. – 40 000. Желание американских бизнесменов улучшить жизнь страны, из которой приехали его предки, закрепили систему благотворительности. Томас Ходкинс спонсировал Королевский институт в Великобритании. Разбогатевшие немецкие мигранты помогали библиотекам в Германии; Джордж Монро, иммигрант из Канады, который разбогател на почве написания недорогих семейных романов, финансировал создание пяти новых кафедр в Университете Галифакса в Канаде, и он же впервые подал пример учреждения стипендий для студентов старших курсов. Наконец, знаменитый бизнесмен Джордж Пибоди (Peabody) начинал свою карьеру как торговец и создал бизнес в области галантерейной продукции, а в Лондоне у него был филиал. С 1856 г. он начал понемногу жертвовать деньги на борьбу с бедностью. Пибоди стал первым американским бизнесменом, кто отдал на международную благотворительность крупную сумму – 10 млн долл. Целью было «смягчить напряженные отношения между США и Англией после Гражданской войны». Однако его самый знаменитый проект – создание многоквартирных домов для рабочего класса в Лондоне в 1864 г. Рабочие, работодатели, парламент и королева высоко оценили его заслуги: в честь Пибоди были названы улицы, университеты, премии и награды, а принц Уэльский открыл бронзовую статую в честь американского бизнесмена. Однако Пибоди отказался от титула баронета, предложенного королевой. Считается, что деятельность Дж. Пибоди способствовала изменению имиджа США в Англии и улучшению отношений между двумя странами. Вскоре стало приходить понимание, что инвестиции в будущее – это самый выгодный способ улучшения качества жизни, а США оказались самой богатой и передовой страной, способной улучшить жизнь в зарубежных странах.

Период с 1900-х по 1920-е гг. стал временем появления американской филантропии как социального института. Тогда появилось современное понятие “philanthropic foundation” – организация, которая предоставляет гранты и распоряжается пожертвованиями от небольшого количества людей. Сегодня фонд – это неправительственная организация, имеющая деньги, управляемая советом директоров и созданная для оказания помощи в сфере

социальных проектов, образования, религии и др. И в это же время, наконец, появляются фонды Карнеги и Рокфеллера, которые не только показали, как частные гранты способны поддерживать имидж государства и продвигать его интересы, но и как должны быть устроены благотворительные фонды и что они должны делать в зарубежных странах. Эндрю Карнеги и Джон Рокфеллер были самыми успешными и богатыми людьми в США. Эндрю Карнеги заработал 300 млн долл., доход Джона Рокфеллера исчислялся 900 млн долл.

Но их путь к международной благотворительности был сложен. Рокфеллер признавался:

...я получаю много просьб и проектов о благотворительности. Но я устроен так, что не могу отдать деньги, прежде чем не сделаю подробный анализ полезности этого шага...²⁴

На взгляды Рокфеллера повлиял Фредерик Гейтс (F. Gates), глава баптистской церкви в США и администратор его фондов. Он предложил давать деньги только организациям, которые создавал сам Рокфеллер, а они распределяли деньги дальше. Но самое главное: Гейтс придумал идею приоритетных областей в благотворительной помощи. В итоге в 1901 г. в Чикагском университете Рокфеллер объявил, что создает “Benevolent Trust”. В 1908 г. он издает статью, в которой называет приоритетные области финансирования: образование, медицина и научные исследования. Для каждой сферы создавался свой фонд: Институт исследований медицины (Institute for medical research), Комитет общего образования (General education committee) и т. д. Однако в 1909 г. Рокфеллер решает создать единственный фонд – “Rockefeller Foundation” – как центральную холдинговую компанию, которая будет финансировать все другие фонды. Помощники Рокфеллера убедили его, что медицина и образование – это те области, в которые следует вкладывать деньги, а Азия и Африка – это те регионы, которые нуждаются в американской помощи. В итоге фонд Рокфеллера заложил основы для своей деятельности: были созданы школы и различные программы обучения для элиты различных африканских стран. Медицинские проекты ярче всего проявились в Китае. Рокфеллер открыл знаменитый и существующий до сих пор медицинский колледж в Пекине. Были

²⁴ Цит. по: *Nevis A. Frederick T. Gates And John D. Rockefeller // American Heritage. 1955. Vol. 6. No 3. URL: <https://www.americanheritage.com/frederick-t-gates-and-john-d-rockefeller> (дата обращения 15.10.2021).*

созданы программы обучения европейским методам лечения, а колледж стал кузницей управленцев. Предполагалось, что новая элита в такой популярной сфере, как врачевание, станет посредником между традиционным Китаем и его модернизацией, идущей из США. Проекты Рокфеллера стали видимым способом демонстрации положительных сторон жизни западного общества, что оказало самое благотворное влияние на формирование программ зарубежной помощи правительства США в дальнейшем.

Чтобы не запутаться в семье Рокфеллеров, отметим, что было три знаменитых Рокфеллера, которые оказали влияние на программы благотворительной помощи США: первый – Джон Рокфеллер старший (1839–1937 гг.), и он создал компанию Standard Oil; второй – его сын – Джон Рокфеллер (1874–1960 гг.) имеет приставку «младший» (Junior) и третий – его старший сын, Джон Рокфеллер (1906–1978 гг.) или Джон третий (John III). Именно эти Рокфеллеры создали основы международной благотворительности, а точнее, вписали ее во внешнюю политику, а также оказали значительное влияние на становление глобальной политики Америки. Например, Джон Рокфеллер мл. поддерживал идеи президента В. Вильсона о проведении более активной международной политики и создании Лиги Наций. В итоге семья поддержала создание организации, которая стала основным мозговым центром внешней политики США – «Совет по международной политике» (Council on Foreign Relations). Именно здесь начинал карьеру будущий госсекретарь Джон Фостер Даллес, и отсюда вышли такие представители политической элиты США, как Г. Киссинджер, К. Райс и многие другие. Джон Рокфеллер III станет партнером правительства США по реализации самых необычных и сложных проектов в области культурной дипломатии. Он создаст в Палестине археологический музей и приедет в Москву и Ленинград для развития программ обмена.

Эндрю Карнеги был моложе Рокфеллера. Джону Рокфеллеру было 60, а Карнеги – 33 года, когда они создавали международную благотворительность. Рокфеллер тратил на благотворительность определенный процент доходов, а Карнеги отдавал излишки. Карнеги не имел влиятельного помощника. Однако он написал статью под названием «Учение о богатстве» (Gospel of Wealth), которая стала основой для американских бизнесменов. В статье он ставит вопрос о том, что делать с нажитыми деньгами, и предлагает три варианта ответа: первый вариант – отдать семье; второй – отдать обществу, и третий – потратить в течение жизни. Ему не нравятся все три варианта, и он не верит в благотворительность, поскольку 90% пожертвований истрачены глупо и неэф-

фективно. Поэтому существует только семь сфер, в которые имеет смысл вкладывать пожертвования: университеты, библиотеки, медицина, общественные парки, концертные залы, общественные бассейны и церкви.

Он начал с Англии, поскольку сам родился в Шотландии, в маленьком городке Данфермлин. Карнеги создает фонд “Carnegie Dunfermline Trust” для поддержки библиотек, проведения лекций, создания концертных холлов и т. д. в соответствии со своими взглядами, выдвинутыми в статье. Бизнесмен передал акции своей компании (United States Steel Company) шотландским университетам. Сегодня они получают пожизненный доход для поддержки бедных студентов. После продажи части своей сталелитейной империи Моргану в 1908 г. Карнеги начинает вплотную заниматься благотворительностью: создает исследовательский институт – Carnegie Institution of Washington. Институт финансирует исследования в области точных наук и занимается распространением публикаций по всему миру. Также он создает Carnegie Corporation в 1911 г. для помощи образовательным учреждениям, библиотекам и снова – для распространения публикаций по всем странам. Распространение знаний – библиотеки – стало его любимым проектом, через который он пришел к идее о взаимопонимании наций. Карнеги верил в силу влияния библиотек на умы. Он считал, что библиотеки предоставляют шансы для бедных стать богаче и возможности для повышения социального статуса: 125 библиотек было построено в Канаде; 43 – в различных европейских колониях; 660 – в Великобритании и Ирландии. Он также создает Carnegie Hero Fund Commission для денежного вознаграждения тех, кто пытался спасти человеческую жизнь. Проект был крайне популярен, и герои награждались в Англии, Франции, Германии, Италии, Бельгии, Норвегии, Швеции, Швейцарии и Дании. Король Англии Георг VII похвалил Карнеги за его деятельность.

Примерно в это время Эндрю приходит к мысли, что деньги надо вкладывать в продвижение мира и взаимопонимание между странами. Его родители были борцами за мир, а Эндрю продавал оружие. Он хотел как-то оправдать себя в глазах мировой общественности. На него также оказал влияние президент Тафт, который заявил в 1910 г., что все международные споры должны улаживаться через арбитраж. Карнеги решает поддерживать различные организации, выступающие за мир. Именно так возник знаменитый и ныне существующий «Фонд в поддержку мира» (The Carnegie Endowment for International Peace). Фонд финансировал проекты по изучению международного права, использовал свои библиотеки для распространения информации о том, как

избежать войн, и поддерживал пацифистов. Несколько ранее, в 1907 г., Карнеги профинансировал по запросу правительства Голландии создание Дворца мира в Гааге, и его деньги участвовали в строительстве здания для Лиги Наций, предшественницы ООН. Как показала история, Э. Карнеги оказался самым щедрым филантропом и потратил на благотворительность почти все свое состояние.

Но подобная деятельность фондов США вызывала общественный скептицизм. Фонды называли придатком корпораций, которые служат для того, чтобы промышленники имели дополнительные ресурсы давления на американских рабочих. Рокфеллеру и другим ставилась в укор их международная благотворительность, что лучше быть голодным бельгийцем или птицами, чем американскими рабочими, получающими поддержку со стороны Рокфеллера. Американские профсоюзы стали основными критиками деятельности фондов. Лидер профсоюзов С. Гомперс утверждал, что до тех пор, пока фонды поддерживают науку, медицину и т. д., их деятельность полезна; но если их усилия направлены на то, чтобы стать механизмом для формирования мыслей людей в тот период, когда идет индустриальная борьба за улучшение условий жизни, то их деятельность должна быть запрещена или ограничена законом.

Критика была настолько острой, что в Конгрессе накануне Первой мировой войны создали комиссию по расследованию деятельности фондов Рокфеллера, Карнеги, Сейджа и др. Комиссию возглавлял Ф. Уолш (Frank Walsh). На слушания были вызваны создатели фондов, различные участники благотворительных акций, эксперты и др. Они были подвергнуты серьезному допросу. В итоге мнения комиссии разделились. Сам Уолш и его сторонники представили отчет, в котором указали, что фонды представляют угрозу обществу и политике, они должны быть уничтожены, или их существование должно полностью контролироваться Конгрессом. Противники такого заключения подготовили свой отчет и указали, что фонды не представляют угрозу обществу, они должны продолжать международную деятельность, однако Конгресс должен принять закон о регулировании их деятельности. В итоге комиссия не сумела продвинуть закон о контроле за фондами. И до конца 1960-х гг., когда в США появился закон о налогах для некоммерческих организаций, деятельность фондов действительно была свободной и независимой от правительства. Однако во время слушаний были сформированы основные принципы работы благотворительных организаций. Эти принципы были озвучены создателями фондов или их представителями.

Этими принципами руководствуются сегодня все благотворительные фонды во всех странах мира: никогда не поддерживать проекты, если они направлены на внутреннюю деятельность организации или на ее обогащение; никогда не предоставлять вечное финансирование; между такими проектами, как поддержка инвалидов или решение социальных проблем, выбирать последнее, поскольку такие проекты способны оказать долгосрочное воздействие на общество; не поддерживать местные организации; целесообразно принимать заявки, если они хорошо продуманы, если в них есть такие пункты, как цели (которые должны быть выполнимы), указаны специалисты, которые могут взять ответственность по реализации проекта, точная программа действий и объем финансовых средств. Наконец, вся деятельность фонда должна быть прозрачной для общества посредством публикации ежегодных отчетов (annual reports).

Тогда же на слушаниях появился Генри Форд, еще один успешный американский бизнесмен, создавший первый популярный автомобиль в США (Model T). Он выступал против международной благотворительности. Но пройдет еще несколько лет, и Фонд Форда станет самым крупным международным филантропом, который откроет новые университеты и библиотеки по всему миру и станет основным партнером правительства США по оказанию зарубежной помощи.

К 1939 г. американские фонды раздали около 1,3 млрд долл. зарубежным странам. Однако это вызывало раздражение со стороны правительства США, которое по мере роста международной благотворительности осознавало, что частные фонды должны выполнять запросы внешней политики. Перед Второй мировой войной и после нее между представителями фондов и правительством возник конфликт о месте и роли филантропических организаций во внешней политике. И снова американская общественность стала обсуждать вопрос о целесообразности международной благотворительности. Фонды считали, что надо сохранить аполитичность своих международных программ. А политики заявляли, что международные программы фондов должны защищать внешнеполитические интересы США, т. е. служить национальной безопасности США. Фонды должны участвовать в демократизации европейских стран и бороться с коммунизмом. К началу 1950-х гг., когда развернулось масштабное идеологическое противостояние между СССР и США, фонды Форда, Карнеги и др. стали частично согласовывать свои программы с внешнеполитическими интересами США, а в попечительских советах появились бывшие конгрессмены, госсекретари и политики. Именно в те годы Фонд

Форда и его глава – Пол Хофман – стал администратором плана Маршала в Европе. Эта программа финансировалась правительством США для восстановления экономики западноевропейских стран. В Германии американские фонды создали Свободный университет в Берлине, финансировали программы обменов со странами Восточной Европы в 1960-е гг. и помогали правительству осуществлять многочисленные программы благотворительности в развивающихся странах.

Строптивость фондов и их независимая позиция оказали влияние на правительство США, которое понимало значимость международной помощи другим странам. Вопрос о помощи в контексте холодной войны стал вопросом политическим. В 1961 г. в США впервые появляется правительственное ведомство, которое отвечало за программы правительственной международной помощи – Агентство международного развития США. Теперь не частные благотворительные фонды, а правительство взяло на себе функцию по формированию и реализации политики зарубежной помощи (*foreign aid*) за счет денег федерального бюджета США. Помощь странам Третьего мира, модернизация экономики, политики и социальной жизни, борьба с болезнями и помощь пострадавшим во время бедствий и катастроф – основные проекты Агентства. Ведомство, тем не менее, повторяет принципы и цели международной благотворительности начала XX в. Но правительство финансирует и контролирует свои расходы и привлекает к работе частные международные фонды США. Более того, тогда, в 1960-е гг., когда шло настоящее противостояние между СССР и США за политическую ориентацию стран Африки, Азии и Латинской Америки, принципы благотворительной помощи были самым эффективным средством для сдерживания идеологии коммунизма. Борьба с бедностью, обучение, медицина и развитие инфраструктуры оказывали самое благоприятное влияние на страны-реципиенты. Агентство международного развития возглавлял директор, имевший статус помощника госсекретаря. Были созданы региональные отделы, которые ведали вопросами оказания помощи странам Африки и Европы; Ближнего Востока и Южной Азии; Дальнего Востока и Латинской Америки. Необходимость оказания помощи обсуждалась с американским дипломатическим корпусом, находившимся в данной стране, и выработывался план реализации различных программ. План направлялся директору Агентства международного развития, который определял наиболее подходящую форму помощи – гранты на развитие, обучение специалистов или поставку оборудования и учебных материалов. После

утверждения конгрессом объема финансирования программ региональные отделы Агентства осуществляли программы в зарубежных странах. В этой помощи принимали участие и частные фонды, которые помогали правительству США строить плотины, возводить заводы, школы, больницы.

Закон о налогах (Tax Reform Act) 1969 г. окончательно поставил работу фондов под правительственный контроль. Закон создал понятие неправительственных организаций, и фонды получили статус «благотворительных организаций» (charitable organizations). Появилось официальное определение благотворительных организаций – это организации, которые тратят определенный процент от дохода на благотворительность и поэтому освобождены от уплаты некоторой части налогов. Индивидуальные жертвователи могли быть освобождены от налогов на доход, если совершают разные формы пожертвования (gifts). Однако число частных фондов стало сокращаться, поскольку налоги сокращались до 20%, если американец жертвовал свои деньги в частный фонд, и на 50% – в другие виды фондов, как, например, общественный или религиозный. Также закон уничтожил свободу в создании программ частных фондов. Программы не должны содержать элементы политики, поддерживать принятие законов и пр.

Деятельность благотворительных фондов получила новый толчок в середине 1970-х гг., когда разрядка (потепление отношений между Западом и Востоком) привела к подписанию так называемого Хельсинского акта 1975 г. Это был договор между всеми странами Европы, СССР и США о расширении обменов в области культуры и образования, защиты прав человека и о создании открытых границ между странами. Два этих положения – защита прав человека и открытость государств – стимулировали создание и работу еще одного американского частного фонда – Фонда Сороса. К середине 1970-х гг. Джордж Сорос стал одним из самых богатых людей США, ему в это время было около 50 лет, его брак распался, а дети выросли. Он был мало известен в США, никогда не занимался благотворительностью и не имел никакого общественного признания. Под влиянием политики разрядки и потепления отношений между Западом и Востоком в 1979 г. он создает философию открытого общества и фонд Сороса, официально названный “Open Society Fund”. Он много путешествует, дискутирует с видными политиками, приезжает в ЮАР и встречается с Н. Манделой, диссидентами из СССР и стран Восточной Европы, что укрепляет его в вере о необходимости вкладывать деньги в поддержку демократических движений. Он связыва-

ется с известной правозащитной организацией “Helsinki Watch”, которая при поддержке фонда Форда занималась мониторингом прав человека в странах, подписавших Хельсинский акт. Он читает письма Сахарова и откликается на его просьбу о том, что надо обеспечить международную поддержку и финансирование данной организации. Он помогает польским диссидентам и буквально выкупает из рук режима поэта и будущего нобелевского лауреата Чеслова Милоша (Czeslaw Milosz). Имея венгерские корни, он создает в Будапеште Фонд для поддержки культуры и образования с финансированием в 1 млн долл. ежегодно. Фонд стал фундаментом для поддержки сотни тысяч ученых и деятелей культуры в странах Восточной Европы и России, которые оказались за чертой бедности после распада социалистического блока. Сорос верил в реформы М.С. Горбачева, и уже в 1986 г. он прилетает в Москву, где предлагает открыть филиал своего фонда. Он видел только А. Сахарова директором данного фонда. Но основным его проектом оказалась программа по укреплению связей между США и Россией (Soviet American Foundation Cultural Initiative), которая просуществовала до начала 2000-х гг. Фонд Сороса* и сама личность Сороса подвергались критике со стороны многих правительств за его возможное вмешательство во внутренние дела иностранных государств. Однако есть много свидетельств того, что Дж. Сорос недооценил потенциал коррумпированности сотрудников своих многочисленных фондов, которые использовали деньги для продвижения своего бизнеса в разных странах.

Несмотря на все сложности и препятствия в работе американских организаций, которые реализовывали проекты международной филантропии, частные фонды и правительство США продолжают свою деятельность в области зарубежной помощи. Бюджет Агентства международного развития составляет около 40 млрд долл. на самые различные программы помощи, а бюджет самых крупных 600 американских фондов, которые работают в мире, – в сотни раз больше правительственных дотаций. В итоге сама история становления Америки распорядилась так, что частные пожертвования и работа частных фондов в разы превышает масштабы международной благотворительной деятельности правительства США.

* Нежелательная организация в России.

Для дальнейшего изучения

Цветкова Н.А., Ярыгин Г.О., Антонова И.А. К вопросу о создании программ международного развития в публичной дипломатии России: деятельность U.S. AID в зарубежных странах // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. 2014. № 1. С. 154–163.

Agency for International Development. URL: www.usaid.org (дата обращения 15.10.2021).

Arnove R.F. Philanthropy and Cultural Imperialism: The Foundations at Home and Abroad. Boston, 1980.

Berman E.H. The Influence of the Carnegie, Ford and Rockefeller Foundations on American Foreign Policy: The Ideology of Philanthropy. N.Y., 1983.

Curti M. American Philanthropy Abroad. New Brunswick, 1963.

Fosdick R.A. The Story of Rockefeller Foundation. London, 1952.

Knack S. Does Foreign Aid Promote Democracy? // International Studies Quarterly. 2004. Vol. 48. No 1. P. 251–266.

Mason E. Foreign Aid and Foreign Policy. N.Y., 1964.

Nielsen A. The Big Foundations. N.Y., 1972.

Электронные ресурсы

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Foundation Center. URL: www.fdncenter.org (дата обращения 15.10.2021).

Тема 6. Индустрия туризма как культурный международный проект США

Пролог американской индустрии туризма

Когда американские солдаты оказались во Франции в 1944–1945 гг., временное правительство в Париже очень хотело показать им ту самую страну, красивую и завораживающую, которая существовала до войны. Однако средств на проведение экскурсий и туров не было, так же, как и возможности прокормить солдат и где-то их расселить. Именно тогда, в 1945 г., родилась идея попросить правительство, военную администрацию и дипломатов США посодействовать в организации весьма необычного путешествия для американских солдат по окрестностям Парижа. США откликнулись. Была подготовлена еда, найдены и оплачены места для проживания, а французы составили схему маршрута и 200-страничный сборник статей о культурном величии Франции. Книга давала представление о том, как выглядела Франция до войны и как она будет выглядеть в недалеком будущем, когда читатель вернется сюда вновь, уже в качестве полноценного туриста. На обложку поместили изображение женщины на фоне контура страны, а при упоминании Франции использовали местоимение «она» (she). Тем самым французы подчеркивали, что их страна попала в беду и ей требуется помощь сильной Америки, как женщинам требуется поддержка со стороны сильных мужчин. Около 35 000 американских солдат стали участниками этой необычной программы, а туризм неожиданно вошел в военную, политическую и культурную жизнь.

Европа, где многие американцы нашли свою гибель, вызывала у американских военных противоречивые чувства. В 1946 г. французские дипломаты в Вашингтоне получили еще одно предложение от американских властей: 20 000 американских ветеранов Первой мировой войны хотели отдать дань уважения погибшим солдатам в двух войнах. Для французов данное предложение стало еще одним испытанием с точки зрения того, где

разместить и как накормить такое число американских туристов в послевоенном разрушенном Париже. Инфраструктура была разрушена, экономика – в кризисе, сами французы изрядно голодали. Франции не хотелось показывать масштаб бедствий, но отказывать таким гостям было неудобно. Президент Франции поручил это деликатное дело будущему президенту Франции, а тогда министру по делам ветеранов Ф. Миттерану. Была разработана программа тура по полям сражений, а американские дипломаты, понимая, что французам не накормить и не напоить такое количество ветеранов Первой мировой войны, отправили вслед за путешественниками еду и виски. Вернувшиеся путешественники оставили огромное число заметок и воспоминаний о своем опыте, напоминая американцам, что разрушенная Франция и Европа просят о помощи. Это путешествие сыграло важную роль в развертывании «Программы восстановления Европы» в 1949 г., предложенной государственным секретарем США Джорджем Маршаллом (George Catlett Marshall). Поэтому программа получила название «План Маршалла» (Marshall Plan).

Таким образом, после Второй мировой войны туризм начал восприниматься как часть культурной дипломатии. Отели, производители кемперов и туристического оборудования, авиакомпании и службы кейтеринга (ресторанное обслуживание на выезде), туристические и рекламные агентства, авторы путеводителей и издатели специализированных журналов стали частями единой инфраструктуры, поддерживаемой правительством США. Американские власти начали использовать туризм и туристический бизнес как одно из средств увеличения контактов между американцами и другими народами. Ведь туризм обладает одним сильным свойством, которого нет в других формах дипломатии, – он ломает барьеры и границы посредством путешествий, приключений и общения людей в самых неожиданных ситуациях. Международные фестивали, спортивные мероприятия, выставки, открытие новых музеев, найденные археологами артефакты или даже упавший метеорит и тому подобные вещи создают условия для разнообразного взаимодействия между людьми. Причем эти люди оказываются связаны очень крепко на весь период своего путешествия – их соединяет общий интерес к футболу, выставкам, библиотекам, достопримечательностям, они свободно транслируют культуру и традиции своей страны. Туристы, оказываясь на круизных лайнерах или в отдаленных кемпингах, выстраивают культурные мосты между странами.

Как Соединенные Штаты превращались в нацию туристов

Американцев можно считать нацией туристов. Уже с самого начала существования США элита общества пересекала Атлантику для путешествий в Европу. Неофициальная дипломатия, получение образования, бизнес-интересы, а также модные магазины Европы были основными причинами для покупки дорогих билетов и осуществления длительного трансатлантического путешествия на корабле. Путешествие Томаса Джефферсона во Францию считается одним из первых типов американского путешествия: официальные визиты сочетались с осмотром достопримечательностей и музеев. Параллельно происходило формирование идентичности и облика первой американской элиты в глазах европейцев. Путешествия были дорогим удовольствием, и только самые богатые американцы могли позволить себе непосредственное изучение жизни среднего и высшего класса европейцев, а также использовать увиденное для преобразования американской повседневной культуры.

Начало использования парового двигателя на кораблях, пересекавших Атлантику, в 1850-е гг. увеличило число американцев, которые отправлялись за океан. В последней трети XIX в. и вовсе начался бум путешествий в Европу: число туристических поездок увеличилось с 35 000 в 1870 г. до 250 000 к началу Первой мировой войны. Именно в те годы приобрел большую популярность такой литературный жанр, как травелоги. Американские писатели и простые путешественники специально осуществляли туры по разным странам, чтобы оставить свои заметки или книги о стране пребывания. Данный жанр пользовался спросом из-за склонности авторов акцентировать внимание на разнообразных удивительных приключениях и встречах, что, в свою очередь, увеличивало число желающих отправиться в Европу. Европейские страны, и прежде всего Франция, оказались самыми притягательными местами для богатых американских туристов. За Францией следовали Италия и Великобритания. Потом в списке появились Филиппины и Куба. Но они не могли соперничать с Европой, которая была для американцев их *Alma Mater*.

В 1920-е гг. артисты и художники, интеллектуалы и политики, а также те американцы, кто имел финансовую возможность пуститься в бегство от сухого закона в США, направлялись в Европу. Европа оказалась настолько привлекательной, что американские инвесторы начали вкладывать деньги в отельный и тури-

стический бизнес. Например, в 1928 г. в Париже был построен ультрасовременный по тем временам отель с использованием холодильников и кондиционеров – отель Георга V (Hôtel George V), который и до сих пор остается фешенебельным местом. Его владельцем стал американский бизнесмен, который привнес различные инженерные инновации, а французские архитекторы вписали отель в самое сердце Парижа. На протяжении следующих пятнадцати лет отель притягивал к себе многих американских звезд, богатых туристов и стал частью парижской ночной жизни. Перед началом Великой депрессии США достигли пика числа туристических поездок – 359 000 в год. К этой цифре им не скоро будет суждено вернуться из-за Великой депрессии (1929–1933) и начала Второй мировой войны, которые подкосили развитие туризма.

Число ежегодных пассажирских рейсов через Атлантику сократилось с 91 в 1937 г. до 14 в 1945 г. Но, с другой стороны, война способствовала усовершенствованию кораблей и самолетов, которые быстро нашли свое применение в качестве новых модернизированных средств туризма. Новый бум туризма начался в 1947 г., когда правительство США ликвидировало такие последние ограничения на путешествия американцев в зарубежные страны (выезд и ограничение приезда граждан из воюющих стран), а различные корабельные и авиакомпании стали приспособлять военные суда и самолеты для транспортировки туристов за счет дотаций со стороны правительства. Более того, рост благосостояния американцев после окончания Второй мировой войны, что повлекло за собой формирование среднего класса, также способствовал буму путешествий граждан США в зарубежные страны. Миллионы американцев могли заплатить за такой вид отдыха.

Такие компании, как «Юнайтед Стейтс Лайн» (United States Lines) и «Пан Американ» (Pan American World Airways), первыми осознали перспективу использования военных судов и самолетов для развития туризма. Правительство США охотно поддерживало инициативы сначала корабельных, а потом и авиакомпаний, вкладывая значительные суммы в приспособление военных судов или самолетов для гражданских нужд. Началась эпоха партнерства между правительством и частным бизнесом в области туризма. Например, «Юнайтед Стейтс Лайн» стала первой компанией, которая трансформировала свои военные суда в так называемые корабли для туристов (leisure travel). Компания получила невиданную по тем временам сумму от правительства в размере 78 млн долл., чтобы модернизировать и перестроить свои 46 военных кораблей.

За ней последовала авиакомпания из Майями – «Пан Американ». Ее директор, звезда массового туризма Хуан Трипп (Juan Trippe), решил превратить компанию в лидера по перевозке туристов из США в Европу. Он был известным человеком в правительственных кругах, поскольку еще с конца 1920-х гг. ему удалось получать заказы от вашингтонской администрации. К началу войны его авиакомпания превратилась в монополиста по осуществлению военных, почтовых и пассажирских перелетов через Атлантику. У «Пан Американ» появились конкуренты в лице авиакомпаний *TWA* и *American Airlines*. Но все они отставали в одном – в масштабе мышления. Компания «Пан Американ» и его управляющий решили осуществить переворот в американском туризме – сделать его реально массовым и доступным для всех американцев. И этот замысел прекрасно вписывался в новую глобальную внешнюю политику правительства. Деятельность этого американца на пути модернизации самолетов и снижения стоимости билетов, а также его работа с журналами и газетами по рекламированию туризма привела к началу эпохи так называемого «народного интернационализма» (*populist internationalism*) как формы становления глобальной нации американцев через массовый туризм. Правительство США, которое выстраивало новую политику по продвижению американской культуры и ценностей, нашло в лице туриста новый инструмент культурной дипломатии. Деятельность Хуана Триппа оказалась очень кстати в тот момент, когда США необходимо было поддерживать имидж свободной страны и расширять влияние в зарубежных государствах. Трипп произнес слова о том, что «“Пан Американ” станет инструментом для расширения горизонтов в мире, и мир станет единым для всех в эпоху авиаперелетов»²⁵ вошли в культурную дипломатию новой Америки.

Трипп очень хотел заставить другие авиакомпании согласиться на снижение стоимости билетов и для этого занял место главы влиятельного Комитета по зарубежному туризму (*Committee on Foreign Travel*). Его проекты появились в тот момент, когда Вашингтон был озабочен распространением идеологии коммунизма и популярностью радикальных левых идей среди рабочего класса внутри США. Трипп утверждал, что народный туризм создаст нового американца, который отойдет от левых взглядов, и пытался уговорить правительство ликвидировать налоги на туризм, визы, а также снизить стоимость билетов. Он призывал пе-

²⁵ *Endy Ch. Cold War Holidays: American Tourism in France. The University of North Carolina Press, 2004. P. 57.*

ревети «любого фермера и рабочего в Европу, и люди осознают свою новую ответственность как граждан самой сильной нации на земле»²⁶. Эти слова совпадали с новой политикой правительства после окончания Второй мировой войны. Америка начала эпоху новой политики помощи странам Европы. Требовался голос простого американца в тех из них, где разворачивалось противостояние между коммунизмом и либерализмом.

План Маршалла – пакет самой разнообразной помощи со стороны США для стран Западной Европы – оказался самым сильным драйвером для поддержки туризма со стороны правительства и начала нового туристического бума в США. Европе нужны были американские инвестиции и доллар, ей нужны были туристы из США, чтобы перестроить отельный сервис и стимулировать развитие малого бизнеса. Туризм стал самым быстрым способом помощи зарубежным странам в получении крепкой валюты, в расширении рабочих мест, а также эффективным способом для распространения американской культуры и ценностей. Наряду с авиакомпаниями такая финансовая компания, как «Американ Экспресс» (American Express), известная во всем мире выпуском тревел-чеков и кредитных карт, лоббировала в правительстве идею о поощрении граждан к туризму. Поскольку Европа не имела товаров для экспорта в США и не могла заработать доллары, то лучшим и благородным способом помощи мог стать турист, который привезет эти доллары с собой. И для европейцев это было бы не унижительной подачкой, а честно заработанными деньгами. Так рассуждал частный американский бизнес.

Данная идея оказалась настолько привлекательной, что даже самые заядлые противники плана Маршалла поддержали оказание помощи через туризм. В марте 1948 г. программа продвижения американского туризма в Европе стала частью плана Маршалла. В нее входили такие положения, как проведение рекламных кампаний внутри США, снижение пошлин для американских туристов на приобретенные в Европе товары и др. Было создано отдельное ведомство по туризму в рамках Администрации экономического сотрудничества (Economic Cooperation Administration), которая распределяла помощь по плану Маршалла. Отдел получил название – развитие туризма (Travel Development Section). Именно этот отдел реализовал на практике идеи о товарах беспошлинной торговли (duty-free) и дешевых билетах, а также многие другое, на чем держится современный международный туризм. Известный дипломат, работавший в СССР, А. Гарриман

²⁶ Ibid. P. 50.

(Averell Harriman) стал руководителем данного отдела. Он открыл филиалы отдела в шестнадцати странах Европы, и они стали заниматься продвижением туризма, инвестированием, переустройством отелей и туристических агентств, а также рекламой.

Становлению массового туризма способствовало развитие техники и технологий. Появление реактивных самолетов в гражданской авиации в конце 1950-х гг. окончательно открыло эпоху массового туризма. Реактивные самолеты увеличили скорость перелетов, снизили временные затраты и, самое главное, лишили туризм элитарного характера. Теперь и простые американцы могли себе позволить отдых на Лазурном берегу, получили возможность увидеть самые разные страны и стать полноправным участником туристической дипломатии. Реактивный пассажирский самолет способствовал победе Х. Триппа, бессменного руководителя компании “Pan American”, над ценовой политикой. Он в течение десяти лет сумел радикально снизить цену на билеты своей компании, несмотря на критику со стороны других перевозчиков. В США, а потом во всех странах, появился «билет экономического класса», цена которого была ниже на 20%. Трипп утверждал, что билет туристического класса – это самый важный этап в истории авиации после трансатлантического перелета Чарльза Линдберга в 1927 г. и запуска реактивных самолетов. Кроме налоговых льгот для туристов и снижения стоимости перелетов правительство США вместе с частным бизнесом стало «удешевлять» рестораны и кафе на круизных трансатлантических лайнерах. Рестораны стали превращаться в простые кафетерии, в которых можно было купить, например, хот-дог. Эта модернизация сразу же снизила цену на билет вдвое: вместо билета за 155 долл. можно было купить билет за 75 долл. и добраться до Европы.

Американскому правительству были крайне выгодны частные инициативы, которые способствовали созданию массового туризма. Политическая обстановка требовала развития дешевого туризма, чтобы обыкновенный человек, владелец магазина и мелкого предприятия, служащий, школьный учитель и домохозяйка могли стать туристами (he ordinary man, the shop keeper, the small industrialist, the technician, the school teacher and the housewife). Именно поэтому правительство США, со своей стороны, откликалось на просьбы частного бизнеса о снижении визовых барьеров, участвовало в регулировании рейсов в разные страны, договаривалось с иностранными правительствами о развитии авиаперелетов и снижало пошлины для простых американцев на привоз товаров из-за рубежа. Так, например, в начале 1950-х гг. американский

турист мог привести товаров на 500 долл., которые не облагались пошлинами. Правительство поддерживало владельцев отельного бизнеса в их стремлении строить новые отели в Европе, Азии и Латинской Америке. Именно тогда Конрад Хилтон (Conrad Hilton) получил государственные заказы на строительство отелей в разных странах Европы и Латинской Америки.

В итоге туризм оказал существенное влияние на восстановление экономики Европы. Начиная с 1949 г. четверть всех долларов, которые зарабатывала Европа, ежегодно поступала от американских туристов. Только за первые четыре года существования плана Маршалла (с 1948 по 1951 г.) американские туристы привезли в одну Францию 9% всей американской помощи. А в среднем каждый американец оставлял 742 доллара в странах Европы, исключая перелет. Ежегодно американцы осуществляли 359 000 путешествий через Атлантику, а уже к началу 1970-х гг. число путешествий достигло отметки 2,9 млн в год.

СМИ и массовое потребление туризма

Без американских СМИ не было бы международного туризма, и США никогда бы не превратились в нацию туристов. Реклама и пропаганда туристического образа жизни сначала для среднего класса, а потом и для самых широких слоев населения оказали существенное влияние на жителей США. Конструирование образа туриста как продвинутого в культурном отношении человека или туризма как части жизни уважаемых успешных семей сделали свое дело. Американцы стали массово выезжать из страны в конце 1940-х – начале 1950-х гг.

Первым журналом, специально созданным для пропаганды туризма, был *Travel*, а известное издание *Redeare's Digest* уже в 1949 г. опубликовало первую инструкцию о том, как быть американцем за границей. Журналы, травелоги и кинематограф изменили восприятие американцами других стран. Уходила в прошлое та эпоха, когда Старый Свет противопоставлялся «новой» Америке. Например, известная книга Генри Джеймса (Henry James) под названием «Дейзи Миллер» (*Daisy Miller*) 1879 г. посредством создания яркого образа американской девушки противопоставляла «старую порочную Европу» и «чистую и непорочную Америку». Дейзи Миллер, отправившись из США в Европу, погибла там. Книга вызвала широкий резонанс, а имидж Европы был радикально испорчен в глазах читателей. Теперь подобная литература выходила из моды. Наоборот, Европа показывалась

как фемина, которая нуждается в помощи сильного американца. А такие фильмы, как «Последний раз, когда я видел Париж» (The Last Time I Saw Paris) или «Касабланка» (Casablanca), демонстрировали красоту европейских городов и силу духа европейских народов.

Травелогии, составленные американской интеллектуальной элитой, продвигали еще одну очень важную идею того времени: американцы – это часть трансатлантического союза между европейцами и США. В 1950-е гг., когда создавалось экономическое, политическое и военное партнерство между Европой и США, подобные идеи способствовали мобилизации общества на глобальную дипломатию посредством туризма. Такие журналы, как “Holiday”, поддерживались правительством, чтобы привлекать американцев к международному туризму, а специальные разделы по путешествиям в газете “New York Times” бомбардировали читателей краткими заметками и рекламой. Женские журналы, такие как the “Ladies’ Home Journal” показывали привлекательность шоппинга в Европе и разыгрывали туры в европейские страны. Реклама финансировалась за счет средств плана Маршалла и являлась частью американской культурной дипломатии.

Кульминацией рекламы туризма стал известный фильм «Джентльмены предпочитают блондинок» (“Gentlemen Prefer Blondes”), в котором Мерлин Монро (Marilyn Monroe) и Джейн Рассел (Jane Russell) создавали романтические представления о путешествии в Европу: флирт с пассажирами на французском круизном лайнере, шоппинг и бутики, безусловно, привлекали внимание зрителей.

В конце 1950-х – начале 1960-х гг. книги-гиды по странам стали популярными. Бестселлером стала книга путешественника и бизнесмена Т. Филдинга «Тревэл-гид по Европе» (Fielding’s Travel Guide to Europe). Книга стала настольной для тысяч американцев. К ней часто обращался президент Джон Кеннеди. Популярность была обусловлена необычным подходом автора: он собрал воедино все возможные тревоги и страхи американцев о путешествиях по Европе. Впервые книга предлагала список инструкций о том, как одеваться, как давать чаевые, где найти рестораны местной кухни, как избежать штрафов и пр. Сегодня такой информацией не удивишь читателей гидов, но тогда данная книга стал первой, которая помогала простым американцам отправиться в свое первое путешествие. «Тревэл-гид по Европе» чрезвычайно способствовал развитию массового туризма.

В 1957 г. появился еще один бестселлер под названием «Европа за 5 долл. в день» (Europe on \$5 a Day). Артур Фроммер

(Arthur Frommer) подарил Америке еще один вид туризма – бюджетного, что также не имело прецедентов в туристической дипломатии. Вдруг стало ясно, что можно найти бюджетные хостелы и совсем необязательно останавливаться в шикарных отелях или обедать в дорогих ресторанах, как было принято ранее.

Многоликий американский туризм: от официальных делегаций до туриста с рюкзаком

Окончательно туризм стал частью культурной дипломатии США, когда президент Д. Эйзенхауэр заговорил о туризме как политическом инструменте. Многие критики помощи Европе говорили, что мы должны торговать, а не помогать (*trade, not aid*), на что президент ответил своей известной фразой – «каникулы, а не дотации» (*vacations, not donations*). Фраза относилась именно к дополнительному поощрению туризма, что было зафиксировано в известной стратегии президента под названием «помощь, которая развлекает» (*foreign aid that's fun*). Дотации, реклама и массовость сделали свое дело: к середине 1950-х гг. американские туристы оставили в других странах более 1,27 млрд долл., что вдвое превышало бюджет программ американской помощи.

Но массовый туризм неожиданно обернулся и своей негативной стороной из-за грубого поведения некоторых американцев в зарубежных странах. Незнание языка, культуры и традиций других стран породили образ «отвратительного американца» (*ugly American*). Многие сторонники развития туризма призывали правительство не выпускать граждан из США, пока они не выучат слово «спасибо» на языке той страны, которую они собирались посетить. Президент США и различные компании убеждали туристов в необходимости изучения основ иноязычной культуры.

Воспитание американского туриста, а также намерение президента использовать туристов в качестве послов доброй воли в политике «холодной войны» были реализованы в известной программе по созданию образа «благонравного американца». В 1952 г. была выпущена специальная брошюра под названием «Что я должен знать, когда я путешествую за границу?» (*What Should I Know When I Travel Abroad?*). Брошюра несколько раз переиздавалась и имела несколько вариантов в зависимости от того региона, куда направлялся путешественник. Более 20 туристических агентств в США распространили сотни тысяч таких брошюр, подготовленных правительством. Брошюра не просто

раскрывала кодекс вежливого поведения американца, но и показывала основы внешней политики США. Например, был такой раздел: «Как США относятся к колониализму» (What is the U.S. attitude towards colonialism?). Турист должен был уметь давать ответы на любые вопросы, которые могут возникнуть во время путешествия. Брошюра стала своеобразным мостом между жестким контекстом периода «холодной войны», где жизнь американцев критиковалась советской пропагандой, и мягким туристическим путешествием, которое предполагало отдых, расслабленность и веселье. Именно тогда и прозвучала знаменитая фраза, что «турист – это неофициальный посол нации» (unofficial ambassador).

Но президент Эйзенхауэр известен в истории дипломатии туризма не только установкой на формирование статуса вежливого американца. Поощрение и поддержка туризма осуществлялась также посредством создания самой удивительной программы, названной “People-to-People Program”. Данная программа стала одной из форм официального туристического обмена между отдельными профессиональными группами, а также между различными ведомствами, заводами, больницами и пр. Программа предполагала обмен делегациями в определенной области: например, юристы едут к юристам, врачи едут к врачам, артисты едут к артистам в другие страны. Программа оказала серьезное влияние на общество в США, которое в принципе было склонно к объединениям в клубы по интересам. Созданный президентом Офис по взаимодействию с частным бизнесом (the Office of Private Cooperation) координировал работу более сорока американских организаций в самых разных сферах.

В сентябре 1956 г. президент Эйзенхауэр объявил о программе и создал фонд, который аккумулировал средства частных партнеров и деньги правительства. Уже к 1960 г. фонд накопил более полумиллиона долларов на осуществление разных видов обмена и туризма. Каждое путешествие сопровождалось постером “Make a Friend This Trip”. Параллельно появилась возможность записать слова дружбы и поддержки населению той страны, куда направлялась делегация. Так, например, сообщество польских американцев сделало аудиозапись для поляков, которые должны были повстречаться с американской делегацией экономистов. В поддержку данной программы банк «Чейз Манхэттен» выпустил серебряные доллары образца 1920-х гг., на которых было указано слово «мир» (peace). Эти монеты распространялись американскими участниками туристического обмена как символы щедрости и дружбы.

Программа расцветала и приобретала все большую популярность. Каждый мог попасть в состав делегации рабочих, фер-

меров, учителей, служащих и пр. и отправиться в официальную туристическую поездку. Представители самых разных организаций в области искусства, медицины, культуры, спорта, науки, члены профсоюзов, участники женского и молодежного движения, любители домашних животных и коллекционеры марок оказывались в рядах путешественников. Каждое путешествие включало в себя различные туристические поездки, знакомство со страной, общение со своими партнерами и более ста разных официальных и неофициальных мероприятий.

Сердечный приступ, случившийся у президента Д. Эйзенхауэра в 1955 г., поменял приоритеты в развитии народной дипломатии и обмена туристическими делегациями. Президент попросил своего молодого помощника, У. Уолша (William B. Walsh), расширить число туров в области медицины. Уолш создал проект «Надежда» или «Шансы на здравоохранение для каждого» (HOPE или Health Opportunities for People Everywhere) в виде корабля-госпиталя. На корабле под названием “Hope” работало более 100 иностранных докторов, которые посетили почти все страны мира, помогая лечить больных, передавая нужные лекарства и оборудование. Президент Д. Эйзенхауэр может гордиться своей программой, которая превратила групповой туризм в самый массовый проект культурной дипломатии США. Программа продолжает существовать и сегодня. Ее основной офис находится в штате Миссури, и более 20 тыс. американцев и их партнеров в зарубежных странах участвуют в туристических обменах каждый год.

Кроме частных поездок и обменов делегациями Америка подарила миру самые удивительные виды туризма. Часть из них исчезла из практики туристического бизнеса, но другая часть расцвела. Туризм между городами-побратимами (Town twinning) также родился из программы Д. Эйзенхауэра. Идея состояла в том, чтобы руководство самых маленьких городков разных стран устанавливало связи с американскими городками, и они обменивались делегациями и развивали туристический бизнес. Сегодня данный подход объединяет миллионы городов, которые направляют свои делегации в другие страны. Первые проекты городов-побратимов были реализованы в 1953 г., когда французский город Арль, расположенный на Лазурном берегу, договорился с американским городом Йорк (York), расположенным в Пенсильвании, о развитии туризма.

Другим видом туризма можно считать фестивальнй или музейный туризм. Фестивали соединяют молодежь. Например, Всемирный фестиваль молодежи, который был организован аме-

риканским правительством в разделенном Берлине в начале 1950-х гг., собрал больше 2 млн участников. Мобилизация молодежи для совместного общения стала одним из важнейших символов культурной дипломатии многих стран.

Кемпинги – оборудованный лагерь с местами для установки палаток – и кемперы – автомобиль с жилым помещением, а также турист с рюкзаком завоевали место в культурной дипломатии США. Еще в 1930-е гг. американское правительство стремилось познакомить американцев со странами Латинской Америки, а население этого региона отвлечь от немецкой пропаганды. Известные мультфильмы компании “World Disney” 1940-х гг. под названием «Микки Маус, Дональд Дак и Гуфи отправляются в путешествие на кемпере» (Mickey Mouse, Donald Duck and Goofy go on a Caravan trip) или «Озеро Титикака» (Lake Titicaca) открыли культуру перемещения туристов на кемпере. Знакомство с природой, с населением, обычаями и культурой сформировало новый вид культурной дипломатии: познавательный туризм с рюкзаком, что позже стало частью спортивного туризма. Но только в 1960-е гг., когда компания “Winnebago” создала «дом на колесах», этот подход был взят многими европейцами на вооружение. Данный вид туризма стал частью международного туризма.

Музейный туризм – один из самых распространенных видов туризма. Как только появляется новый музей, он начинает собирать вокруг себя туристов из многих стран. Например, в 1998 г. правительство США выделило грант на поддержку партнерства между известным американским музеем колониального периода (Colonial Williamsburg) в штате Вирджиния и музеем в Новгороде в России. Последний был полностью модернизирован, его коллекции пополнились новыми экспонатами, число туристов из России и других стран стремительно возросло.

Писательский туризм (travelogue-style tourism) – это целенаправленное посещение страны с целью написания мемуаров или травелогов о жизни и быте этой страны. Все мы знаем, что советские писатели Ильф и Петров объехали почти все Соединенные Штаты и оставили для нас замечательный травелог про «Одноэтажную Америку». Американские ученые и писатели также активно путешествовали по всему миру. Например, писатель Т. Драйзер и социолог Дж. Дьюи оставили интересные воспоминания о жизни советского общества в 1930-х гг. Подобные книги меняли восприятие стран, наций и культур.

Наконец, нельзя не вписать в историю развития дипломатии туризма такой вид путешествий, как академический туризм.

Институт стажеров, а точнее возможность для каждого студента, исследователя и преподавателя отправиться в страну для общения с коллегами на пару недель, месяцев или лет, называется системой стажировок. Такие туристы оставляют огромное число воспоминаний о стране. Оказалось, под покровом самых разных политических систем скрывается такой «этаж» жизни, как жизнь простых людей, которые транслируют систему ценностей, отличную от официальных заявлений или идеологии. Большую ценность в этом плане представляют воспоминания тех американцев, которые приезжали в Москву или Ленинград в 1970-е гг., чтобы побывать в библиотеках или архивах, пообщаться со специалистами по своей научной теме. Тезис о жизни простых советских граждан хорошо описан в воспоминаниях этих американцев, многие из которых стали известными политиками, профессорами или государственными чиновниками. Вот что пишет американский профессор истории Калифорнийского университета Хасегава Цуеши (Hasegawa Tsuyoshi) о своем пребывании в Ленинграде в 1970-е гг., когда он, будучи аспирантом, приехал в советский архив:

Я жил в маленькой комнате, деля ее вместе с двумя русскими аспирантами Сашей Кубышкиным и Толиком Земцовым. Саша сейчас преподает в Санкт-Петербургском государственном университете, а Толик занимает должность заместителя декана экономического факультета в Томском государственном университете. Это было замечательное время. У нас сложилась тесная компания, в которую входили советские аспиранты, французские и американские стажеры. Мы вместе готовили и ели, пили чай, обсуждали разные вопросы. Впечатление о России было позитивным. Я понял, что жизнь в России намного богаче под наружным слоем официальной идеологии²⁷.

Туризм – это самая массовая форма дипломатии, участники которой часто не осознают, что выполняют функции дипломатов. Они отвечают на самые каверзные вопросы о своей стране и демонстрируют уровень культуры и благосостояния. Туристы держат в руках инструменты дипломатии, которые в один момент могут изменить мнение о стране. Разные виды туризма открывают нацию с разных сторон. Попадая на горнолыжный курорт Швейцарии или в кемпинг этой страны, мы узнаем людей, которые

²⁷ *Крымская А.С.* Становление и развитие Института американских стажеров в Санкт-Петербурге. СПб., 2014. С. 257.

могут вести себя по-разному, но вместе с тем они демонстрируют характерные черты швейцарцев. Попадая в общество любителей искусства в Нью-Йорке или оказавшись с рюкзаком на склонах гор в штате Вашингтон, мы снова встречаем самых разных американцев, олицетворяющих свою нацию. И то, что может быть скрыто официальной культурной дипломатией, никогда не скроется от путешественников. Им под силу создавать и разрушать мосты между народами и странами.

Для дальнейшего изучения

- Дэвид-Фокс М.* Витрины великого эксперимента. Культурная дипломатия Советского Союза и его западные гости: 1921–1941 гг. М., 2015.
- Крымская А.С.* Становление и развитие института американских стажеров в Санкт-Петербурге. СПб., 2014.
- Пономарев Е.Р.* Типология советского путешествия. Путешествие на Запад в литературе межвоенного периода. СПб., 2013.
- Endy Ch.* Cold War Holidays: American Tourism in France. The University of North Carolina Press, 2004.
- David-Fox M.* The Fellow Travelers Revisited: The Cultured West Through Soviet Eyes // The Journal of Modern History. 2003. № 75 (2). P. 300–335.
- Levenstein H.* Seductive Journey: American Tourists in France from Jefferson to the Jazz Age. Chicago, 1998.
- Mikkonen S.* East-West Cultural Interactions and the Cold War. London, 2016.
- Tsipursky G.* Active and conscious builders of communism: State-sponsored tourism for Soviet Adolescents in the Early Cold War, 1945–53 // Journal of Social History. 2015. Vol. 48. № 1. P. 20–46.

Электронные ресурсы

- Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>
- People-to-People Program. URL: [http://www.ptpi.org/about us/index.jsp](http://www.ptpi.org/about%20us/index.jsp) (дата обращения 15.10.2021).
- Project HOPE. URL: <http://www.projecthope.org/and> <http://americanhistory.si.edu/hope/> (дата обращения 15.10.2021).

Тема 7. Американские спортсмены как посланцы доброй воли

Сегодня правительство США определяет место и роль спортивной дипломатии следующими фразами:

Спортивная дипломатия – это часть политики по укреплению отношений между США и другими странами. Спортивная дипломатия использует всеобщую страсть к спорту как способ для преодоления языковых и социокультурных различий и объединения людей²⁸.

Спортивная дипломатия – отдельное направление внешней политики государства, включающее в себя представительскую и дипломатическую деятельность, которая реализуется спортсменами. В этой деятельности используются спортивные события в целях вовлечения, информирования и создания привлекательного имиджа страны среди зарубежной общественности. Однако в отличие от многих стран спортивная дипломатия США зависит от традиций американского спорта и его модели.

Американский спорт – коммерческое предприятие, а прибыль – основная движущая сила спортивных организаций и институтов. Американская модель спорта отличается от европейской, и основное различие – это автономия спорта и незначительный уровень государственного вмешательства в управление спортивным движением.

В американской модели спорта существует большое различие между любительским и профессиональным спортом. Любительский спорт подразумевает соревнования с участием неоплачиваемых спортсменов. Профессиональный спорт регулируется правилами спортивных лиг. Фундаментальную роль в организации спорта играют школы и колледжи, а сочетание спорта с университетским обучением является уникальной особенностью именно США.

Система соревнований составляет еще одну особенность организации американской модели спорта. Основные спортивные

²⁸ Department of State. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewit0feLqODwAhXpk4sKHaaDBNwQFjAAegQIBBAD&url=https%3A%2F%2Feca.state.gov%2Fprograms-initiatives%2Finitiatives%2Fsports-diplomacy&usg=AOvVaw2jyZGNl3ADEFKs5E0rb5DW> (дата обращения 15.10.2021).

лиги в США являются закрытыми и полностью автономными. Это дает право каждой лиге определять, какие именно команды будут включены в ее состав. В отличие от Европы, где не существует лиг без команд, в США не существует команд без лиг. Состав закрытых лиг, составляющих основу американской модели спорта, основывается на коммерции и бизнесе, который спонсирует команды.

Данные факты влияют на реализацию спортивной дипломатии, которая в большей мере, чем в других странах, носит независимый характер от правительства.

Формы спортивной дипломатии

Когда же впервые спортивная дипломатия реально стала применяться в качестве инструмента для продвижения взаимопонимания, рекламы видов спорта и пр.? Первым проявлением американской спортивной дипломатии можно назвать мировое турне родоначальника современного бейсбола, создателя первого спортивного магазина и производителя первых профессиональных мячей для футбола, бейсбола и большого тенниса – Альберта Спалдинга (Albert Spalding).

Именно он придумал идею национальной бейсбольной лиги и создал спортивные мячи, которые мы часто видим по телевизору или владеем ими в качестве трофеев после спортивных игр. Он придумал перчатку для игры в бейсбол и стал автором первого свода правил для этой игры.

В 1888 г. А. Спалдинг собрал всех звезд американского бейсбола и повез их по различным странам мира с целью рекламы игры и получения возможной прибыли. Его игроки провели презентационные игры в странах Азии, Европы и Латинской Америки. Несомненно, как частное лицо А. Спалдинг стремился получить прибыль от своих мероприятий, что и удалось сделать. Он не навязывал какую-то политическую волю. Он играл, играла его сборная команда, а города и страны, в которых он побывал, стремились взаимодействовать с бейсболистами, получая прибыль и развивая местные команды. Данный пример спортивной дипломатии был удачен с той точки зрения, что Американский президент У. Маккинли (William MacKinley) назначил Спалдинга главой оргкомитета американской команды для участия в летней Олимпиаде в Париже в 1900 г.

С тех пор спортивная дипломатия США приобрела многообразие форм и содержания. Ее можно классифицировать по

видам спорта, представители которых занимаются расширением контактов и развитием массового спорта в других странах. Также спортивную дипломатию можно классифицировать по формам деятельности, например, таким как спортивные мероприятия для людей с ограниченными возможностями. Если перечислять все используемые формы спортивной дипломатии и виды спорта, то в разделе на букву «А» будет стоять не «американский футбол», а такая форма спортивной дипломатии, как «адаптивный спорт» (adaptive sports). Он создан американским правительством для облегчения адаптации к новым условиям людей, попавших в сложные жизненные ситуации: беженцев, заключенных, пострадавших от природных катаклизмов и т. п. Кроме того, в спортивной дипломатии активно задействован баскетбол, включая такую разновидность, как баскетбол-шоу известной команды «Гарлемские путешественники» (Harlem Globetrotters Basketball) или баскетбол на инвалидных колясках (Wheelchair Basketball). В этот же список входят спортивные игры для глухонемых (deaflympics), гольф, бег на выносливость (endurance running), фигурное катание, фехтование, хоккей, дзюдо, триатлон для инвалидов (paratriathlon), горнолыжный спорт для людей с ограниченными возможностями (para alpine skiing), скейтбординг (skateboarding), хоккей для людей с ограниченными возможностями (sledge hockey), сноубординг (snowboarding), мужской и женский футбол, софтбол (разновидность бейсбола), плавание для людей с ограниченными возможностями (special olympics swimming), конькобежный спорт (speed skating), теннис на инвалидных колясках (wheelchair tennis), спортивное ориентирование (track and field), триатлон, волейбол и, несомненно, американский футбол, борьба (wrestling) и бейсбол.

Из этого перечня видно, что часть мероприятий посвящена так называемому *инклюзивному* спорту, т. е. включению людей, и особенно молодежи с ограниченными возможностями, в спортивную дипломатию. Инклюзивность является особой чертой американской спортивной дипломатии и, как правило, реализуется через осуществление дипломатии спортивных послов доброй воли, когда известные американские спортсмены проводят тренировки или устраивают соревнования для зарубежных граждан с ограниченными возможностями.

США первыми выдвинули идею о том, что спорт должен решать самые разные проблемы. Страсть и интерес к спорту присутствует в каждой культуре, а «язык» спорта понятен всем и не нуждается в интерпретации. Например, в 1952 г. для улучшения имиджа в арабском мире США отправили одну из команд лиги

любительского молодежного бейсбола (American Legation) в Иорданию. В Иордании уже были бейсбольные команды, США проиграли несколько матчей, но результат был не особо важен. Процесс игры, а также подарки от США в виде спортивной экипировки и оборудования оказали положительное влияние на население Иордании. За ними поехала команда баскетболистов «Гарлемские путешественники» (Harlem Globetrotters). Команда не просто демонстрировала зрелищный баскетбол, но использовала элементы театральной постановки и музыки в своих шоу. Это оказало позитивное политическое влияние на страны Ближнего Востока.

Здесь нельзя не вспомнить и о таком спорте, как бодибилдинг (культуризм), который также оказал влияние на многие страны и привел американцев в самые разные уголки мира без всякой поддержки со стороны правительства. Кстати, после окончания «холодной войны» данный вид спорта приобрел огромную популярность среди молодежи в СССР. Открывались спортивные залы, проводились соревнования, появлялось особое спортивное питание. Увеличение культуризмом подпитывалось американскими фильмами с участием таких звезд, как Арнольд Шварценеггер или Сильвестр Сталлоне. В США основателем бодибилдинга и международной федерации (International Federation of Bodybuilders) был Джо Уайдер (Joe Weider). Именно он придумал самый продаваемый продукт во многих странах мира – сетевые соревнования под названием «Мистер Олимпия» (Mr. Olympia). Еще в 1930–1940-е гг. он начал развивать данный вид спорта в США и только в 1965 г. сумел выйти на международную арену, получил признание, завоевав поклонников во всех странах мира. Мероприятия были строго коммерческими, а победители получали денежные призы. Более того, Уайдер создал и первую в мире линейку спортивного питания под названием “Weider Nutrition line” и открыл известные протеиновые бары. Случай с бодибилдингом свидетельствует о силе частного спорта, который никогда не поддерживался правительством и никогда не был включен в официальную спортивную дипломатию. Но, тем не менее, такие проекты служат важным средством для интеграции и взаимодействия с теми жителями планеты, которые вовлечены в совместные мероприятия.

Самой простой формой спортивной дипломатии стало проведение соревнований, которые направлены на межкультурное взаимодействие, привлечение внимания аудитории к существующим социальным, культурным, гуманитарным проблемам. К ним относятся товарищеские матчи, благотворительные соревнова-

ния, матчи «всех звезд», показательные выступления. Привлекая внимание мировой общественности к социальным проблемам, спортивная дипломатия несет в себе мощную гуманитарную функцию. Показательными примерами выступают поездки американских спортсменов в лагеря беженцев в самых разных уголках земного шара. Спортсмены проводят тренировки с подростками, привлекая внимание прессы, фондов и политиков. В апреле 2019 г. группа американских спортсменов тхэквондо отправилась в лагерь сирийских беженцев (Azraq Refugee Camp), расположенный в Иордании, и провела несколько тренировок для подростков, а также устроила соревнования.

Спортивная дипломатия использует всеобщее увлечение спортом для преодоления языковых и социокультурных различий и объединения людей. Она опирается на молодых спортсменов, помогает им взаимодействовать друг с другом без каких-либо экономических, политических или же военных дискуссий, которые обременяют традиционную дипломатию. В качестве спортивных гостей в США приглашаются молодые спортсмены и тренеры, которым предлагается возможность двухнедельного посещения страны для участия в тимбилдинге. Программа спортивных гостей реализуется в сотрудничестве с американскими университетами и спортивными клубами. Например, в период администрации Б. Обамы участились обмены спортсменами с такими странами, как Саудовская Аравия и Иран. Программа, стимулирующая развитие женского спорта, включала в себя обмен баскетболистами с Саудовской Аравией: восемь спортсменок и два тренера посетили США, были расширены обмены для спортсменов с ограниченными возможностями, а для молодых баскетболистов из Ирана сформирована особая программа по тимбилдингу с американскими коллегами в Вашингтоне.

Спортивная дипломатия как средство для преодоления конфликтов стала процветать в период администрации Б. Обамы. Молодой президент, обожающий баскетбол, ассоциировался во всем мире со спортом и спортивной дипломатией. В перерывах между правительственными делами он часто играл в баскетбол на спортивной площадке Белого дома, а его помощником одно время значился баскетболист Регги Лав (Reggie Love). Они часто проводили спарринги, а спортивная дипломатия стала использоваться не только как хобби, но и как средство для решения различных задач помощи развивающимся странам или странам, находящимся в зоне конфликтов.

Именно тогда спорт показал себя как средство стабилизации политической ситуации в других странах. Например, в Аф-

ганистане США разработали систему тренировок и соревнований в крикете. Этот вид спорта популярен в Афганистане еще со времен колонизации страны Великобританией. США построили новые спортивные площадки, вовлекая в спорт молодежь зоны риска. Основная цель – преодолеть местные этнические и межплеменные распри. Молодежь была выбрана неслучайно. Порядка 65% афганской молодежи увлекается спортом. Кроме того, молодежь более восприимчива к изменениям и открыта для диалога и межкультурного взаимодействия. Было создано более 20 команд во всех провинциях страны. Появились спортивные лагеря и соревнования. Это позволило провести чемпионат страны и снизить накал политических конфликтов.

Однако главными акторами спортивной дипломатии выступают непосредственные участники соревнований – спортсмены, тренеры, команды. Связано это, в первую очередь, с тем, что именно они благодаря популярности и авторитету могут привлечь внимание аудитории к тем или иным проблемам политического, социального и гуманитарного характера. Поэтому очень часто ведущие американские спортсмены и тренеры приглашаются правительством США для оказания помощи в продвижении различных проектов. Спортсмены и тренеры проводят занятия с детьми, участвуют в социальных программах, привлекают молодежь для совместного диалога о важности лидерства и уважения как в спорте, так и в обычной жизни. Программа «спортивных послов» реализуется в сотрудничестве с частными спортивными федерациями США и профессиональными лигами. С 2005 г. было проведено множество туров спортивных послов в большинстве стран. По статистике, 343 американских спортсмена мировой величины посетили 83 страны, чтобы провести тренировки, передать свои умения и навыки и поучаствовать в мероприятиях для подростков с ограниченными возможностями.

В списке послов спорта числятся такие знаменитые спортсмены, как чемпионка мира по фигурному катанию Мишель Кван (Michelle Kwan), трехкратная олимпийская чемпионка по пляжному волейболу Мисти Мэй-Треанор (*Misty May-Treanor*) и многие другие знаменитости. Большинство туров действительно способствуют диалогу между США и другими странами. Например, миссии звезд баскетбола Бу Аутло (Bo Outlaw), Ди Брауна (Dee Brown), а также легенд женского баскетбола Эдни Кэмпбелл (Edna Campbell) и Тамики Реймонд (Tamika Raymond) в Африке оказали влияние на развитие массового спорта. В то время как Браун и Реймонд участвовали в мероприятиях для учеников начальной и средней школы в Танзании, Аутлоу и Кэмпбелл

встретились с более чем 100 молодыми участниками программы по развитию баскетбола в Конго. Эти обмены с участием звезд баскетбола представляют собой лишь малую часть реализуемых программ в области спортивной дипломатии.

В начале XXI века звезды спорта, участвующие в официальной дипломатии США, стали называться «посланниками американской публичной дипломатии» или «спортивными послами» (American Public Diplomacy Envoys или Sports Envoys). Фигуристка Мишель Кван до сих пор остается посланником «номер один» в США, поскольку она объездила самое большое количество стран в качестве представителя американской спортивной дипломатии. В этой политике спорта нельзя не отметить еще несколько значимых фигур, которые внесли вклад в развитие политических и дипломатических отношений между различными странами и США. Кел Рипкен мл. (Cal Ripken Jr.), известный бейсболист, останется в истории США как спортивный дипломат, который провел самое большое количество тренировок и игр с молодежью во многих странах мира. А звезда баскетбола и актер – Шакил О’Нил (Shaquille O’Neal) стал основной фигурой в политике по установлению новых дипломатических отношений между США и Кубой в 2016 г.

Однако правомерно задать вопрос: «Способен ли спорт, простые спортсмены оказать реальное влияние на политику и историю взаимоотношений между странами?»

Меняет ли спорт историю: примеры из спортивной дипломатии США

В апреле 1971 г. по инициативе председателя *Мао Цзэдуна* и министра иностранных КНР *Джоу Эньлая* (Zhou Enlai) американская делегация спортсменов по настольному теннису была приглашена в Китайскую Народную Республику. Данное спортивное событие имело огромное политическое значение. «Пинг-понговая дипломатия» (ping-pong diplomacy) стала мемом, символом улучшения двусторонних отношений. Данный визит открыл новые перспективы для экономических отношений между Китаем и Америкой, а теннисный мячик способствовал современному политическому подъему Китая.

Это событие обросло многочисленными легендами и по-разному преподносится американскими и китайскими участниками, которые приписывают своей стране пальму первенства в налаживании отношений. Один факт неоспорим – простые спортсмены Китая и США выступили инициаторами переговоров и изменили

ход истории во время чемпионата мира по настольному теннису в Японии в 1971 г. Именно тогда они сумели растопить дипломатический лед во взаимоотношениях двух стран и инициировать последующий визит американской сборной в Китай. Вот как это произошло.

Перед чемпионатом китайские и американские спортсмены получили указание не вступать в переговоры друг с другом. Команды поселили в разные отели, предоставили разные автобусы, чтобы они не встретились вне спортивной арены. Однако в автобус китайской сборной случайно зашел игрок американской команды Глен Кован (Glenn Cowan). Ситуация была напряженная: спортсменам нельзя было общаться, но повисшее молчание выглядело как неуважение. Лидер китайской сборной и звезда тенниса Чжуан Цзэдун (Zhuang Zedong), тезка вождя Китая, рискнул нарушить устав и завел разговор с американцем. Тогда он сказал Глену, что американцы и китайцы не враги. Более того, Чжуан в качестве подарка преподнес американцу шелковый платок. На следующий день Глен Кован подарил Чжуану футболку и сказал, что очень хотел бы когда-нибудь посетить Китай.

Китайские власти были в шоке от инцидента и полученной информации о том, что американские спортсмены хотят приехать в Китай. Было принято решение не реагировать на сигналы американской сборной и не приглашать их в гости. Однако в последний день чемпионата Мао Цзэдун, со слов его медсестры, велел изменить решение и пригласить американских теннисистов в КНР сразу же после чемпионата мира. Медсестра утверждала, что его слова прозвучали после употребления снотворного, и их нельзя было принимать во внимание. Трудно представить, перед каким выбором стояла эта женщина, поскольку она знала, что приказы, отданные Мао Цзэдуном после употребления снотворного, нельзя исполнять. Однако она сообщила Чжоу Эньлаю волю вождя, и уже через несколько дней американская сборная приехала в Китай.

Почва для конструктивного диалога политиков была заложена, и советник по национальной безопасности США Г. Киссинджер вскоре приехал в Китай, где его радушно принимал Чжоу Эньлай. По результатам секретных переговоров был подготовлен визит президента Р. Никсона, с Китая снималось торговое эмбарго, расширялись туристические поездки, а Китай позволил США осуществлять инвестиции в экономику. В феврале 1972 г. состоялся исторический визит президента США, который поменял судьбу Китая и сформировал новую расстановку сил в системе международных отношений: коммунистический Китай стал пар-

тнером США, что оказало влияние на развитие «холодной войны», разрядки и дальнейшие события в мире. Как заметил сам Мао Цзэдун во время разговора с Ричардом Никсоном, именно пинг-понг позволил двум некогда противостоящим державам найти общие точки соприкосновения. Спортивная дипломатия в этом случае оказала реальное воздействие на политиков, а инициаторами выступили простые спортсмены, которым было крайне сложно сохранять ледяное молчание во время проведения спортивных мероприятий. Другим, менее известным, примером является так называемая дипломатия бейсбола. Пример относится к 1975 г., когда в повестке дня стоял вопрос о налаживании отношений между США и Кубой. Используя язык спортсменов, скажем, что отношения между странами были не в самой хорошей форме. Постоянный шпионаж, политические убийства, наследие провалившейся операции в Заливе Свиней в 1961 г., когда администрация Дж. Кеннеди пыталась осуществить переворот на Кубе, а также теракты не создавали условий для налаживания дипломатических отношений между странами. Однако между Кубой и США существовали частные контакты, и в начале 1970-х гг. стали появляться признаки стабилизации отношений и отсутствия резких движений в отношении друг друга. Президент Р. Никсон не рассматривал Кубу как объект для восстановления политических отношений. Однако после его отставки очень быстро начались секретные переговоры между странами, а Кубу посетили представители Конгресса США, которые говорили о необходимости сменить курс в отношении острова.

Идея о том, что спорт может помочь в этом нелегком деле, снова пришла со стороны спортсменов США. Глава высшей лиги бейсбола США Боуи Кун (Bowie Kuhn) предложил свои посреднические услуги между госдепартаментом и правительством Кубы. Он часто бывал там, знал национальную бейсбольную команду Кубы и некоторых политиков. Кубинцы его также знали и уважали. Но самое главное, они любили бейсбол и считали его своей национальной игрой. Эта совместная любовь к бейсболу могла стать поводом для налаживания отношений между странами. Кун предложил госсекретарю Г. Киссинджеру в 1975 г. организовать две показательные встречи с командой Кубы. Однако Киссинджер отказался от этого предложения, удивив многих в правительстве США, особенно после проведения успешной спортивной дипломатии во взаимоотношениях с Китаем.

Заместитель Киссинджера У. Роджерс (William Rogers) решил поддержать инициативу Куна и заявил госсекретарю, что «высшая лига бейсбола имеет магическое свойство – продвигать

позитивный образ США там, где играют в бейсбол» (major league baseball has a magic value in projecting a positive image of the United States wherever the sport is played). Игра могла бы восстановить позитивные отношения с Ф. Кастро и ликвидировать наследие операции в Заливе Свиней. Тезисы заместителя госсекретаря были весьма убедительными, но не учитывали одного фактора – возможного проигрыша или победы одной команды над другой. Ситуация с бейсболом и кубинцами была иной, нежели ситуация с настольным теннисом и китайцами. В дипломатии пинг-понга США могли проиграть, поскольку настольный теннис не был национальным спортом Америки, а КНР также могла проиграть как самая сильная команда в мире, чтобы щедрой рукой отдать победу слабому игроку, но получить политические дивиденды. Ситуация с Кубой была крайне сложной. Во-первых, обе команды будут стремиться только к победе, поскольку бейсбол является самой популярной игрой и в США, и на Кубе. Следовательно, спортсмены не будут осуществлять акт доброй воли и отдавать победу на усмотрение дипломатов. Во-вторых, У. Роджерс и другие лоббисты проведения игры не учитывали того факта, что кубинская национальная сборная не проиграла ни одной игры на международной арене и являлась сильнейшей в мире. Нужен ли был проигрыш американцам? Что бы он дал США и американской публике? И какой имидж США приобрели бы на Кубе? И восстановились ли бы после этого политические отношения? Здесь Киссинджер оказался прозорливее своего заместителя и даже предсказал будущее: когда игра состоялась в 1999 г., команда США (Baltimore Orioles), проигравшая кубинцам, навлекла на себя критику среди американских поклонников и еще более ухудшила имидж США на Кубе. В итоге это никак не способствовало улучшению отношений.

Одним словом, Роджерс тогда сообщил Куну, что игра не состоится, поскольку политически США ничего не выиграют, а, наоборот, лишь проиграют, поскольку кубинцы не уступят. К тому же сильнейшая оппозиция со стороны лобби кубинских иммигрантов также не давала возможности организовать игру. Американским и кубинским спортсменам пришлось ждать совместной игры еще более двадцати лет, и она никак не повлияла на политические отношения между странами. «Вау-эффекта», как было в дипломатии пинг-понга, не произошло. Только в 2016 г., после поездки известного баскетболиста Шакил О’Нил на Кубу в качестве посла доброй воли, ситуация несколько изменилась. Президент Барак Обама решил не устраивать командных игр, а направил спортсмена для проведения тренировочных занятий с кубинскими подростками и осуществления ряда показательных

мероприятий. Этот подход оказался намного эффективнее. Не было ощущения поражения.

Есть еще один пример в американской спортивной дипломатии, который показывает, как спорт способен не только создавать новые позитивные политические отношения между народами и странами, но и поддерживать их на протяжении долгого времени.

После Второй мировой войны, осознавая привлекательную силу бейсбола, генерал Дуглас Макартур, который возглавлял военную администрацию США в Японии, пригласил звезду лиги бейсбола Лефти О'Доула и бейсбольную команду из Сан-Франциско (San Francisco Seals) в Японию для налаживания дружбы с недавним противником. Это был беспрецедентный шаг со стороны американцев, которые еще помнили трагедию Перл Харбора. Неожиданно для всех игры команды собрали полмиллиона японских поклонников бейсбола. Во время тура команда Л. О'Доула также встретила с императором Хирохито, который поблагодарил американских спортсменов за впечатляющее шоу. Баскетболист О'Доул стал одним из трех граждан США, удостоенных награды в зале славы японского бейсбола, а генерал Маккартур оценил работу бейсболиста как пример эффективной дипломатии. На самое главное, О'Доул предложил пригласить в токийский клуб (Токуо Yomiuri Giants) американского бейсболиста японского происхождения Уолтера Ёнаминэ (Wally Yonamine). Спортсмен, который сегодня известен во всем мире и который произвел переворот в японском бейсболе, приехал в Японию в год подписания мирного договора между государствами. Ему удалось интегрировать американские ценности в японский бейсбол и заложить основу для многолетнего постоянного обмена звездами бейсбола между государствами. Бейсбол способствовал установлению дружеских отношений, уменьшению негативного восприятия иностранцев в Японии, наконец и улучшению послевоенных отношений между странами. Американский бейсбол твердо утвердился в японской традиции, создав благоприятные условия для межгосударственного взаимодействия. Япония является самым важным и надежным союзником США в Азии.

Завершая нашу экскурсию в спортивную дипломатию, нельзя не вспомнить о поездке американского баскетболиста Дениса Родмана в Пхеньян, в Северную Корею. Известно, что отношения между странами оставляют желать лучшего. Баскетболист провел серию тренировочных матчей в северокорейской баскетбольной команде и неоднократно встречался с Ким Чен Ыном, который является поклонником баскетбола. Многие граждане Северной Кореи были ошеломлены фотографиями Ким Чен Ына с аме-

риканцем, и многие граждане в США и других странах не очень позитивно отнеслись к таким визитам спортсмена, отмечая, что Д. Родман усиливает режим Ына. Однако данный случай остается до сих пор почти единственной дорогой для налаживания официальных контактов между руководством Северной Кореи и США. Если руководитель Северной Кореи питает слабость к спорту, значит, можно найти общий язык и договориться.

Подводя итог, можно выделить несколько основных характеристик спортивной дипломатии США. Во-первых, она играет существенную роль во внешней политике государства. Во-вторых, может считаться универсальным средством укрепления сотрудничества и развития международных отношений. В-третьих, спортивная дипломатия имеет культурный и гуманитарный характер. Она способна разряжать напряженность, изменять образ нации и привлекать денежные средства. Наконец, в спортивной дипломатии США ярко выражены инициативы частных лиц. Многие мероприятия и поездки проводятся без поддержки правительства, что отличает США от других стран.

Для дальнейшего изучения

- Боголюбова Н.М., Николаева Ю.В.* Спорт в палитре международных отношений: гуманитарный, дипломатический и культурный аспекты. СПб., 2011.
- Allison L.* The Global Politics of Sport: The Role of Global Institutions in Sport. London, 2005.
- Budd A.* Sport and International Relations: An Emerging Relationship. N.Y., 2003.
- Damion T.* Globetrotting: African American Athletes and Cold War Politics. N.Y., 2005.
- Massaro J.* Press Box Propaganda? The Cold War and Sports Illustrated 1956 // Journal of American Culture. 2003. Vol. 26. № 3. P. 361–383.
- Riordan J.* Sport, Politics and Communism. Manchester and N.Y., 1999.
- Sarantakes N.* Dropping the Torch: Jimmy Carter, the Olympic Boycott, and the Cold War. N.Y., 2011.
- Wagg S.* East plays West: sport and the Cold War. London, 2007.
- Zeiler T.* Ambassadors in Pinstripes: The Spalding World Baseball Tour and the Birth of the American Empire. Lanham, 2006.

Электронные ресурсы

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>
Global Sports: <https://globalsportsmentoring.org>
Sports Diplomacy. Bureau of Educational and Cultural Affairs: <http://eca.state.gov/programs-initiatives/sports-diplomacy>

Тема 8. Образование США на экспорт

Когда мы говорим об экспорте американского образования, в голову приходит мысль, что экспорт – это предоставление иностранным студентам стипендий для обучения в американских вузах или открытие образовательных учреждений в зарубежных странах по модели США. Все верно, но не эти компоненты являются главными. Основное в американской образовательной деятельности на международной арене – это содействие в развитии школ и вузов, строительство новых учебных заведений и общежитий для студентов в тех странах, где их не хватает, создание новых факультетов и программ обучения, пополнение библиотек учебниками, оказание помощи в повышении квалификации преподавателей в зарубежных странах и в обучении студентов.

Международная образовательная политика сочетает в себе совместную деятельность правительства США с американскими университетами и их профессорами. Отдел по американским зарубежным учебным заведениям и больницам (The Office of American Schools and Hospitals Abroad), в 1961 г. ставший подразделением Агентства международного развития, еще с 1947 г. был важнейшим звеном в реализации политики помощи и модернизации образовательных учреждений в зарубежных странах. За эти годы США помогали в развитии в самых разных формах – от строительства кампусов до открытия образовательных программ – более 300 институтов в 80 странах.

Однако международная образовательная политика США или экспорт американского образования – это тернистый путь, усыпанный и розами успеха, и шипами провалов и ошибок.

Помощь в развитии системы образования в зарубежных странах

23 марта 1967 г. восемь американских профессоров, занимающих руководящие посты в университетах США, совершая облет школ и вузов в Южном Вьетнаме, которые были недавно построены или отремонтированы американцами, погибли в авиакатастрофе. Это была команда экспертов, участвовавших в модерни-

зации образовательных учреждений во Вьетнаме. Тогда там уже шла война, но, несмотря на опасности, американские профессора и деканы факультетов не останавливали проект создания современной системы образования во Вьетнаме.

Начиная с середины 1950-х гг. во Вьетнаме, как и во многих других развивающихся странах, наблюдался бурный рост числа студентов и учащихся школ при ничтожно малом количестве образовательных учреждений. Ситуация была настолько критической, что американские дипломаты приняли решение о помощи правительству Южного Вьетнама в развитии системы образования.

К началу 1960 г. американскими силами были построены три новых школы. Но это не меняло ситуацию в целом. Было принято решение об открытии классов в имеющихся зданиях в разных провинциях Вьетнама. Такой подход мог быстро ликвидировать неграмотность. Однако дожди и наводнения тормозили реализацию проекта. Не во всех деревнях были возможности для создания школы, что приводило к дополнительным тратам на строительство общежитий для учеников. Тем не менее к началу 1970-х гг. по всему Южному Вьетнаму было построено 12 225 учебных заведений, и около 84% детей смогли получить начальное образование. Были открыты пять государственных университетов, а в стране впервые появилось Министерство образования.

American University – особый вид экспорта образования США

Создание университетов за рубежом набирает популярность во многих государствах. Китай, Иран, Саудовская Аравия, Германия разрабатывают проекты по открытию учебных заведений в других странах. Но США остаются лидером по числу создаваемых университетов за рубежом. С середины XIX века частные американские фонды открывали вузы и школы в других государствах. В 1950-е гг. уже правительство США запустило программу финансирования имеющихся американских университетов и приступило к созданию новых в зарубежных странах. За всю историю распространения американских университетов за рубежом США выработали эффективный механизм сохранения особенностей американской системы образования в своих зарубежных вузах, несмотря на различные политические проблемы.

Сегодня правительство США поддерживает 47 американских университетов в зарубежных странах. Почти половина из

них не содержит в своем названии слова «американский». Однако все учебные заведения были открыты американскими организациями и получают финансовую поддержку от правительства США. Такие учебные заведения созданы сегодня во всех регионах Земного шара, и наибольшее их число работает в Африке и на Ближнем Востоке (табл. 1).

Таблица 1

Число американских учебных заведений за рубежом,
поддерживаемых правительством США

Регион	Общее число учебных заведений	Из них	
		университетов	школ
Африка	18	13	5
Ближний Восток	17	13	4
Евразия	12	10	2
Латинская Америка	8	4	4
АТР	7	7	0
Общее количество	62	47	15

Источник: USAID's Office of American Schools and Hospitals Abroad.

Цель американских зарубежных вузов и школ – продвижение положительного имиджа США, подготовка лидеров и расширение понимания принципов работы экономических и политических институтов. Все американские университеты за рубежом, получающие финансирование от правительства, обязаны развивать образовательные программы в области свободных искусств, управления бизнесом, медицины, точных наук и сельского хозяйства; осуществлять обучение на английском языке; создавать совет попечителей, который включает американских граждан и придерживается принципов академической свободы. Другими словами, значение “American University” в зарубежных странах подразумевает наличие всех черт американского образования.

Исторически сложилось так, что основным получателем американской модели образования оказался Ближний Восток. Самый знаменитый вуз – Американский университет в Бейруте (The American University in Beirut) – это центр образования США в регионе, и, несмотря на все политические проблемы, он существует в Ливане с середины XIX в.

Факультет свободных искусств и факультет менеджмента, обучение на английском языке, самоуправление студентов впервые были внедрены именно в Бейруте, причем не правительством США, а теми американцами, которые верили в силу и эффективность американской модели образования. Американский университет превратился в центр подготовки ведущих специалистов для 118 стран Персидского залива, Африки, Ближнего Востока, а также АТР. Университет переживал разные времена. Например, в 1980-е гг. из-за военных конфликтов в Ливане сократилось число студентов: в 1978 г. в Бейрут приехали примерно 300 студентов, в 1988 г. – только семь человек. Сегодня данный вуз является самым крупным вузом США в мире: если в других американских университетах обучалось максимум 2,5 тыс. студентов, то в Бейруте – около 9,5 тыс. в 2017–2018 гг.

Американский университет в Каире (The American University in Cairo) представляет собой еще одно уникальное учебное заведение, которое является центром американского образования в регионе Северной Африки и Персидского залива. Он ведет свою историю с 1920-х гг. и пережил самые различные кризисные ситуации. Например, приход к власти социалистического правительства Насера в 1950-е гг. поставил под вопрос существование университета. Все иностранные учебные школы были закрыты правительством Египта. Однако умелая дипломатическая деятельность США и желание дочери Насера учиться в Американском университете стали факторами его сохранения. Вскоре университет в Каире превратился в место обучения для египетской элиты. Супруга будущего президента Мубарака и многие дети членов правительства получили дипломы в области управления бизнесом, английского языка и свободных искусств. Благодаря популярности вуза в Египте и в регионе в целом США удавалось удерживать американский состав попечителей университета и сохранять все черты американской модели образования.

Другим центром притяжения американской образовательной политики является Иран. В 1960 г. Иран разрешил США и университету в штате Пенсильвания начать реформы в одном из технических училищ. Были открыты американские учебные программы в области свободных искусств. В 1966 г. США создали на базе училища новый университет, который носил имя иранского шаха – Pahlavi University. Был налажен приезд американских преподавателей для чтения лекций, а многие будущие иранские политики получили ученые степени в США. Кроме того, в 1968 г. правительство США создало женское высшее учебное заведение, известное как Демавенд-колледж. Он выполнил

важнейшую социальную и политическую функцию – сформировал профессиональную прослойку учителей английского языка. После исламской революции 1979 г. американские специалисты покинули вузы и попечительские советы были распущены. Однако модель американского образования сохраняется и сегодня в бывшем университете Пехлеви, известном сейчас как Ширазский университет. Преподавание многих дисциплин ведется на английском языке. Несмотря на изменение политических отношений между США и Ираном, Демавенд-колледж продолжает готовить преподавателей английского языка в Иране. Иранский опыт показывает, что, несмотря на ухудшение политических отношений между странами, черты американского образования и программ остаются почти неизменными в других странах.

Окончание идеологического противостояния США и СССР в начале 1990-х гг. позволило американскому правительству расширить число американских университетов в странах Восточной Европы и в бывших советских республиках. Были открыты американские университеты в Болгарии, Армении и Киргизии. Они превратились в центры регионального образования, привлекающие студентов из соседних государств, и в модели для реформирования местных вузов.

Американские университеты в Армении и Болгарии стали первыми вузами, открытыми в бывших странах Восточного блока в 1991 г. Программы в области управления бизнесом и английской филологии являются наиболее популярными в Американском университете в Армении. Американский университет в Болгарии был создан на основе договора между правительством Болгарии и Университетом штата Мэн в США. Университет приобрел огромную популярность среди болгарской молодежи, которая связывает успешную карьеру с получением магистерской степени в Американском университете.

Центральная Азия стала приоритетным направлением американской внешней политики с середины 1990-х гг. В 1993 г. правительство США предложило Киргизии создать американский университет. Киргизия согласилась только на открытие школы. Однако в 1997 г. президент А. Акаев подписал декрет о создании Американского университета в Киргизии (The American University in Kyrgyzstan) на базе данной школы. Правительству США удалось добиться независимого статуса университета от Министерства образования Киргизии и создать американский совет попечителей. Однако Киргизия вмешалась в дела университета, когда встал вопрос о выпускных экзаменах и выдаваемых дипломах. После длительных переговоров Американский университет

согласился предоставлять студентам два диплома – диплом государственного образца Киргизии и диплом бакалавра американского вуза. К 2002 г. университет приобрел статус международного университета и его название было изменено. Сегодня он называется «Американский университет – Центральная Азия» и выполняет миссию по созданию поколения лидеров, способных на демократические трансформации в данном регионе.

Американский университет в Афганистане (The American University of Afghanistan) – это уникальный пример создания и функционирования вуза в условиях нестабильной политической обстановки. Он был открыт в 2006 г. как частное учебное заведение при финансовой поддержке Агентства международного развития. Перед университетом были поставлены задачи: стать моделью для распространения магистерских программ в других вузах Афганистана и расширить доступ к высшему образованию среди женского населения. Создавались программы бакалавриата и магистратуры в области гуманитарных наук, государственной политики, менеджмента и информационных технологий. Было также построено новое общежитие для студенток. Однако американские реформаторы сталкиваются с серьезными проблемами на пути укоренения этого университета в Кабуле. Необходимость ежедневно обеспечивать безопасность студентов, которые становятся жертвами повстанцев, плохое знание английского языка студентами и отсутствие местного преподавательского состава снижают эффективность работы вуза. Для решения первой проблемы используются войска, которые охраняют университет во время занятий. Для тех, кто не знает английского языка, созданы курсы подготовки к обучению в университете. А проблему с кадрами решили, отправив в США около 100 афганских преподавателей, которые получили магистерскую степень.

Впервые с 1930-х гг., когда американские нефтяные компании вступили на Аравийский полуостров, а дипломаты начали нескончаемые переговоры с правительствами Саудовской Аравии, а позже Омана, Бахрейна и других государств Персидского залива об открытии американских университетов, правительству США удалось создать Американский университет в Шардже (American University of Sharjah) в начале 2000-х годов. Образовательные программы созданы по американскому стандарту: факультеты свободных искусств, точных наук, управления бизнесом и пр. Обучение проводится строго на английском языке, а ведущие посты в администрации занимают профессора из США. Создание первого американского университета на Аравийском полуострове – это победа американской дипломатии. Американский уни-

верситет в Шардже создан по американской модели, но с чертами арабской культуры. Архитектурный ансамбль университета хорошо иллюстрирует это сочетание имперского стиля с арабскими традициями.

В целом можно выделить следующие черты политики США в области создания и развития университетов в других странах. Американские университеты за рубежом строго придерживаются традиций американского образования. Во всех вузах существуют попечительский совет, факультеты свободных искусств и управления бизнесом. Все они обладают автономией, а преподавание и общение студентов с профессорами ведется на английском языке. Американским вузам за рубежом удается поддерживать свои национальные черты и проявлять гибкость в отношении потребностей страны или региона, в которых они функционируют. Выдвигаемые местным правительством требования выполняются правительством США, если они не задевают основных принципов функционирования университета. Данная образовательная политика оставляет серьезный след и в тех государствах, которые запретили деятельность США по созданию американских вузов. Примером может служить Иран, который ликвидировал присутствие США в своих образовательных учреждениях. Однако созданные университеты функционируют, сохраняя черты американской модели образования.

Модернизация университетов зарубежных стран по-американски: успехи и провалы

Кроме строительства новых школ и университетов США осуществляют проекты модернизации образования в национальных вузах зарубежных стран в соответствии с американской образовательной моделью. На этом пути американцы сталкиваются с многочисленными трудностями. Приведем несколько примеров.

Турция является самым наглядным примером того, как идеалистические и прагматические цели американских реформаторов блокировались местной академической элитой. В отличие от многих стран, США имели образовательный плацдарм в Турции – Колледж Роберта (Robert College), созданный простыми американцами на частные деньги еще в XIX в.

К середине 1950-х гг. Турция уже стала активным партнером западных стран, получив членство в НАТО и открыв свою страну для масштабных инвестиций Европы и США. Несмотря

на частые смены правительства, политические кризисы и военный переворот 1960 г., Турция не прерывала тесных контактов с Западом. В этот период начался образовательный бум в стране. И США не остались в стороне, предложив в 1955 г. реформировать университеты Анкары и Ататюрка. Кроме этого, США построили за свой счет еще два университета, которые стали принимать студентов в конце 1950-х гг.: Технический университет и Университет Хаджеттепе.

Переступив порог университетов Ататюрка и Анкары, американские эксперты разработали план их модернизации. Внедрение преподавания на английском языке на основе новых учебников являлось приоритетной задачей. Все проекты по английскому языку рассматривались правительством США как один из важнейших путей сближения американского и турецкого образования. Преподаватели университета Джорджтауна подготовили рукописи новых учебников (“An Intensive English Course for Turks” и “Speaking English in Turkey”) и провели переподготовку многих преподавателей для чтения лекций на английском языке.

Однако уже на стадии проведения переговоров с руководством университетов американские эксперты столкнулись с раздражением со стороны турецкой профессуры, не желавшей преподавать на английском языке. Однако эксперты продолжали надеяться, что американские технологии и инновации привлекут профессуру и она начнет сотрудничать с США. И напрасно. Очень скоро правительство Турции отказалось от дальнейшего развития проекта: американским профессорам было рекомендовано прервать преподавание английского языка и покинуть страну, а турецкое правительство официально заявило Агентству международного развития в 1966 г., что 63 тыс. копий учебников по английскому языку не будут изданы в Турции. Еще некоторое время члены отдела по образованию пытались сохранить проект, предлагая Турции внести необходимые коррективы в учебник, которые отражали бы турецкие методы и философию обучения. Однако из этого ничего не получилось. В то время как в странах Ближнего Востока и Азии начался настоящий бум в изучении английского языка, а американское образование набирало популярность среди граждан Ирана, Саудовской Аравии и Афганистана, Турция в 1968 г. свернула проект США.

Неудачи реформ США в национальных университетах Анкары и Ататюрка заставили американцев покинуть эти университеты. Однако, в отличие от многих других стран, они таки сумели сохранить островки американской модели высшего образования в Турции, создавая собственные университеты. Правительство

США построило и открыло Технический университет (Middle East Technical University) по модели Массачусетского технологического института и Университет Хаджеттепе по модели Калифорнийского технического университета. Не прекращал своей работы и Колледж Роберта. Развитие фундаментальной науки, создание факультетов свободных искусств, преподавание на английском языке, привлечение молодых ученых и преподавателей, прошедших обучение в университетах США, стали основными методами поддержания американской модели образования. В итоге эти вузы стали символом фундаментальной науки в Турции, где работали известные американские профессора в области физики, математики, экономики и политологии.

Неоднократно правительство Турции пыталось поставить под свой контроль финансирование этих университетов, которое направлялось правительством США, минуя Министерство образования Турции. Предпринимались попытки принять законы, запрещающие преподавание на английском языке. Была предпринята попытка физического закрытия Технического университета при помощи политически активных и милитаризованных студентов. Однако региональный характер университета, наличие студентов из многих стран Ближнего Востока и активная работа межнационального попечительского совета сохранили автономный статус данных университетов. Более того, американские эксперты постоянно расширяли роль английского языка в преподавании, увеличивали число американской профессуры и открывали современные лаборатории и научные центры. Все эти факторы нивелировали работу конкурентов из национальных университетов и правительства по закрытию университетов.

Такая же ситуация складывалась и вокруг старейшего американского Колледжа Роберта. Неоднократно правительство Турции пыталось ликвидировать его автономный статус, оказывало давление на турецких преподавателей колледжа, заявляя о последствиях их работы в американском учебном заведении. В свою очередь, парламент предложил законопроект о незаконности функционирования частного американского колледжа. Но американским спонсорам удалось выдержать этот натиск и даже расширить свое присутствие в этом учебном заведении: президентом был назначен гражданин США, увеличен состав попечительского совета из числа американских политиков и созданы факультет свободных искусств, а также американский колледж женского образования.

Пример Турции, как и примеры многих других стран, свидетельствуют о том, что модернизация университетов всегда встре-

чает сопротивление определенной части национального академического сообщества. А вот открытие новых университетов, где есть контроль со стороны американских попечителей за процессами управления, назначения и развития, позволяет эффективно экспортировать американские инновации и технологии.

Развивающиеся страны, и особенно страны Африки, всегда были получателями самой большой помощи от США для создания и реформирования системы образования, для американских масштабных проектов по строительству зданий, общежитий и библиотек. Образование в Африке должно было внести реальный вклад в развитие экономики, модернизацию инфраструктуры и политическое обновление страны. Эфиопия является одной из стран Африки, которая получила самое щедрое финансирование в области развития университетов. Университеты должны были готовить специалистов в области сельского хозяйства, образования, бизнеса и администрирования, чтобы наполнить экономику Эфиопии профессионалами, которые могли осуществить модернизацию. И США, и правительство Эфиопии были заинтересованы в создании квалифицированных выпускников. В такой программе развития не было места рассуждениям об американизации или пропаганде ценностей. США попросту строили новые здания факультетов в области сельского хозяйства, педагогики, экономики, инженерного дела и пр.

США построили и расширили университет имени первого императора Эфиопии Х. Селассие (Haile Selassie I University) в Аддис-Абебе. В 1960 г. команда профессоров из университета штата Юта подготовила план модернизации университета. Император был так воодушевлен помощью США в области образования, что отдал свой дворец (the Guenete Leul Palace) для проведения занятий. Уже к 1967 г. стало ясно, что подаренный императором дворец не вмещает всех желающих студентов. Нехватка пространства для обучения была не единственной проблемой. Не хватало общежитий, а в тех, где проживали студенты, условия были далеки от стандартов современного общества. Развитие университета и несовершенная система отбора студентов привели к быстрому росту численности обучающихся. Если в 1962–1963 гг. здесь училось около 930 студентов, то уже в 1967–1968 гг. – более 3100, а в 1970–1971 гг. – 4600. В 1972–1973 гг. в университете было около 9000. Студенты распределялись по трем кампусам, которые располагались в разных частях города. Но места в общежитиях, столовых и в аудиториях не хватало. Студенты стали проявлять недовольство, и очень быстро студенческие лозунги об улучшении университетской инфраструктуры стали меняться на требование

о смене власти монарха в Эфиопии. Более того, США, которые выстроили всю инфраструктуру университета, обвинялись в том, что они поддерживают коррумпированного императора, а также распространяют ценности, идущие вразрез с традициями и культурой Эфиопии. Студенты требовали высылки всех американских преподавателей, выступали против огромных зарплат, которые выплачивались им правительством Эфиопии. В итоге студенческое недовольство стало частью широкого протестного движения. И в 1974 г. власть императора пала. Американские профессора были вынуждены покинуть кампус университета, оставляя оборудование, лаборатории, библиотеку и учебные корпуса.

Примеры Турции, Эфиопии и многих других стран показывают, что очень часто американские реформы не находят понимания со стороны местной элиты и даже обучающихся. Но даже когда США сворачивают свои образовательные программы, остается созданная ими инфраструктура, технологии обучения, лаборатории и оборудование, научная литература. Все это выживает, несмотря на различные политические катаклизмы.

Образовательные города

Есть еще одно и достаточно новое направление в политике экспорта образования США – это создание сети филиалов нескольких американских университетов в одной стране или даже в одном городе. «Маленькая университетская Америка» за рубежом позволяет иностранным студентам получить диплом одного из ведущих американских вузов, не покидая родной страны.

Образовательный город в Дохе (Doha Education City) – это сеть шести американских университетов, которые открыли свои представительства в Катаре. В 1998 г. фонд Катара договорился с университетом штата Вирджинии (Virginia Commonwealth University) об открытии филиала для обучения местных студентов и студентов из близлежащих стран таким наукам, как свободные искусства, инженерное дело, торговля и медицина. Основное, что тогда тревожило университет Вирджинии – это то, как американские профессора будут поддерживать принципы академической свободы в стране и регионе, где традиции авторитаризма и законы шариата являются основополагающими. А многие местные жители задавались другим вопросом о том, как американцы, которые, как им казалось, заняты на Ближнем Востоке только войной и нефтью, будут создавать институты в области образования. Однако филиал был открыт на основе принципов американского под-

хода к обучению и академической свободе, а за ним последовал известный Корнельский университет (Cornell University), который открыл медицинскую школу (Weill Cornell Medical College) в 2001 г. Затем к проекту подключился Техасский университет (Texas A&M University) с программами обучения в области инженерного дела и Университет Карнеги–Меллон (Carnegie Mellon University), который открыл факультеты в области бизнеса и компьютерных наук. В 2008 г. в образовательную долину пришел один из столпов в деле подготовки дипломатов – Университет Джорджтауна (Georgetown University). В итоге в Дохе представлены все направления подготовки, популярные среди иностранных студентов. Лекции читают самые известные профессора, а архитектура зданий сочетает в себе традиции американского и арабского зодчества. Необычность форм, фонтаны, застекленные и открытые лектории создают ощущение чуда в песках Аравийского полуострова.

За эти годы американские вузы в Дохе подготовили более 2250 студентов, которые сегодня занимают различные посты в правительстве, на телевидении, в больницах и частном бизнесе. Более 40% студентов – это девушки, что составляет особую гордость для американских учредителей, которые сумели удержать ценности американского общества в арабском регионе. Но студенческая жизнь следует местным канонам: она намного тише студенческой жизни в США. Здесь запрещены алкоголь и всякие увеселительные мероприятия. Только спортивные секции, такие как футбол, крикет и баскетбол, процветают в этих оазисах образования.

Сочетание американской модели академической жизни (свобода в преподавании и изложении материала, содействие обучению женщин и различных меньшинств) с местными традициями в религии, одежде, питании, проведении свободного времени формирует уникальные образовательные учреждения.

Открытые двери в образовательную систему США

Образовательный экспорт – это привлечение иностранных студентов для обучения в США, которые, несомненно, привозят инвестиции и увозят знания.

В мире сегодня насчитывается около 5 млн студентов, которые учатся за рубежом. США остаются ведущей страной, которая привлекает самое большое число студентов. Например, в

2018 г. в США приехало 1 094 792 студентов из других стран. Это реально много по сравнению с другими странами и с прошлыми показателями иностранных студентов в самих американских вузах. Еще в 1950-е гг. в США приезжало ежегодно около 34 тыс. студентов, а в начале 2000-х гг. – полмиллиона студентов. За последние 18–20 лет привлекательность американского образования стала резко возрастать. Развитие таких дисциплин, как инженерное дело, бизнес-администрирование и компьютерные науки, является основным фактором привлекательности американского образования, несмотря на высокую стоимость обучения. Традиционно студенты из КНР, Индии, Южной Кореи, Японии доминируют среди иностранных студентов. Из России в США в 2018 г. обучалось 5518 человек, что представляет незначительный процент от общей численности студентов. Больше всего иностранных студентов находится в Калифорнии, в штате Нью-Йорк и Техасе, а самыми популярными вузами сегодня являются New York University, University of Southern California, Northeastern University–Boston. Несмотря на существование различных стипендий и фондов, большинство студентов платят за обучение из собственных источников, и только около 16% получают финансовую помощь от американских университетов.

В свою очередь, американские студенты традиционно едут учиться в Европу, прежде всего в Великобританию, Францию, Италию и Испанию. Более 300 000 американцев сегодня учатся в зарубежных странах. Однако в отличие от студентов, приезжающих в США, американские студенты предпочитают кратковременные курсы или летние школы и редко стремятся получить академическую степень. Как правило, фундаментальные науки, гуманитарные науки и языки являются основными дисциплинами, которые изучают американцы в других странах.

Подводя итог, можно сказать, что международная деятельность США в сфере образования очень разнообразна. Это не только тысячи образовательных программ в университетах США, которые ежегодно привлекают более 1 млн студентов из самых разных стран мира. Это еще и содействие различным странам в деле создания и модернизации школ и вузов. США предлагают свои инновационные знания для открытия новых программ, трансформации дисциплин, а также содействуют повышению квалификации преподавателей.

Как правило, США стараются модернизировать ту часть образования, которая связана с экономикой или развитием других стран. Там, где нужны инженеры, американцы старались создать инженерные факультеты. Там, где требовались учителя, амери-

канцы строили или открывали факультеты педагогики. Экспорт образования приносит с собой американские модели обучения и ценности, что не всегда нравится местным властям или академической элите. Но, несмотря на конфликты и неудачи, американцам всегда удается оставить в зарубежной стране то, что послужит местным учреждениям, студентам и населению в целом долгие годы – здания, библиотеки, система обучения, дисциплины, оборудование. В этом и кроется успех американского экспорта образования.

Для дальнейшего изучения

- Цветкова Н.А.* Политика СССР и США по реформированию зарубежных университетов в период «холодной войны»: историографический аспект // Американский ежегодник. 2018. № 2017. С. 232–250.
- Freely J.* A History of Robert College: The American College for Girls, and Bogaziçi University. Istanbul, 2000.
- Tsvetkova N.* International Education during the Cold War: Soviet Social Transformation and American Social Reproduction // Comparative Education Review. 2008. Vol. 52. № 2. P. 199–217.
- Tsvetkova N.* Making a New and Pliable Professor: American and Soviet Transformations in German Universities, 1945–1990 // Minerva. 2014. Vol. 52. Iss. 2. P. 161–185.
- Tsvetkova N.* The Failure of American and Soviet Cultural Imperialism: Transforming German Universities during the Cold War. Leiden; Boston, 2013.
- Tsvetkova N.* When a teacher cannot be molded by the hands of strangers: teachers of English and teachers of Russian in Vietnam: 1955–1986 // Images of Education: Iber Amicorum voor Jeroen Dekker. Groningen, 2018.

Электронные ресурсы

- Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>
- American Schools and Hospitals Abroad [Электронный ресурс]. URL: <https://www.usaid.gov/work-usaid/business-funding/grant-programs/american-schools-and-hospitals-abroad> (дата обращения 15.10.2021).
- Open Doors [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iie.org/Research-and-Insights/Open-Doors/Data/International-Students/Enrollment> (дата обращения 15.10.2021).
- Open Doors [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iie.org/Research-and-Insights/Open-Doors/Fact-Sheets-and-Infographics/Infographics> (дата обращения 15.10.2021).

Тема 9. Интернет в культурной политике США

От обмена людьми к обмену твитами и постами,
от культурной дипломатии к публичной дипломатии

Постоянное увеличение числа людей, которые слушают радио, смотрят телевизионные программы через Интернет и обсуждают важнейшие общественные проблемы в социальных сетях, изменило суть современной культурной дипломатии. Ее программы переносятся в киберпространство, а ключевой целевой аудиторией становятся миллионы пользователей, являющиеся участниками многочисленных социальных сетей.

Существует несколько терминов, используемых для обозначения инновационного способа взаимодействия с зарубежным обществом при помощи Интернета: цифровая дипломатия (digital diplomacy), интернет-дипломатия (Internet diplomacy), дипломатия социальных сетей (Twitter diplomacy) и публичная дипломатия Web 2.0. (public diplomacy Web 2.0.).

Одним из важных понятий в электронной культурной дипломатии является *блог* или веб-сайт, основное содержимое которого – это регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. В данном контексте употребляется термин «пост» – запись, заметка в блоге, а также «контент» – содержание или наполнение блога. Основным инструментом электронной культурной дипломатии являются «социальные сети» – интерактивные многопользовательские веб-сайты, контент которых создается самими участниками сети. Самыми популярными социальными сетями в мире остаются Facebook*, Twitter и YouTube, на которые делается наибольший упор в интернет-дипломатии многих стран. Для этих платформ характерен специальный внутренний сленг, например «подписчик», «читатель» или «фолловер» – лицо, которое подписалось на рассылку новостей (постов, новых материалов) данной страницы.

Многочисленные пользователи социальных сетей превратились в особую Интернет-аудиторию, которую обозначают как «сетевые граждане» (netcitizens). Именно они создают независи-

* Организация запрещенная в России.

мую и альтернативную информацию. Информация отличается от позиции государственных акторов в системе международных отношений и в области культурной дипломатии. Эта многомиллиардная аудитория пользователей, блогеров, общественных журналистов стала новой целевой аудиторией культурной дипломатии. Многие страны стремятся сформировать и распространить определенный информационный поток в Интернет-пространстве, привлечь на свою сторону эту мировую аудиторию социальных сетей и убедить ее в правильности собственной политики. Любой пользователь социальных сетей, умеющий помещать видео или «постить» свое мнение на различных платформах, становится частью целевой аудитории культурной дипломатии любого государства, включая США.

За годы развития политики по использованию Интернета в культурной дипломатии закрепился термин «цифровая дипломатия». Цифровая дипломатия – это механизм взаимодействия с Интернет-аудиторией посредством следующих методов: размещения радио- и телепередач в сети Интернет, распространения в открытом доступе журналов в цифровом формате, мониторинга дискуссий в блог-пространстве, создания персонифицированных страничек членов правительства в социальных сетях и др.

Первым из американских правительственных СМИ, перенесших свою деятельность на просторы всемирной паутины, оказалось радио «Голос Америки». В январе 1994 г. заработал веб-сайт радиостанции с оцифрованными радиоматериалами на 14 различных языках, сводками новостей из информационных программ радиостанции, а также доступом к прямому эфиру. Использование сети Интернет в качестве инструмента культурной дипломатии было продолжено директором Информационного агентства США Дж. Даффи (Joseph Duffey) в 1996 г. Объединив несколько журналов, Дж. Даффи получил первый интернет-журнал “Washington Files”. Этот журнал выполнял функцию распространения мнения правительства США о событиях, происходящих на мировой арене. С 1996 по 2000 г. правительство США создало еще несколько электронных журналов, которые не только объединяли выпускников программ обменов, но и распространяли информацию о жизни в США.

В это время термин «культурная дипломатия» медленно заменялся на термин «публичная дипломатия» или «общественная дипломатия» (public diplomacy) в среде экспертов, а потом и в документах правительства. Стало ясно, что культурная дипломатия уже не в состоянии объять новые информационные технологии, которые сделали информацию очень доступной для миллионов

людей, а значит, самым доступным драйвером общения между странами. Правительства оказались только одним из участников новой информационной эпохи, в которой активисты чатов, создатели сайтов и простые пользователи сети играли основную роль. Они формировали месседжи и распространяли их от общества к обществу (public-to-public), от правительства к обществу (state-to-public) и от общественности к правительству (public-to-state). Культурная дипломатия (обмены в области культуры, спорта или образования), которая до этого была уделом правительств и части общества, обрела невиданные до этого масштабы, реализуясь посредством информационной близости между странами, правительствами и аудиторией, и получила новое название – публичная дипломатия. Сегодня этот термин определяет деятельность всех граждан и правительства в области информации, культуры, образования, спорта, туризма и т. д. в традиционном и цифровом измерении.

В 2001 г. произошло одно из важнейших событий в сфере Интернет-дипломатии: был создан сайт для прямого общения между правительством США и зарубежными участниками социальных сетей под названием «сетевая дипломатия» (Net-Diplomacy). Тогда госсекретарь Колин Пауэлл заявил, что сетевая дипломатия – это инструмент, изменяющий политические границы, ломающий культурные стены и барьеры между людьми с помощью коммуникационных взаимодействий²⁹. Пауэлл также отмечал, что сетевая дипломатия должна поддерживать двусторонний диалог правительства США с зарубежной аудиторией. Эти слова оказали влияние на культурную дипломатию США. Стало ясно, что растущее число пользователей создает условия для расширения масштабов взаимодействия и распространения ценностей США. Еще одним толчком в использовании интернет-технологий в культурной дипломатии стала идея «трансформационной дипломатии», выдвинутая следующим госсекретарем Кондолизой Райс. Она расширила число сайтов для взаимодействия США с зарубежными странами посредством новых интернет-технологий. В результате этих первых, и с позиции сегодняшнего дня уже скромных инициатив, в период с 2002 по 2008 г. администрация Дж. Буша-мл. переносила традиционные радио- и телеканалы международного вещания в Интернет. Радио и телевидение США становились интерактивными, что предпо-

²⁹ Powell C.L. Remarks at NetDiplomacy 2001 Conference, September 6, 2001 // U.S. Department of State. Archive. URL: <http://2001-2009.state.gov/secretary/former/powell/remarks/2001/4838.htm> (дата обращения 5.10.2021).

лагало получение мгновенной реакции зарубежной публики на контент. В начале 2000-х гг., до появления известных социальных платформ, было создано около десяти новых каналов, работающих с зарубежной публикой через сеть. Зрители реагировали на программы и шоу, присылали свои комментарии, которые находили ответ со стороны США. Об этом могли только мечтать специалисты в области культурной дипломатии в последние лет сто. США в какой-то момент истории, а точнее, с начала 2000-х гг. и в течение последующих десяти–пятнадцати лет, оставались лидером цифровой дипломатии.

Мгновенная реакция на информацию изменила суть уходящей культурной дипломатии. Если раньше в рамках традиционных программ обменов или работы международного вещания приходилось месяцами и годами ждать реакции участников культурной дипломатии или узнавать об их отношении к США посредством опросов общественного мнения, то теперь все изменилось. Американские участники видели, какие ценности принимаются или отрицаются зарубежной аудиторией, что оказывало значительное влияние на месседжи и содержание программ. В свою очередь, зарубежная аудитория понимала, какие черты их нации необходимо раскрыть, чтобы ликвидировать старые стереотипы или преодолеть проблемы.

В 2006 г. госсекретарь К. Райс объявляет о запуске еще одного официального блога под названием “Dipnote”. Блог был создан для повышения прозрачности деятельности работы правительства и дипломатов с помощью освещения рабочих процессов. Это вызвало неподдельный интерес со стороны зарубежной публики, которая получила возможность заглянуть в правительственные структуры США и напрямую пообщаться с дипломатами. Впервые США, а потом и многие другие страны, предложили общественности альтернативный источник информации с возможностью для участников обсудить важные вопросы внешней политики и культуры. Это оказало серьезное влияние на публичную дипломатию. Правительство, которое год за годом выстраивало контакты с зарубежной публикой через дорогие программы обменов со сложной логистикой, оказалось в самой непосредственной близости с многомиллионной аудиторией.

Кроме этого, было создано несколько электронных журналов (например, “eJournal USA”, “Weekly Newsletter”, “Student Corner” и др.). Появилась также группа первых блогеров (Digital Outreach Team) для формирования диалога с той зарубежной публикой, у которой настроения антиамериканизма развиты в наибольшей степени. Эти специалисты были не «тролли» и не

использовали ботов. Они открыто регистрировались в социальных сетях в качестве рядовых участников или модераторов дискуссий. Команда разъясняла пользователям поведение США на международной арене, реагировала на дезинформацию, поступающую в социальные сети. Сегодня таким подходом уже никого не удивишь. Но в начале 2000-х гг. и в последующие несколько лет США оставались лидером в использовании сети для установления контактов и повышения взаимопроникновения культур разных стран.

Цифровая дипломатия и свобода доступа в Интернет

С приходом Барака Обамы на пост президента развитие цифровой дипломатии или дипломатии, основанной на использовании социальных сетей и интернета в целом, существенно ускорилось. Многократно увеличилось количество аккаунтов государственных органов и чиновников в различных социальных сетях, да и аккаунт самого президента на платформе “Twitter” привлек несколько десятков миллионов фолловеров. В первый день своего пребывания у власти президент Обама подписал меморандум о «Прозрачном и открытом государстве» (Transparency and Open Government), который положил начало активному применению электронных технологий в дипломатии и управлении государством. И это неслучайно, поскольку сама предвыборная кампания Б. Обамы была построена на использовании интернета и социальных сетей для обращения к избирателям и донесения предвыборного послания до миллионов людей. После вступления в должность он активно использовал социальные сети сам и поощрял их использование своими помощниками и государственными органами.

Одной из ярких новаций цифровой дипломатии является возможность трансляций выступлений первых лиц в самые разные страны, что также привлекло внимание миллионов граждан. Характерен пример выступления Барака Обамы в Каире, которое с помощью самых разных инструментов было передано во все уголки земного шара. Текст речи был переведен на множество языков и распространен в более чем 200 странах. Данный кейс вошел в историю культурной дипломатии. Барак Обама только одним этим выступлением заложил основы улучшения имиджа США в странах Ближнего Востока и Северной Африки. При помощи самых простых проектов цифровой дипломатии Америка

очень быстро возвращала к себе доверие населения в разных странах. Прямое обращение к простому населению, а не к политикам или государственной власти зарубежных стран, что было широко представлено в социальных сетях, показало эффективность цифровой дипломатии.

Президент и его супруга Мишель Обама оказались подходящими фигурами для осуществления цифровой дипломатии. Они неоднократно записывали самые разные видео-обращения, устраивали флешмоб или обращались к участникам различных событий в зарубежных странах. Ориентация президента на формирование диалога, понимание и принятие социальных сетей как формы для быстрого донесения своей позиции ежедневно повышали акции цифровой дипломатии. Например, в январе 2012 г. президент Обама привлек внимание интернет-общественности по всему миру, организовав онлайн-конференцию посредством сервиса google+hangouts. Вопросы президенту мог задать любой желающий, отправив их на страницу Белого Дома на платформе “Youtube”, где их публиковали и размещали для голосования. Президент отвечал на самые популярные вопросы авторам лично онлайн. В общей сложности было задано 133 163 вопросов, и за них отдано в сумме 1 630 199 голосов. Это событие наглядно показало возможности социальных сетей для установления контакта между президентом и массой пользователей в других странах, чего не было никогда в дипломатии. И этот контакт был не в форме монолога – выступления президента по радио и телевидению, а в форме общения или диалога, что очень быстро ликвидировало барьеры, привлекало пользователей на сторону американских ценностей и показывало самим американцам мнение пользователей о слабых и сильных сторонах их политики или жизни общества. И тогда, в 2012 г., США оставались лидером в применении новых технологий в искусстве управления публичной дипломатией.

Но не президент Обама останется в истории как основатель цифровой дипломатии США. На эту роль с гораздо большими основаниями претендует госсекретарь Х. Клинтон. Именно она активно продвигала новую философию цифровой дипломатии, которая привлекла к себе миллиарды пользователей и до сих пор остается самым обсуждаемым вопросом в мировой политике: свобода доступа в сеть является важной общечеловеческой ценностью, цифровая дипломатия должна продвигать эту ценность, доступ к сети никто не имеет права ограничивать. Хилари Клинтон часто заявляла, что цифровая дипломатия будет продвигать и защищать свободу каждого гражданина на доступ к

информации и создавать новые партнерские связи снизу вверх и по горизонтальной линии.

На активное использование цифровой культурной дипломатии, и на позицию Х. Клинтон, большое влияние оказали события в Китае. В январе 2010 г. была совершена атака на страницы китайских диссидентов, после чего компания “Google” отказалась от соблюдения законов цензуры Китая и перенаправила всех пользователей на сервер в Гонконге, прекратив сотрудничество с правительством КНР. Данный инцидент привлек внимание многомиллионной аудитории к теме цензуры в сети Интернет. Госсекретарь Клинтон выступила с эмоциональной речью под названием «Свобода в Интернете», в которой говорила о свободе, продвигаемой США, на фоне проблем, с которыми сталкиваются пользователи сетей во многих странах. Выступление вызвало широкий резонанс в американском обществе и мире и повлияло на готовность крупных корпораций в сфере информационных технологий сотрудничать с правительством США в сфере цифровой дипломатии. Госсекретарь Х. Клинтон привлекала к реализации правительственной цифровой дипломатии такие корпорации, как “Google”, “Facebook”, “Twitter”, “Youtube” и др. В январе 2010 г. их основатели пообещали госсекретарю поддерживать правительственные инициативы, связанные с политикой США по продвижению своих ценностей в социальных сетях. Перед компаниями была поставлена задача мобилизации тех пользователей, которые имеют потенциал лидерства, негативно относятся к экстремизму и авторитаризму и готовы реализовать свои идеи в социальной, культурной и политической областях.

Хиллари Клинтон, как в свое время Джон Кеннеди, призвала американскую молодежь стать общественными посланцами и распространять позитивное знание о США, а также включиться в работу по передаче знаний о технологиях в другие страны:

So my message to you today is this: Be the special envoys of your ideals; use the communication tools at your disposal to advance the interests of our nation and humanity everywhere; be citizen ambassadors using your personal and professional lives to forge global partnerships, build on a common commitment to solving our planet’s common problems. By creating your own networks, you can extend the power of governments to meet the needs of this and future generations³⁰.

³⁰ Hillary Rodham Clinton Remarks at the New York University Commencement Ceremony, Yankee Stadium New York City. May 13, 2009. URL: <https://2009-2017.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2009a/05/123431.htm> (дата обращения 15.10.2021).

В феврале 2011 г. Хиллари Клинтон выступила перед студентами университета Джорджа Вашингтона со второй речью о свободе интернета, которая стала основой развития цифровой дипломатии. В ней она еще раз подчеркнула, что свобода интернета – это одно из основных прав человека в XXI в., которое США намерены защищать, и призывает к этому все мировое общество. Одним из главных тезисов этой речи является необходимость обеспечения свободного выражения идей и мнений между людьми по всему миру. Тысячи американских студентов включились в работу по распространению знания о том, как использовать социальные сети для объединения людей и решения социальных проблем. Передача коммуникационных технологий другим странам и повышение цифровой грамотности стали новой основой движения волонтеров, которые участвовали в цифровой модернизации XXI в.

Проекты цифровой дипломатии

Интернет-свобода стала основой нового и необычного проекта под названием «Гражданское общество 2.0.» (Civic society 2.0). Это было взаимодействие специалистов из США в области высоких технологий с представителями зарубежного общества различных стран мира. Посредством прямого общения американских экспертов с зарубежными представителями происходило обучение интернет-технологиям на различных уровнях, начиная с основ создания web-страниц, заканчивая методами управления платформами социальных медиа. Виртуальные платформы и обучение offline позволило многим людям в зарубежных странах изучить основы коммуникационных технологий и привлечь местную аудиторию к самым разным проблемам. Учителя школ Замбии, чиновники Европейского союза, представители организаций в области культуры и многие другие целевые аудитории изучали основы сетевого общения, что было обозначено как TechCamps.

После землетрясения на Гаити, произошедшего в январе 2009 г., коммуникационные технологии стали играть решающую роль в ответных действиях США на природные катастрофы. США помогли организовать SMS-кампанию со словом “HAITI”. Это позволило американцам пожертвовать средства для оказания помощи посредством мобильной связи и собрать более 40 млн долл. Более того, были созданы интерактивные карты для работников спасательных служб в распределении ресурсов и оказания помощи.

За несколько лет в программе приняли участие более 1100 организаций разных стран, которые инициировали огромное число проектов в социальной сфере. Многие участники, например, создавали карты в своих странах, чтобы показать места, которые были доступны для инвалидов. Отображение доступных мест помогло людям с ограниченными возможностями передвигаться, а органы местного самоуправления получили информацию о том, какие здания необходимо усовершенствовать для расширения доступа. В свою очередь, одна малоизвестная образовательная организация в Гватемале опубликовала карту, которая показывала расположение бесплатных учебных центров по всей стране. Этот проект помог людям понять, какие образовательные ресурсы есть в их районе.

Особую роль среди программ данного блока заняли инициативы, разработанные с целью включения девушек и девочек в общественную жизнь. Одной из новейших программ является проект “TechGirls”, в рамках которого девушки в возрасте от 15 до 17 лет изучали способы донесения информации по социальным сетям. В целом стоит отметить, что при Х. Клинтон большое внимание уделялось роли женщины в политике, было организовано множество форумов и других проектов, преследующих данную цель. Проекты, связанные с киберпространством, объединяют институты, технологии и технологически подкованных волонтеров в совместной работе по повышению технической грамотности, усилению влияния информационных технологий во всех сферах жизни общества. Однако подобная цифровая дипломатия – это не замена традиционных методов коммуникации «лицом к лицу», а перемещение программ культурной дипломатии в новые сферы прямой связи с новыми аудиториями.

Два помощника Х. Клинтон наладили основные цифровые проекты: заместитель госсекретаря по вопросам публичной дипломатии Дж. Макхейл и помощник по инновационным технологиям А. Росс. Бывший президент телеканала *Discovery* Дж. Макхейл успешно продвинула идею перемещения в Интернет всех американских каналов радио и телевидения, вещающих в других странах. Она также стала автором проекта “Exchange 2.0”, который содержит ряд дополнительных элементов, позволяющих укреплять и расширять связи США с гражданами других стран, участвующих в обменах.

Алек Росс, старший советник Госсекретаря США по инновациям, сыграл основную роль во внедрении новых технологий в повседневную жизнь многих людей по всему миру. Росс был и остается жарким сторонником создания нового измерения меж-

дународных отношений – цифровизации. Как говорил Алек Росс в своей лекции в МГИМО в 2011 г., современная мировая политика перемещается в виртуальное пространство, и от позиции пользователей социальными сетями зависит будущее мироустройство. Он призывал задействовать все социальные сети, чтобы формировать достоверное представление друг о друге и установить по-настоящему доверительные отношения.

Такой подход обусловил масштабное создание личных страничек официальными лицами правительства США в социальных сетях. Наиболее популярной для расположения правительственной информации стали платформы “Facebook” и “Twitter”. Сотрудники Белого дома, Госдепартамента, Пентагона, конгрессмены, президент США, его пресс-секретарь и многие другие создают свои открытые аккаунты в рамках данной платформы для информирования мирового сообщества о событиях, на которые необходимо обратить внимание, для ответов на импульсы, поступающие через социальные сети. Уже в 2012 г. было создано около 300 страничек на портале “Facebook”, 200 аккаунтов на платформе “Twitter” и 125 каналов на портале “Youtube”, в результате чего члены правительства США обогнали все страны мира по числу профайлов. Более 30 млн человек стали подписчиками каналов в мире.

Был создан Офис сетевых взаимодействий (Office of Web Engagement), который управляет страницами правительства США в социальных сетях, включая аккаунты на сайте “Facebook”: *Ejournal USA*, *Democracy Challenge* и *CO.NX*. Страницы ведутся на иностранных языках – арабском, китайском, фарси, французском, русском и испанском. Другим механизмом, отвечающим за ведение правительственных медиаплатформ, становится Центр цифровых коммуникаций (Digital Communication Center). Под его руководством находятся самые важные правительственные страницы: официальный блог “DipNote”, официальные аккаунты в “Твиттере” (@StateDept) и на платформе “Facebook”. Сотрудники команды ведут правительственные профили на арабском, китайском, фарси, французском, хинди, португальском, русском, испанском, турецком и урду языках. Одной из самых популярных платформ среди зарубежной аудитории является “CO.NX”. Она сочетает в себе функции прямого потокового видео и интерактивного чата и предоставляет доступ к веб-трансляциям на различные темы, которые ведутся с участием экспертов, и позволяет участникам обсуждать мероприятия с помощью своих аккаунтов в сети “Facebook” прямо на странице трансляции.

Сегодня культурная дипломатия США в ее цифровом измерении концентрируется в Отделе по электронной дипломатии

(The Office of eDiplomacy), а самыми известными проектами являются:

Diplopedia wiki	TechCamp
Communities @ State blogs	Enterprise Search
Corridor	Idea Exchanges
Virtual Student Foreign Service	Virtual Presence Posts (VPPs)
Tech@State	Collaboration Clearinghouse

Все эти сайты и чаты позволяют правительству США и всем простым американцам напрямую общаться с целевой аудиторией без участия различных посредников в виде правительства зарубежных стран или бюрократов, а также без подписания самых разных и порой тормозящих культурную дипломатию документов.

Например, посольство США в Пакистане в 2012 г. устроило конкурс на создание логотипа для своей страницы в “Facebook”. Такая акция не только привлекла внимание аудитории и позволила ей участвовать в процессе, но и способствовала развитию двустороннего понимания и общения. Сотрудники получили помощь в оформлении страницы и установили более доверительные отношения с участниками. Участники, со своей стороны, будучи задействованными в процессе, перенесли позитивные эмоции, вложенные в труд, на США.

Другим примером может служить проект по работе над страницей на платформе “Facebook” по визиту президента Б. Обамы в Индонезию. Были организованы дискуссии, разные мероприятия, распространено большое количество информации о событии, что получило поддержку многих жителей со всей Индонезии (а не только Джакарты). Динамика развития была такова: в феврале 2010 г. было около 50 тыс. пользователей, которым «нравилась» страница. К апрелю 2011 г. их было уже 315 тыс. Для популяризации визита президента были задействованы онлайн-порталы Индонезии, интернет-баннеры, платформы “YouTube” и “Twitter”. Визит Обамы прошел очень успешно, было подписано солидное число соглашений в экономической и культурной сферах. Или: в декабре 2011 г. было открыто виртуальное посольство в Тегеране, с которым отсутствовали официальные дипломатические отношения. Проект создавал возможность напрямую взаимодействовать с населением Ирана и поддерживать прямой и крепкий контакт между народами. Это был информационный двуязычный центр, посвященный не только политике США по отношению к Ирану, но и американской культуре и обществу.

Цифровая дипломатия позволяет обратить внимание и установить диалог с теми группами зарубежного общества, которые,

может быть, никогда не станут участниками программ обменов. Социальные сети предоставляют возможность всем голосам и мнениям быть услышанными. Здесь раскрывается еще один чисто американский подход и ценности американцев: каждому «место для шага вперед», как пел Виктор Цой. Примером является сайт «Всемирные голоса онлайн» (Global Voices). Сайт представляет собой интернациональную информационную сеть, объединяющую блогеров, переводчиков, аналитиков и общественных журналистов, которые собирают, анализируют и освещают информацию из блогосферы, независимых СМИ и медиаплатформ вне зависимости от ее географической принадлежности. «Голоса» – частный проект, открытый американскими блогерами, которые хотели донести мнения самых разных граждан из зарубежных стран по самым разным вопросам до мировой общественности. Переводчики из разных стран переводят тексты постов на доступные языки. Одной из главных отличительных черт проекта становится его многоязычность. Команда проекта публикует информацию на английском языке и переводит статьи более чем на 30 языков мира.

Цифровая дипломатия проникает туда, куда не смогли бы прийти программы в традиционном формате в силу разных политических обстоятельств. Например, две китайские социальные платформы – “Weibo” и “WeChat” – являются местом приложения цифровой дипломатии США, причем на китайском языке. Посредством этих социальных медиа американские участники распространяют собственную позицию и доносят ее до 2,5 млн подписчиков в КНР. Анализ опубликованных постов позволяет выделить следующие темы, которые чаще всего обсуждает китайская аудитория (см. табл.).

Таблица

Содержание информации официального профайла США
в Китае на платформе Weibo

Содержание постов	Количество (%)
Официальные заявления	33,2
Образование в США	16,8
Мероприятия Американского центра в Пекине	13
Американское общество	9,4
Обучение английскому языку	6,8
История США	5,3
Виза в США	2,5
Туризм в США	2,3
Права человека	1

Из таблицы следует, что официальные заявления и детали получения американского образования являются самыми популярными темами среди постов. Такая чувствительная тема, как права человека, редко обсуждается в данной социальной сети. В постах транслируются такие американские ценности, как дух свободы, прагматизм, чувство национальной гордости, культурное многообразие. Платформа оказалась эффективной для установления прямой связи между американской и китайской публикой. Были созданы открытые темы для обсуждения, которые привлекли массу китайских граждан. Например, вопрос о том, сколько зарабатывает вице-президент США Майк Пенс, вызвал горячее обсуждение среди пользователей сети. Профайл США на платформе *WeChat* расширяет культурную составляющую в общении. Посты информируют публику о проведении открытых лекций и распространяют познавательную информацию о специфике американского национального характера. Обучение в американских университетах, образовательная система США, жизнь, политика и общество в США являются самыми привлекательными для китайской публики. Китайская молодежь использует эту платформу для прямого общения с американскими студентами, чтобы задавать вопросы напрямую своим ровесникам и получить от них ответы. Также профайл публикует информацию о кинопоказах, для которых отбираются известные американские фильмы.

Таким образом, инициаторы цифровой дипломатии и многомиллионная армия пользователей, сами не подозревая, создали за короткий промежуток то, что традиционная культурная дипломатия создавала последние 100 лет: быстрое информирование друг друга, быстрое установление диалога и формирование широкой сети сторонников.

В официальных документах и среди экспертов такая политика культурной дипломатии стала называться дипломатией вовлечения (*engagement*). Она подразумевает активное и масштабное взаимодействие с целевыми аудиториями, которые были исключены из традиционных программ культурной дипломатии США.

Более того, цифровая дипломатия разрешила старую проблему *монолога*, т. е. одностороннего распространения информации, и перешла к *диалогу*, что обеспечивает обратную связь, а затем и быструю реакцию США на формирующееся общественное мнение пользователей сети. Диалог выстраивается через известных американцев – политиков, звезд кино и эстрады, ученых, а также через простых американцев, которые также активно принимают участие в обсуждении и транслировании информации посредством социальных сетей.

Многие страны пошли по стопам цифровой дипломатии США, взяв на вооружение самые разные технологии и наработки. Однако они наполнили свою цифровую дипломатию другим содержанием, что привнесло неожиданные повороты и новые вызовы в киберпространстве. Инструменты мягкой силы стали заменяться на методы «острой силы» (sharp power). Однако самым важным и новым направлением является использование технологий искусственного интеллекта в цифровой дипломатии. Оказалось, что уже не пост и не твит оказывает влияние на целевую аудиторию, а вереница комментариев, публикуемых под постом. Именно в комментариях скрыто то, что можно назвать политическим ландшафтом страны и населения. Здесь содержатся лозунги и убеждения и открываются широкие возможности для государства оказывать влияние на мнения пользователей. Только искусственный интеллект может создавать большие объемы данных, направлять их на целевые аудитории и, самое главное, реагировать на комментарии и давать точные, яркие и убедительные ответы в социальных сетях, что очень важно в период проведения информационных кампаний. Поэтому использование искусственного интеллекта в цифровой дипломатии является новым этапом. Создание так называемого chatbot 24/7/365 с использованием искусственного интеллекта заменяет не только сотни служащих отделов цифровой дипломатии, но и втягивает в дискуссии миллионы пользователей Интернета на всех языках мира.

Для дальнейшего изучения

Клинтон Х. Тяжелые времена. М., 2019.

Цветкова Н.А., Ярыгин Г.О. Публичная дипломатия ведущих государств: Традиционные и цифровые методы. СПб., 2014.

Цветкова Н.А., Кузнецов Н.М. Феномен дипломатии больших данных в мировой политике // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2020. № 4. С. 27–44.

Цветкова Н.А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2020. № 2. С. 37–47.

Цветкова Н.А. Программы Web 2.0. в публичной дипломатии США // США и Канада: экономика, политика, культура. 2011. № 3 (495). С. 109–122.

Цветкова Н.А., Ярыгин Г.О. Политизация «цифровой дипломатии»: публичная дипломатия Германии, Ирана, США и России в со-

циальных сетях // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. 2013. № 1. С. 119–124.

Cull N. Public diplomacy: foundations from global engagement in the digital age. Cambridge, 2019.

Ross A. Industries for Future. N.Y., 2017.

Tsvetkova N., Kheifets V., Sytnik A., Tsvetkov I. Venezuela in U.S. public diplomacy, 1950s–2000s: the Cold War, democratization, and the digitalization of politics // Cogent Social Sciences. 2019. Т. 5. № 1. P. 1–15.

Tsvetkova N., Rushchin D., Shiryaev B., Yarygin G., Tsvetkov I. Sprawling in cyberspace: barack obama's legacy in public diplomacy and strategic communication // Journal of Political Marketing. 2020. Vol. 5. No 1. P. 1–17.

Электронный ресурс

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Тема 10. Многоликая цифровая дипломатия и дипломатия данных: США и мир

США открыли мир цифровой дипломатии для других стран, которые, в свою очередь, усовершенствовали методы взаимодействия с целевой аудиторией через сеть Интернет. Человечество переживает эпоху *цифровизации*, когда Интернет и социальные сети оказывают все возрастающее влияние на международную политическую обстановку. Она имеет три измерения: кибербезопасность и связанную с ней информационную безопасность, управление интернетом и цифровую дипломатию, которая напрямую связана с публичной дипломатией многих стран, оказывающих прямое, как негативное, так и позитивное влияние друг на друга.

Цифровая дипломатия использует для своей реализации инструменты *острой силы* (sharp power) и *киберсилы* (cyber power). Острая сила – это способность государства воздействовать на международную аудиторию при помощи манипулирования информацией в целях дестабилизации политических систем других стран, а киберсила – это способность государства осуществлять влияние на другие страны, используя так называемые «большие данные». Именно эти два тренда, к сожалению, стали основой цифровой дипломатии многих стран. Чтобы понять многоликость цифровой дипломатии, в реализацию которой оказались вовлечены США и различные страны мира, необходимо остановиться на нескольких важных вопросах.

«Острая сила» цифровой дипломатии: методы взаимодействия с аудиторией через киберпространство

Мы уже говорили о том, что именно США разработали механизмы цифровой дипломатии для решения задач публичной дипломатии. Однако их опыт расширили другие страны. Сегодня лидерами в цифровой дипломатии являются не только США, но и Франция, Германия, Китай, Иран и Россия. Они чаще, чем другие государства, используют Интернет для проведения внешней и культурной политики, эффективно владеют такими методами

дипломатии, как твипломаси (Twiplomacy) и вейпломаси (Weiplomacy), научились использовать «большие данные» для эффективного влияния на целевые аудитории, а также задействовать элементы острой силы. Эти государства стали первыми странами в мире, которые быстро нарастили потенциал своей цифровой дипломатии, вкладывая огромные ресурсы в инновационные проекты. Но эти страны в силу разницы политической культуры и ценностей отражают разнообразие подходов к использованию традиционных методов публичной дипломатии и Интернет-дипломатии, которые затем получили распространение во всем мире.

В самом мягком варианте цифровая дипломатия часто используется как средство привлечения внимания зарубежных граждан к культуре, традициям и языку государства и продвижения его позитивного имиджа. Например, Франция отличается особым стилем продвижения культуры и создания позитивного образа в мире. Она осуществляет программы цифровой дипломатии под лозунгом развития франкофонии, и проекты Парижа нацелены на ту зарубежную аудиторию, которая интересуется французской культурой и языком. Эти люди в большинстве своем студенты, школьники старших классов, молодые люди, изучающие французский язык для развития своей карьеры. Такие институты французской дипломатии, как Французский институт или Альянс Франсез, поддерживают разные Интернет-сайты во многих странах мира. В описании пабликов достаточно четко изложены цели французской публичной дипломатии в социальных сетях: «Вы хотите изучить французский язык, прочитать новые романы, опубликованные во Франции, посмотреть фильм, Вас интересует театр, музыка, танцы, изобразительное искусство, Вы хотите лучше понимать, как живут во Франции в начале этого века. Французский институт здесь, чтобы Вас принять». Большинство сообществ публикуют информацию на французском языке, следовательно, цифровая дипломатия направлена на людей, уже интересующихся французским языком и французской культурой.

Цифровая дипломатия – это средство ребрендинга нации. Основоположником идеи о том, что посредством социальных сетей можно изменить образ страны, стала Германия. Продвижение нового бренда Германии как страны для инновационных идей и деятельности происходит через социальные платформы. Информационная цифровая кампания под названием “Germany – Land of Ideas” ставит своей целью окончательно преодолеть негативную историческую память о Германии и решить конкретную экономическую задачу – привлечь новые высококвалифицированные кад-

ры из других стран. Различные аккаунты и реклама обращаются к пользователям с такими лозунгами, как «Германия – лучший экономический партнер», «Германия – земля высокой культуры и притяжения», «Германия, как бриллиант, имеет многочисленные грани». Особую роль в продвижении бренда Германии играет «YouTube». Именно эта платформа размещает наибольшее число рекламных роликов о Германии. Например, видео под названием «Германия – земля идей» соединяет культурное наследие Германии (музыка и литература) и новые технологии в индустрии, медицине, науке и образовании в единое целое. Видео не имеет закадрового голосового оформления, однако визуальный ряд подводит зрителя к мысли, что Германия – это передовое государство с высокотехнологической экономикой и индустрией. Подобные ролики, распространенные правительством Германии на различных сайтах, способствовали созданию нового бренда Германии как прогрессивного, инновационного и надежного (progressive, innovative, reliable) государства.

В свою очередь, Китай использует социальные сети как средство для продвижения нового бренда страны – глобальной и миролюбивой державы. Цифровая дипломатия убеждает пользователей социальными сетями, что Китай стремится к гармонии внутри своего общества и в мире в целом. С помощью продвижения указанных идей правительство пытается изменить негативное восприятие Китая как закрытого государства, в котором попираются права человека, предлагая зарубежной аудитории более позитивный взгляд на китайское общество. Развитие Интернет-каналов телевидения и радио является императивом китайской цифровой дипломатии. Например, особый проект под названием «Перемены Китая глазами иностранцев» посвящен продвижению позитивного бренда КНР. Иностранные политики и дипломаты убеждают иностранную публику в миролюбивом характере развития Китая. Острые проблемы, связанные с Тибетом или Тайванем, полностью завуалированы или представлены международной публике в позитивном свете. Например, Интернет-телевидение Китая показывает, как этнические группы из Тибета получают школьное образование, что убеждает зрителя в «политике мультикультурализма» правительства.

К ребрендингу нации через социальные сети прибегают многие страны, но используют новые технологии по-разному. Если страны Европы, Китай или Россия опираются на Интернет-телевидение, то, например, Финляндия придумала идею национальных смайликов. В 2015 г. были созданы и запущены в сеть смайлики и идеограммы (эмоджи) о национальных особенностях

населения и природе Финляндии, чтобы усилить привлекательный образ страны. Эмоджи иллюстрировали суровую природу и особый характер финнов (медлительность, малоразговорчивость и уединенный образ жизни). Неожиданно эти символы и смайлики получили мировое признание, вошли в топ-трендов на платформе “Twitter”, набрав 3 млн просмотров за несколько дней. В конце года они вошли в топ наиболее популярных событий, случившихся в мире в 2015 г., по версии журнала “Times”, а также таких изданий, как CNN, the Guardian, Washington Post, BBC, Fox News, AP, Reuters, Huffington Post и др. Более 154 млн пользователей сети использовали данные финские эмоджи, а создатели заработали около 4 млн евро. Такой подход оказался более эффективным и менее затратным по сравнению с работой дорогостоящих каналов международного вещания.

Однако с появлением новых инструментов, встроенных в социальные платформы, таких как микротаггерирование, цифровая дипломатия принимает все более острые формы. Многие государства чаще стали прибегать к методам киберсилы и цифрового сдерживания.

В более жестком формате цифровая дипломатия может использоваться как средство сдерживания распространения других культур и ценностей в стране, что сегодня называется «дипломатией вейбо» или «вейпломаси» (Weiplomasy) по одноименному названию самой большой социальной сети в мире – китайской сети “Weibo”. Вейпломаси – это сочетание политики создания суверенного Интернета и точечного закрытия сайтов или ликвидации некоторых постов. Сегодня уже признано, что простое закрытие Интернета в стране или создание стены (Firewall) является дорогим и малопродуктивным действием. Но чтобы обезопасить государство от угроз или ограничить доступ граждан к определенной информации, цифровые технологии позволяют удалять только определенные посты или закрывать возможности для комментирования и распространения твитов. Впервые подобная практика была введена Китаем и сегодня используется многими государствами. Она позволяет, с одной стороны, бороться с кибертерроризмом, но, с другой стороны, ограничивает доступ граждан к информации.

Иран также выступает в качестве примера. Политика цифрового противостояния со странами Запада является основой цифровой дипломатии страны, а одним из его инструментов стало сдерживание проникновения американских и европейских телевизионных и радиоканалов на территорию Иранской республики. Оно осуществляется при помощи блокирования вещания извест-

ных и популярных американских каналов, таких как «Персидская служба новостей» (VOA Persian Service) и радио «Фарда» (Farda). Но несмотря на попытки иранского правительства блокировать вещание данных каналов, им удается достигать ушей граждан Ирана при помощи увеличения числа спутников, перемещения источника радиосигнала, а также при помощи создания особых приложений для мобильных телефонов и смартфонов. По состоянию на 2017–2018 гг. около 12% иранцев еженедельно слушали или смотрели американские радио- и телеканалы. Ежемесячно, несмотря на блокировку радиостанции «Фарда», ее сайт посещают 11,4 млн иранцев, при том что население Ирана составляет сегодня около 75 млн человек. Иран является одной из ведущих стран по потреблению новостей из США, несмотря на попытки создания суверенного Интернета и блокировок.

Цифровая дипломатия – это средство решения задач внешней политики. Страны используют цифровую дипломатию как средство информационной поддержки политических задач. Наиболее ярким примером в данном случае являются Россия и Китай, что не исключает деятельности в данной области других государств.

Российская цифровая дипломатия как метод влияния на целевую аудиторию в зарубежных странах при помощи социальных сетей и Интернета насчитывает около 10 лет истории. Ее официальной отправной точкой можно считать 2012 г., когда МИД РФ объявил о создании первой официальной учетной записи на платформе “YouTube”. Однако Российская цифровая дипломатия существовала до этих событий в виде известной твиттер-дипломатии информационных каналов и личных аккаунтов правительственных лиц. Тем не менее, в отличие от таких стран, как США, Франция, Германия, Иран или Китай, которые быстро развивали цифровые методы публичной дипломатии и превратились в глобальных лидеров по формированию общественного мнения в целевых странах, российская цифровая дипломатия до 2015 г. не слишком активно использовала Интернет в качестве инструмента внешней политики. Однако в течение последующих лет Россия превратилась в серьезную «цифровую державу».

Новые подходы и методы работы в сети Интернет изменили лицо мировой информационной деятельности и цифровой дипломатии многих государств на несколько лет вперед. К таким методам можно отнести критику политической системы и образа жизни населения в целевой зарубежной стране и обострение (амплификация) противоположных мнений или информации по определенной проблеме развития государства.

Самый показательный пример – ток-шоу Дж. Ассанджа (The World Tomorrow) на канале “RT”, в котором принимали участие политики, ученые и эксперты левого и правого идеологического крыла. Шоу привлекало зрителей, недовольных социально-политической обстановкой в западных странах. Более того, Россия масштабно транслировала информацию о различных оппозиционных и протестных движениях, что сделало международное вещание России вообще и канал “RT” в частности одним из популярных в мире. Хэштеги #Anonymous, #OccupyWallStreet, #OccupyChicago, #Ferguson, связанные с движением против финансовых институтов или отдельными внутриполитическими проблемами США, оказались значимым элементом политики канала в социальных сетях. Россия стала одним из сильнейших центров по формированию общественного мнения в отношении замалчиваемых или плохо освещаемых проблем жизни зарубежных стран. Например, документальные фильмы о движении “The Occupy Wall Street Movement” переформатировали общественный дискурс о том, как нужно относиться к подобным протестным движениям. Россия пропагандировала движение как революцию против элиты, а политическая и экономическая система США была описана такими терминами, как «коррупционная» и «управляемая корпорациями», которая не может быть изменена демократическим способом, а только через революцию.

Антиамериканизм в советском прочтении стал проследиться не только в содержании программ, но и в рекламных роликах и постерах канала. Советский прием «а как насчет вас?», известный в экспертных кругах как *whataboutism*, часто использовался в информационных кампаниях России. Например, самый известный рекламный постер содержал вопрос о том, «как насчет американской внешней политики в Ираке?», а фигура бывшего госсекретаря К. Пауэла «отвечала» на этот вопрос: «Иракская война: нет оружия массового уничтожения, 141 802 смерти. Это то, что случилось, когда нет альтернативного мнения»³¹. Позднее информационные кампании стали значительно острее. Например, известный фильм канала RT о протестах в США после избрания президента Д. Трампа под названием “Cultures of Protest”. Подобные проекты, даже если и предоставляли честные факты, расшатывали устоявшийся общественный консенсус в зарубежном обществе о том, как подобные проблемы должны обсуждаться в местных СМИ.

³¹ Tsvetkova N.A. Soft power and public diplomacy // Russia and the world: understanding international relations. Latham; Maryland, 2017. С. 231–252.

Несомненно, такая цифровая и традиционная информационная дипломатия играла на руку популистам, радикальным правым и левым движениям, а эффективность деятельности России была обусловлена фактом внезапности. Страны Европы и Америки оказались не готовы к такой российской информационной деятельности. Первой ответной реакцией стали алармистские заявления под известными традиционными лозунгами «Русские идут» (*Russians are coming*). Затем последовали более продуманные информационные проекты, связанные с иронией и ответной критикой политической и экономической жизни России. Например, русскоязычный аккаунт немецкого канала «Deutsche Welle» создал сатирическое мультипликационное шоу «Заповедник». Герои изображают представителей российского истеблишмента, реагируя на самые актуальные события во внешней и внутренней политике России. Использование технологии компьютерных игр привлекает к шоу молодежь. Сегодня оно набирает популярность в странах постсоветского пространства. Методы, ориентированные на критику политической жизни зарубежных обществ, также прослеживаются в содержании постов русскоязычного аккаунта канала «Международное радио Франции» (@RFI_France). Еще несколько лет назад аккаунт представлял из себя сборник новостей о культуре Франции. Однако сегодня канал переключился на транслирование и комментирование политических событий, происходящих в России, демонстрируя новый поворот в цифровой дипломатии.

В итоге в настоящее время все лидирующие страны, так или иначе, вовлечены в информационные кампании по очернению политического истеблишмента и политической системы друг друга. Критика отдельных политиков, высшего политического истеблишмента, высвечивание провалов и неудач в политических, экономических и социальных областях развития общества стала весомой частью публичной дипломатии многих стран. Такие задачи цифровой дипломатии, как «мягкость» в донесении информации или создание взаимопонимания, существуют, но они стали вторым треком в современном контексте.

Обострение (амплификация) полярных мнений по политическим вопросам является еще одним значимым инструментом современной цифровой дипломатии. Многие государства осознали эффективность взаимодействия с различными политическими силами для продвижения собственной повестки. Например, в период президентской избирательной кампании в США 2016 г. были выявлены цифровые проекты, которые заведомо транслировали полярное понимание и оценку социальных и политиче-

ских проблем. Например, таких как защита прав меньшинств в США или защита страны от наплыва нелегальных иммигрантов. Сетевые сообщества, вроде “Secured Borders” или “LGBT United”, создание которых приписывается российским блогерам, пропагандировали противоположные ценности. Между пользователями пабликов разгорались жаркие споры в виртуальном пространстве, которые впоследствии выплескивались на улицы.

Эффективность цифровой информационной деятельности многих стран, которая измеряется шириной аудитории и глубиной проникновения информации среди пользователей, зависит от понимания запросов целевой аудитории. Различные исследования показывают, что лучший способ вовлечения пользователей в дискуссии – это распространение постов среди тех, кто заинтересован или понимает проблему. Если пост в социальных сетях отражает мнения некоторого числа пользователей или является похожим на пост, который пользователи уже читали, то, как правило, пользователи будут соглашаться с данным постом. Более того, эти пользователи станут активными распространителями информации, что еще больше убеждает пользователей в их правоте и обостряет проблему. Примером могут служить на шумевшие информационные кампании упомянутого паблика “Secured Borders” на платформе “Facebook”. Часть постов была посвящена необходимости защиты границ США от нелегальных иммигрантов, а другая порция постов демонстрировала все тяготы и лишения тех, кто является нелегальным резидентом в США. Страница показывала две стороны проблемы, что, несомненно, вело к интенсификации обсуждения проблемы, споры перетекали в ведущие СМИ и оказывали влияние на поведение избирателей.

В такой политизированной цифровой дипломатии платформа “YouTube” оказалась самым эффективным инструментом влияния на целевые зарубежные аудитории. Ни боты, ни тролли, ни масштабные рекламные кампании международного вещания не достигают ушей и глаз целевой аудитории, как это делают видеоролики, смонтированные «общественными журналистами». Визуализация информации оказалась наиболее эффективным способом влияния. Видео протестов, бытовая жизнь маргинальных групп населения и т. п. стали наиболее эффективными методами цифровой дипломатии. Все больше и больше населения разных социальных групп обращается к платформе в поисках видеонОВОСТЕЙ, игнорируя стандартное телевидение. Например, канал “RT/RT America” получает наибольшее число просмотров на платформе “YouTube”, а не в “Twitter” или “Facebook”.

Продвижение хэштега, который раскрывает суть проблемы, – еще один метод, который вошел в современный арсенал цифровой дипломатии. Например, твиты канала *RT* и других форпостов цифровой дипломатии России дублировали хэштеги организации “WikiLeaks”, которые отражали проблемы политической жизни в США. Здесь нельзя не вспомнить об истории по распространению хэштега #podestaemails, который продвигал содержание переписки команды Хилари Клинтон во время президентской избирательной компании. Рассекречивание указанной переписки вскрыло чувствительную для Х. Клинтон информацию в отношении к Р. Сандерсу, ее сопернику по демократической партии. Рассекречивание и публикация в сети полученных документов для нанесения вреда оппонентам стало частью цифровой дипломатии и получило название *disclosure campaigns*. Данный хэштег оказался настолько разрушительным, что администрация компании “Twitter” приняла решение о его удалении летом 2017 г. Этот шаг, с одной стороны, создал новую дилемму в глобальной цифровой дипломатии относительно контроля за политической информацией в социальных сетях имеют ли право компании удалять политическую информацию по своему усмотрению? А с другой стороны, актуализировал вопрос о формировании общих запретов на использование кибератак и хакерства в цифровой дипломатии.

Социальные сети позволяют распространять политическую рекламу по политическим предпочтениям пользователей. Умелое таргетирование пользователей создает возможности для поиска целевой аудитории и эффективного влияния, что обозначается таким термином, как фильтрация пользователей (*social media reconnaissance*). Сама структура и встроенные функции платформ предоставили неограниченные возможности по поиску лидеров общественного мнения, их социальных связей и политических предпочтений, а реклама позволяла оказывать информационное давление на огромные группы населения. Другими словами, социальные сети сформировали инструментарий цифровой дипломатии и предоставили странам уникальную возможность оказывать быстрое и действенное влияние на представителей политического истеблишмента. Цифровая дипломатия позволила осуществить мобилизацию потенциально лояльно настроенных граждан в отношении определенных ценностей. Причем мобилизация сегодня происходит не вокруг абстрактных идей о взаимопонимании наций, а вокруг совершенно конкретных проблем, обозначенных особыми хэштегами. Например, проблема отношений между полицией и гражданами в США была представлена на многочисленных страничках с хэштегом #dontshoot,

собирала вокруг миллионы американцев, что создавало условия для вброса любого месседжа, способного изменить поведение пользователей.

Буквально несколько лет назад использование ботов – машинный способ распространения информации – оценивался не слишком высоко с моральной точки зрения. После обсуждения возможностей использования искусственного интеллекта как средства для ведения переписки с пользователями и реакции на возможные негативные комментарии под постом в социальных сетях использование ботов уже не считается чем-то аморальным. Все страны масштабно используют данные возможности, поскольку сами социальные сети ее предусматривают. Например, правильное использование бота на платформе “Twitter” создает условия для того, чтобы определенная новость вошла в число топ-новостей (Trending stories) и охватила миллионы пользователей. А топ-новости, как правило, попадают на страницы традиционных СМИ, что еще больше ускоряет распространение информации по самой традиционной части потребителей через печатную продукцию или телевидение. Первым проектом по использованию ботов стал проект китайского правительства в отношении информации о ситуации в Тибете. В 2011 г., а потом и в 2012 г., хэштег #tibet на платформе “Twitter” открывал огромное число постов, содержащих спам или ложную информацию. Правительство КНР тогда использовало данную технологию, которая растворяла реальные посты о ситуации в этой непокорной и неспокойной провинции Китая среди радужных постов.

Подобные подходы цифровой дипломатии, которые критикуют, поляризуют и дестабилизируют политическую жизнь в другой стране, обозначаются аналитиками со знаком «минус». Однако все эти методы, несмотря на критику со стороны различных государств, поставили вопрос о серьезном политическом и этическом значении социальных сетей, о необходимости проведения ревизии политики различных компаний в сфере распространения политической рекламы и ее контроля. Надо признать, что эти методы стали уже общепринятыми, вошли в инструментарий цифровой дипломатии разных стран.

Наконец, цифровая дипломатия – это «твипломаси» или личная цифровая дипломатия первых лиц. Это еще одно направление в современной цифровой дипломатии, которую несколько лет назад можно было поместить в инструментарий мягкой цифровой дипломатии. Однако в силу обострения информационного противостояния твипломаси занимает теперь нишу одного из острых инструментов Интернет-дипломатии.

Сегодня президенты и премьер-министры разных стран вступили в кибер-соревнование за привлечение к себе глобальной аудитории пользователей. Существуют самые различные рейтинги, которые показывают популярность или индекс влияния известных политиков. Самым популярным и насыщенным аналитическими выкладками является ресурс “Twiplomacy” (www.twiplomacy.com). Он показывает тренды в поведении первых лиц государств в социальных сетях. Все чаще и чаще социальные платформы становятся местом для провокационных заявлений первых лиц государств и центром принятия политических решений, что создает эффект двусмысленности и шоу. Это дестабилизирует население, что, собственно, и является элементом цифровизации мировой политики.

С приходом администрации Д. Трампа ситуация в области твиломаси накалилась. Являясь эксцентричной личностью, президент не обращал внимания на официальную политику в области публичной дипломатии. Он полагался на собственную публичную дипломатию: продвижение своего имиджа, эмоциональное общение со сторонниками через социальные сети виделись президенту основными инструментами цифровой дипломатии. Трамп часто давал нелицеприятные оценки зарубежным лидерам, публиковал заявления об увольнении сотрудников и даже рассказывал о перипетиях процесса принятия решений по внешней политике. Многие эксперты отмечали, что такая цифровая дипломатия Трампа не могла существовать долго. Однако провокационные заявления только увеличивали число подписчиков и оказали заметное влияние на всех других первых лиц государств, которые стали накалять эмоции своими постами. Впервые публичная дипломатия или политика по формированию имиджа президента и страны лишилась главного: четкого определения стратегии и целевой аудитории. В мире, в котором число информационных каналов скоро сравняется с числом жителей планеты, имеет ли смысл искать свою целевую аудиторию и подбирать подходящий для нее месседж? Не будет ли более эффективным играть на эмоциях толпы?

За цифровой дипломатией американского президента последовали многие первые лица государства, которые стали эмоционально и порой в провокационной манере высказываться в социальных сетях. Информационное противостояние многих политиков в кибер-среде влияет на предпочтения пользователей, лидеров общественного мнения и голоса избирателей. Например, затянувшийся политический кризис в Венесуэле между сторонниками президента Н. Мадуро и сторонниками самопровозгла-

шенного президента Х. Гуайдо переместился с улиц в Интернет. Оба мобилизовали ресурсы своей личной цифровой дипломатии, осуществляя ежедневные взбросы информации и стремясь найти поддержку у населения. Сначала твиты Х. Гуайдо значительно обгоняли по популярности твиты Н. Мадуро. Однако ситуация не была стабильной, и порой Н. Мадуро снова оказывался популярнее своего оппонента. Политическая жизнь страны проявляется в виде обмена твитами между двумя политиками, а сторонники или оппоненты ведут политическую борьбу в социальных сетях активнее, чем на каналах традиционного вещания или на улицах.

Киберсила: «большие данные» в цифровой дипломатии

Использование больших массивов данных (big data), что означает использование всей информации социальных сетей, которую компьютер обрабатывает по заданной проблеме, каждый день меняет цифровую «мягкую силу». Знание о том, как миллионы пользователей оценивают то или иное событие, открывает широкие, но еще малопонятные перспективы для взаимодействия, распространения информации и влияния.

Автоматизированные (машинные или компьютерные) методы анализа больших массивов интернет-текстов условно разделяют на три большие группы: первая группа – это классификация, кластеризация и тематическое моделирование; вторая группа – это сентимент-анализ и извлечение мнений; третья группа – извлечение объектов и фактов. Однако они могут комбинироваться в зависимости от задач внешней политики и дипломатии.

Первая группа методов анализа данных измеряет эффективность сообщений или постов. Здесь используются алгоритмы, которые работают с текстами и определяют значимость и индекс влияния определенной темы или поста для определенной аудитории. Это позволяет специалистам вырабатывать наиболее привлекательные и влиятельные лозунги и сообщения в цифровой дипломатии.

Вторая группа – это сентимент-анализ (выявление мнений) – представляет собой анализ тональности текста. Сентимент-анализ позволяет разделить сообщения на негативные и позитивные, что делает его весомым инструментом для оценки восприятия запущенных постов в социальных сетях, а также изучения отношения пользователей к конкретным проблемам. Алго-

ритм присваивает тексту оценку тональности, сравнивая его словарный состав с тезаурусом, в котором слова вручную распределены на позитивные и негативные. Однако понятие «позитивности» и «негативности» в социальных сетях неоднозначно, что требует внимательного отношения к типологии мнений и предметной области. Для получения более точных результатов инструменты тональной оценки еще будут совершенствоваться и адаптироваться под задачи цифровой дипломатии. Помимо мнений, с помощью аналогичных инструментов среди интернет-текстов можно выявлять экстремистские тексты, речи ненависти, пропаганду и т. п. Метод сентимент-анализа хорошо подходит для исследования самых горячих политических тем.

И, наконец, последняя группа методов анализа данных посвящена извлечению объектов и фактов. При извлечении объекта сначала изучается, какие слова и словосочетания указывают на него, а затем определяются способы автоматического соотнесения выявляемых отношений или тем с интересующим объектом. Объектами могут являться персоны, организации, географические названия и т. д. Эта группа методов может использоваться как для анализа отдельных аспектов продвижения «мягкой силы» в социальных сетях, так и для быстрого и точечного предоставления обратной связи на важные происходящие события.

Все государства, которые занимаются цифровой дипломатией, активно работают с большими данными, извлекаемыми из социальных сетей, в три условных этапа: сбор данных, анализ данных, визуализация данных.

Сбор данных (майнинг) производится с одного или нескольких ресурсов социальных медиа. Данные предварительно обрабатываются, и извлекается актуальная информация. При последующем анализе данные фильтруются и структурируются. После суммирования итогов анализа данных результаты чаще всего представляются в виде графических изображений или таблиц. Однако до сих пор существуют различные проблемы на пути создания точной информации для эффективной цифровой дипломатии. Данные не могут показывать абсолютно точную картину происходящего, скорее, они помогают обнаруживать паттерны (закономерности). К примеру, частично опираясь на набор данных “Twitter”, исследователи установили, что основными причинами осуществления цифровой дипломатии мировыми лидерами на крупнейших платформах социальных сетей “Facebook” и “Twitter” чаще являются грядущие выборы (привлечение электората) и социальные волнения в стране. Машина не способна полностью заменить человека – наиболее эффективным подходом является

комбинирование ручного и автоматического анализа текстов. До сих пор невозможно выделить лучший метод анализа, поскольку каждый метод или набор методов необходимо подбирать под имеющийся набор данных. Наконец, любой результат, полученный с помощью автоматических методов анализа больших массивов данных, требует подтверждения с помощью других методов – экспериментов, статистических данных и т. д. А для этого нужны финансовые ресурсы, креативные специалисты и инновационные технологии.

Вместо заключения

Искусственный интеллект: конец культурной и публичной дипломатии?

Однако самым важным и новым направлением является использование технологий искусственного интеллекта в цифровой дипломатии. Эксперты пришли к выводу, что сегодня публичная дипломатия и мягкая сила превратились в *компьютерную пропаганду*, которую осуществляют боты, тролли и пр., называемые «коммуникационными инструментами машинного типа». Масштабы использования различных компьютерных программ для распространения определенной информации приобрели огромные масштабы. Многие страны, политики и корпорации используют систему ботов для распространения информации по целевым аудиториям. Но боты – это уже не самый надежный инструмент, поскольку данная технология не позволяет эффективно вести дискуссию с пользователями социальных сетей. Оказалось, что уже не пост и не твит оказывает влияние на целевую аудиторию, а вереница комментариев, публикуемых под постом. Именно в комментариях скрыто то, что можно назвать политическим ландшафтом страны и населения. Здесь содержатся лозунги и убеждения и открываются широкие возможности для государства оказывать влияние на мнения пользователей.

Только искусственный интеллект может создавать большие объемы данных, направлять их на целевые аудитории и, самое главное, реагировать на комментарии и давать точные, яркие и убедительные ответы в социальных сетях, что очень важно в период проведения информационных кампаний. Поэтому использование искусственного интеллекта в цифровой дипломатии является новым этапом. Создание так называемого “AI chatbot” с использованием искусственного интеллекта заменяет не только сотни служащих отделов цифровой дипломатии, но и втягивает в дискуссии миллионы пользователей Интернетом на всех языках мира.

Для дальнейшего изучения

- Bjola C., Pamment J.* Countering Online Propaganda and Extremism: The Dark Side of Digital Diplomacy. N.Y., 2018.
- Manor I.* The Digitalization of Public Diplomacy. N.Y., 2021.
- Manor I.* A Vocal and Volatile Online Public // The Digitalization of Public Diplomacy. Cham, 2019.
- Manor I., Bjola C.* Public Diplomacy in the Age of 'Post-Reality' // Public Diplomacy and the Politics of Uncertainty / Ed. by P. Surowiec, I. Manor. London, 2019. P. 111–143.
- Tsvetkova N.A.* Soft Power and Public Diplomacy // Russia and the World: Understanding International Relations. Latham, Maryland, 2017. P. 231–252.
- Tsvetkova N.* Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power? // Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice / A. Velikaya & G. Simons (eds.), London; N.Y., 2019. P. 103–117.
- Tsvetkova N., Sytnik A., Grishanina T.* Digital International Relations: Uncertainty, Fragmentation, and Political Framing // The Routledge Handbook of Russian International Relations Studies / Ed. by M. Lagutina, N. Tsvetkova, A. Sergunin. N.Y.; London, 2023. P. 381–395.
- Tsvetkova N.* Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power? // Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice / Ed. by A. Velikaya, G. Simons. London, N.Y., 2019.
- Tsvetkova N.* Russia and the World: Understanding International Relations. London, N.Y., 2017.

Электронный ресурс

Видеоролик к данной лекции см.: <https://edu.amc.ru/courses>

Discover
the United States of America
Lecture Courses

In two books

Book 2

Moscow
2023

Edited by *Victoria I. Zhuravleva*
Translated from Russian by *Jean MacKenzie*

Reviewers

Aleksandr Kubyshkin
Dr. of Sci. (History), Professor,
Saint Petersburg State University (Russia)

David Goldfield
Ph.D., Robert Lee Bailey Professor of History,
University of North Carolina, Charlotte (USA)

Contents

<i>V.I. Zhuravleva</i>	
A Country with Many Faces: A Guide to <i>Discover</i> <i>the United States of America</i> <i>(In Lieu of an Introduction)</i>	623
<i>Course 4</i>	
U.S. Consumer Culture <i>G.Yu. Prokopenkov</i>	627
<i>Course 5</i>	
Mass Culture in the U.S. as a National Project and Export Item <i>A.B. Okun, A.S. Panov</i>	751
<i>Course 6</i>	
Romance with the American Dream <i>I.V. Morozova</i>	925
<i>Course 7</i>	
U.S. Cultural, Public, and Digital Diplomacy <i>N.A. Tsvetkova</i>	1051
<i>About the authors</i>	1169

Victoria I. Zhuravleva

A Country with Many Faces:
A Guide to *Discover the United States of America*

In Lieu of an Introduction

A student's book on the historical development of another country should be neither dry nor didactic. It is intended to pique readers' interest by offering them a guiding analytical framework and stimulating their desire to obtain new knowledge and form their own opinion of a foreign nation's experience in all of its rich diversity. A question that inevitably begs to be asked: How does one fit the narratives of the past and present into the explanatory framework while also maintaining a balance between generalizing subjects and facts? How does one create an attractive "packaging" for complicated problems?

American studies specialists from the Russian State University for the Humanities, St. Petersburg State University, and Samara University authored seven courses that form *Discover the United States of America*, and offered their own solution to these difficult tasks by writing easily accessible and engaging lectures supplemented with a bibliography for further independent study, videos, and podcasts. The readers are offered professional discussions of "bright" and "dark" pages in the U.S. development described in a historicist perspective; the authors chose this approach over a dichotomic vision of a country that has invariably attracted the interest of Russian citizens (whether they lived in the Russian Empire, the USSR, or post-Soviet Russia), that has been a convenient object for comparison, that has prompted powerful emotions and feeling, desire, as Khrushchev famously said, to catch up and overtake America, to be no worse and in some ways better than America.

This appeal of the American "Other" went hand in hand with the lack of systematic knowledge of the U.S. in everyday life, among

politicians and public figures, journalists and columnists. Ultimately, America served as basis for simplified explanatory frameworks, for long-subsisting myths and stereotypes. And even if Russians have always known the U.S. better than Americans have known Russia, this trend has persisted.

The authors intentionally abandon a systemic exposition of events (as has been done several times in other textbooks and “brief histories of the U.S.”) and base their courses on the cross-cutting subject-based temporal and interdisciplinary approach thereby gearing their readers toward forming a general image of the main trends in the U.S. political, socioeconomic, cultural development and its logic and dynamics. The authors fill their texts with ideas and explanatory frameworks, individual and collective portraits, well-known and lesser-known subjects, core and peripheral facts, and suggest that their readers look at today’s trends in their historical perspective that makes these trends more comprehensible for today’s perception and creates a 3D picture of the past and present of another country and people.

The leitmotif of all the seven courses is the idea of the U.S. diversity, of a country being in a state of constant change, of a nation permanently at work. While going through identity crises, Americans seek for ways of overcoming them, bringing their society back to the equilibrium they have temporarily lost.

In this sense, the *first course* focused on the U.S. as a nation of nations sets the tone of the entire book. It is aimed at shaping the concepts of racial, ethnic, and cultural diversity in the U.S. society that grew through the work of immigrants from every corner of the world and resolved, sometimes in tragic ways, the problem of relations between “white” Americans and Americans “of color,” American-born and naturalized citizens. Ultimately, they all participated in creating a mosaic of cultures and made the U.S. a successful country with many faces, a country that was attractive to many beyond its borders. The first course covers many of those “dark” pages that Americans themselves would like to see removed from the “book of their past.” Yet, their very journey toward achieving civil equality regardless of the color of one’s skin and of one’s origins shows two things: first, Americans are acutely aware of how easily old dividing lines spring up under new circumstances, and second, they still are eager to implement reforms and to further self-improve.

The *second course* describes the merits and faults of American democracy as a mechanism of exercising power. The authors focus on various aspects of the U.S. political system, on the forms of interactions between citizens and the government that allow the former to believe

that the latter depends on them and not vice versa. Discussions of the role religion and media play in America's sociocultural and political life with the freedom of conscience and speech holds a special place in these lectures.

The *third course* takes readers on a thrilling journey through centuries, joining Americans as a nation of experiments that created a world of things serving people, changing their life for the better and also challenging them and producing new threats. A history of the commercial success of the country of lone inventors and founders of industrial empires, scientists and regular enthusiasts answers the question of why the U.S. has become the leader of the global technological progress, why it has been and remains a country of innovations.

The *third course* overlaps with the first two as it ponders the U.S. technological superiority (that became so clear after World War II) as a product of the work of immigrants.

In its turn, the prosperity that resulted from such technological success was conducive to the development and spread of mass consumer culture that is the focus of the *fourth course*.

This course discusses the U.S. consumer society and the way it has shaped Americans' everyday culture that still determines their way of life and thinking. The author of the course has found a unique writing style that is both laconic and metaphorical allowing him to present valuable insights and draw interesting parallels. The author intentionally avoid being didactic in describing American mass consumer culture with all its merits and faults, and these descriptions are done with great gusto and a true knowledge of the subject.

Two following courses are also bound to attract readers' attention. They focus on pop culture (*the fifth course*) and American literature (the sixth course). While politics and economics, technologies and business, immigration and race relations, mass market and mass consumption remain crucial for this study, the cultural aspects in the development of the U.S. and its diverse population are no less important for the authors if they wish their readers to understand what Americans and America are.

Therefore, the *fifth course* introduces its readers to different genres in the U.S. filmmaking, takes them on a journey around American television and social networks, immerses them in the world of comics; the U.S. music culture holds a special place in this course as readers are follow its development from its ethnic origins to its modern mixture of genres and styles; the sports also feature prominently in this course as it helps readers understand how sports have become American national idea; and finally, readers will learn why youth subcultures with their modes of self-expression have become so widespread in society.

The *sixth course* moves toward the “American dream” placed in a literary context. The author talks about those works of American literature where the American dream is cast in a particularly stark relief and where it can be seen in its many racial, ethnic, gender, and regional faces.

The concluding *seventh course* clearly demonstrates that cultural trends have their own social, economic, and political dimensions. By describing various projects, this course discusses the path the U.S. cultural diplomacy has traveled from 19th-century book exchanges to using social networks in order to establish direct dialogue between peoples and countries; the course describes this diplomacy’s evolution from public to digital data diplomacy on its path to becoming one of the key components of the U.S. domestic and foreign policy.

The lecture courses comprise two books in Russian and English. The first book consists of three courses and the second book includes four courses.

The book’s genre is “pedagogy for all”, and it is intended for university faculty, Russian BA students majoring in “Area Studies,” “History,” “International Relations”, international students on exchange programs, and for everyone who would like to form an independent opinion on Americans who have as many faces as does their country called the United States of America.

These courses constitute a professional discussion of a foreign nation’s development experience, and the authors hope that at the time when Russia and the U.S. are going through the deepest relations crises since the end of the Cold War these lectures will, unlike amateur and propaganda discourses, be equally useful for both Russians and Americans helping them better understand themselves and each other.

Course 4

U.S. Consumer Culture

G.Yu. Prokopenkov

What connects French cuisine, glossy magazine, Andy Warhol artworks, a person's name and lottery ticket? You can buy all of it! By the 1970s the United States had a mass consumer society that formed American everyday culture.

In this course you can learn how become a millionaire in the USA with a starting capital of just \$5, where did ancient buildings come in America from and why advertising is a high art. The topics present a new look at familiar things, a fascinating story of which unfolds in front of readers from an unexpected side.

All the themes – from the phenomenon of shopping to America's Fun Culture – are not intended to teach the reader or prove anything, but presenting the United States with all of its advantages and disadvantages. You are to discover America on your own. For instance, Columbus did it at the cost of a simple mistake.

Contents

1. What's in Uncle Sam's bag? The History of the Objects that Created America	629
2. America's Fun Culture	642
3. Fashion and Style in the USA, or American Beauty	655
4. Shopaholism, Extreme Couponing and Other Delightful Dependencies	666
5. The Recipe for America – The U.S. Culture of Eating ...	678
6. One's Home as the Embodiment of the American Dream	691
7. A Few Questions about Advertising in the U.S.	703
8. America in Detox: A Consumer Society Cleanse	716
9. Why Americans Believe that Anybody Can Become Rich and Successful	727
10. How the Media in the U.S. Has Transformed Ideas into a Commodity. Instructions for Use.....	738

Lecture 1. What's in Uncle Sam's bag? The History of the Objects that Created America

People are surrounded by things. Many of these things preserve the past, and can tell us a lot more than politicians or history books. Uncle Sam, the symbol of America, has decided to open up his bag and show us what's inside. He is also going to tell us about the things that are in there, and the enormous significance they have for every American.

The Dollar Bill

One dollar. A buck, an ace, a bone, a greenback. One gram, 100 cents and a thousand meanings.

A dollar bill folded in half sticks out of the back pocket of a pair of jeans. It rustles, it springs back when touched. The portrait of the first American president, George Washington, is raised – the Founding Father's curls are rough when you touch them. The color of the bill ranges from greenish-yellow to black, depending on the light and the angle. It is interspersed with red and blue silk threads. A fresh one-dollar bill smells of ink and linen (from which it's made), while once it's been in circulation for a while it smells of earth.

The modern dollar bill, the one we are familiar with today, dates from 1935. It hasn't changed much at all since then, so any time-travelers have about an eighty-year window to make their trips without experiencing any financial difficulties.

The dollar bill is a way of carrying America with you at all times – her symbols, her images, her slogans. Have you forgotten whom to believe in? Well, it's right there: "In God We Trust". What about the year the Declaration of Independence was signed? Afraid of making a mistake? Take a look at the Roman numerals MDCCLXXVI. That's right, 1776. Can't remember which animal symbolizes America? Pay attention – it's the bald eagle. The bill's designers didn't forget a thing!

And what a rich opportunity for conspiracy theorists! They will find Masonic symbols on the bill (the all-seeing eye and the pyramid),

as well as the Star of David, the magic number 13, and a bunch of Latin phrases that nobody can understand. Put all those things together, and you have a whole world! You can take the dollar bill with you to a desert island: you won't be able to spend it, but just think how many interesting things you'll have to excite your imagination!

By the way, just what can you buy with one dollar? Lots of things! Just pick one: coffee, ice cream, a burger, a taco, a hot dog, a can of beer, two condoms, a two-liter bottle of *Coke*, six bottles of water, a pack of gum, two batteries, a newspaper, a pregnancy test, a song on iTunes, an instant lottery ticket, a book (a pocket edition of the U.S. Constitution costs exactly one dollar) or many other publications in electronic format. For a dollar you can also get six passport photos, pay for half an hour of parking in Manhattan, or make a bet with your bookie on your favorite baseball team, which might get you a lot more than a dollar.

But if you are as enterprising as Americans, you can get something much more important for your money. At the beginning of his career, American film director James Cameron sold the screenplay for *Terminator*, for the paltry sum of one dollar, just so the producers would not interfere in his creative process. The film enjoyed unbelievable commercial success, and was followed by the even more grandiose triumphs *Titanic* and *Avatar*.

The most expensive dollar cost its owner \$32,6 million! This was the amount paid at auction for Andy Warhol's painting of the humble dollar bill. So go ahead, think big!

Chewing Gum

Always peppermint, usually sticks, each individually wrapped. Keeps its flavor for a good half-hour. Can be used to blow mid-sized bubbles. Always on hand in case of important meetings or dates. American invention and symbol of the USA.

Beginning in the 1870s, chewing gum conquered America and the world with exponential speed. Everything changed: the taste – from licorice to fruit; the form – from chiclets to gumballs; the chemical composition – from rubber to artificial sweeteners. During the Great Depression (1929–1933) they started putting cards in the packets, which created a paradise for collectors. You had comic strip heroes, and baseball stars.

What better to characterize consumer culture than chewing gum? For the discerning palate there is gum with unusual flavors: wasabi, bacon, foie gras, bell pepper, soap bubbles and even wine. If

you don't like burgundy, you can get gum that tastes like champagne, sherry, port or Bordeaux.

Chewing gum has expanded its repertoire of functions, as well. It is now a means to quit smoking, get rid of bad breath, lose weight, whiten teeth and increase energy.

After all, fresh breath and a brilliant smile are any American's business card – a way of demonstrating friendliness and openness. So there is a special emphasis on healthy teeth. Parents make sure their children brush their teeth regularly. Adolescents almost always get braces. Then they go to a dentist at least twice a year to have their teeth whitened and to take care of any problems. This lasts right up until it's time to get a pair of beautiful, even, white dentures. But by then chewing gum is out of the question...

The Hip Flask

Steel. Etched, and in a leather holster. Since Prohibition (1920–1933) the hip flask has been a main component of American life. It is convenient and practical; no matter what, you can “wet your whistle”.

The total ban on alcohol never attained its goal; for the devil's dozen years it was in force, Prohibition only made Americans more enterprising. This went far beyond the hip flask; thanks to Prohibition we have speedboats and racing cars (to get away from the police when transporting the forbidden fruit). Cafés and restaurants introduced children's menus, and the first night clubs were opened, where cocktails and jazz improvisations were equally popular.

The flask itself is younger than its contents. Inside there is fine bourbon, aged for 20 years. Amber-colored. The barrel is made of American oak, which gives the beverage not only its characteristic color, but the rich taste, with notes of caramel, vanilla and a lingering, aromatic aftertaste. It is soft, and warm on the tongue; courage +2, fun +5.

Bourbon is “Made in the USA”. It is a national treasure – at least according to a federal law passed in 1964. Bourbon is made from corn – the queen of the fields. It hails from Kentucky, and it's older than the U.S. Constitution – just so you understand how much respect Americans have for bourbon.

Just think of the names they have given to bourbon! *Wild Turkey*, *Four Roses*, *Heaven Hill*, *Maker's Mark*. Pure poetry! All of this because bourbon is a great inspiration. It is bourbon we have to thank for Mark Twain's humor, Ian Fleming's thrilling novels about James Bond, and the bold decisions of U.S. President Harry Truman. Cheers!

The Colt

The classic Colt model – the Colt Python of 1955 – is the best. It's the Rolls Royce of revolvers. They say that Elvis Presley kept one under his pillow.

The barrel of the gun is royal blue. It looks as black as a night in Kansas, but in the light it shines a deep, dark cobalt. The grip is made of walnut, with the emblem of a young stallion; this is how the designer, Samuel Colt, included his name in his famous creation (“colt” in English means “young horse”). It is heavy, almost 40 ounces, which is a little more than a kilo. But the Colt fits squarely in the hand, becoming an extension of the arm. It has a recoil, but it hits the target – just ask all the empty beer cans that any self-respecting American has shot.

Do you know why the Colt became the most American of weapons? It's because the Colt is the embodiment of the American Dream. You can achieve anything if you believe in it. Colt did not invent the revolver (this happened long before), he did not think up the ammunition cylinder and the shells, and he certainly did not invent machine tooling. But the enterprising Colt put all of this together. He patented it, standardized the parts, made them interchangeable, and put it into mass production. This is what the American Dream is!

The easy-to-use revolver also appealed to American practicality and sense of equality – “for each and every person”. You know what Americans say? “God made men, but Sam Colt made them equal”. Or another one: “Abe Lincoln may have freed all men, but Sam Colt made them equal”. It's the same idea, but the first quotation seems more fair. They also say that the Second Amendment to the Constitution, which gives Americans the right to bear arms, is needed so that the government doesn't forget about the First Amendment, which guarantees the right of freedom of speech, assembly and religion.

The Colt symbolizes the right of Americans to defend their homes, their families and their country. It is the right to safety and security. It is a right that is sometimes abused by corrupt police and irresponsible citizens.

It's difficult to imagine America without the Colt! What would we do without Russian roulette? How would enemies settle scores in Clint Eastwood's Spaghetti Westerns? What weapon would police detectives aim at dangerous criminals in old cop shows? And what about zombies? In the world of computer games the Colt is still the best safeguard against the walking dead!

The Keys to the Pickup Truck

You don't need house keys. After all, who locks their doors in small American towns, where everyone knows everyone else and nothing ever happens?

But car keys you always carry with you. Why? Well, they are the embodiment of Americans' freedom of movement. A nation that enthusiastically settled a continent, spreading from the Atlantic to the Pacific, must have a feel for the road. Forward movement gives you freedom!

So what kind of car do you need? The best would be a pickup, which combines the best features of a truck and a passenger car. It can cope with the Arizona desert or the mountains of Wyoming, it can tame the wild Alaskan terrain. You can buy pumpkins for Halloween and take your kids to school. Pickups are loved for their universality in the USA.

If you must choose a make, then of course it has to be a *Ford*. Beginning with the first models off the assembly line, called "Tin Lizzies", Ford has been the embodiment of all that is most American: it's efficient, comfortable, easy to fix, inexpensive, thanks to standardized parts and mass production. Americans believe that cars are living beings. This is why they give them names and even have conversations with them. For example, "Donald, what are you doing? Please, I'm begging you! You can't let me down like this!" This is, of course, a sore point, but let's accept it for our own peace of mind. We ourselves often give personalities to the things we love. Sometimes it even works.

So come to America, rent some Jimmy and get on the road! You can take the same route as Ilf and Petrov in their *Little Golden America*:

The plan was astounding because of its simplicity. We were to arrive in New York, buy an automobile, and ride, ride, ride until we arrived in California. Then we would turn around and ride, ride, ride until we arrived in New York¹.

Or you can retrace the steps of Humbert and Lolita:

I have never seen such smooth amiable roads as those that now radiated before us, across the crazy quilt of forty-eight states. Voraciously we consumed those long highways, in rapt silence we glided over their glossy black dance floors...

¹ Ilf I., Petrov E. *Little Golden America: Two Famous Soviet Humorists Survey These United States*. New York, 1974. P. 32.

<...> ...our route began with a series of wiggles and whorls in New England, then meandered south, up and down, east and west; dipped deep into ce qu'on appelle Dixieland, avoided Florida..., veered west, zigzagged through corn belts and cotton belts...; crossed and re-crossed the Rockies, straggled through southern deserts where we wintered; reached the Pacific, turned north through the pale lilac fluff of flowering shrubs along forest roads; almost reached the Canadian border; and proceeded east, across good lands and bad lands, back to agriculture on a grand scale...; and finally returned to the fold of the East, petering out in the college town of Beardsley².

The Harmonica

Body of pear-wood, covered in lacquer. The name of the master who made the instrument carved into the metal.

Take a deep breath and... the stream of air flows into the harmonica body. The little reed plates inside the comb begin to vibrate, and produce a rich melody. The sound is clear and deep.

The harmonica is a melody that tells the story of the U.S. through folk tunes, blues, jazz, country and rock. It is a meditation used by writer Jack Kerouac, actor Bruce Willis and entrepreneur Steve Jobs. It is music that helped while away the evenings for soldiers during the Second World war. It is art that united North and South during the Civil War (1861–1865). It is an instrument that had the honor of accompanying the world's first talking film.

Not long ago, scientists at Harvard University proved that music is a universal language, understood by all cultures. Who needs words? It's better to listen to virtuoso Little Walter.

The iPhone

Always the latest model. Such a shame when you drop it the first month after you buy it. But afterwards you drop it all the time, and it's no big deal. The body bears traces of the damage – also the tile in the bathroom, and the filthy floor of the bus. But when you need it, it sits in your hand like it was made for it. An exercise machine for the thumb. And such beauty! There is nothing extra. It is the ideal of American minimalism.

² Nabokov V. *Lolita*. New York, 1992. P. 160–161.

It's hard to imagine how we lived before 2007, when Steve Jobs presented the first *iPhone* model.

Today, we're introducing three revolutionary products. The first one is a widescreen iPod with touch controls. The second is a revolutionary mobile phone. And the third is a breakthrough internet communications device... are you getting it? These are not three separate devices. This is one device, and we are calling it... iPhone³.

Remember that 15 or so years ago there were no touch screens to allow us, not only to select an image, but to play around with it, no proximity sensors to turn off the touch screen when you're talking on the phone, so you don't accidentally press an icon with your ear. Steve Jobs did not create anything revolutionary. But he was able to put existing functions together so that they became much more convenient. Jobs always knew what Americans wanted, even when they did not know it themselves.

The *iPhone* united people – the rich and the not-so-rich, children and grown-ups, in Russia and in America. Everyone uses it: They hear the voices of their friends and family, they wake up to its alarm clock, they take photos. The *iPhone* is our everyday life.

All analogies are conditional, of course, but there is something to them. If *Apple* is a religion, then it is certainly Catholicism – not typically American, but supreme in one specific area of technology. An *iPhone* user cannot change the interface to suit his wants or needs, just as a Catholic can't interpret the Holy Book anyway he wants to, unlike Protestants. Everything is within certain bounds. But Americans like that.

In this case *Microsoft* is Protestantism – Bill Gates' creation was also born in America. It's up to you. That's what a consumer society is all about.

The Baseball Glove

The leather on the inside has darkened due to everyday use. There are scratches and scars from throwing the glove on the ground. The glove remembers everything, weekends with your Dad in the back yard, baseball team try-outs, and those times you missed practice and stayed in your room, because you were being punished by your parents. It's no accident that in American movies, the baseball glove always symbolizes a strong personal tie to the past.

³ *Isaacson W.* Steve Jobs: The Exclusive Biography. London, 2011. P. 522.

Remember how that rebel, Holden Caulfield, hero of J.D. Salinger's *The Catcher in the Rye*, wanted to be the one to catch children in the field? Do you remember why? His little brother had loved baseball:

I wrote about my brother Allie's baseball mitt. It was a very descriptive subject. It really was. My brother Allie had this left-handed fielder's mitt. He was left-handed. The thing that was descriptive about it, though, was that he had poems written all over the fingers and the pocket and everywhere. In green ink. He wrote them on it so that he'd have something to read when he was in the field and nobody was up at bat⁴.

Should we talk a bit about baseball? It's hard to explain something that no one has ever explained to you. Every American is born with baseball in his blood, and lives with it his whole life. What are the rules? Very wise ones. There's the catcher, and the pitcher, and... well, maybe you should just go to a game yourself. Because baseball is more than just the rules. It's hard to explain what you feel when all the fans hold their breath, or cheer, or cry, as one. And you can see all different types of people among those fans – from author Stephen King to actor Jack Nicholson to rapper Jay-Z to British chef Gordon Ramsey with his whole family to singer JLo.

Don't forget to bring your glove to the game. The ball often lands in the stands. You may be lucky enough to catch it, and keep it as a souvenir. And if you can get your favorite player to sign it for you... Sports figures are national heroes, like Abraham Lincoln and Superman! Not all of them, of course. O.J. Simpson ruined the brand a bit. But many are certainly heroes.

The baseball glove has evolved and changed more than any other piece of equipment in any other sport. What can you change in a glove, you may ask? At first the players had nothing on their hands. But numerous injuries forced sportsmen to think about their own safety. In 1875 Charles C. Waite was the first to dare to come to a match in a professional glove.

To attract less attention from other players and the fans, he chose a flesh-colored glove. There were no special rules for this. But many players liked his invention, and 10 years later the first gloves were patented, made especially for baseball players. These were glovelettes (without fingers).

But players continued to get injured, and the accessory had to adapt. The hand was completely covered, with the thumb and index

⁴ Salinger J.D. *The Catcher in the Rye*. New York, 1953. P. 22.

finger reinforced with a special web to increase the player's ability to catch a fly ball.

In the 1920s special straps appeared on the glove, which made it possible to regulate the depth of the pocket, thereby lessening the pressure on the hand. Since then, the glove has remained fairly standard. But the love for baseball has grown and grown!

Condoms

Must-have. Better to have several, just in case. Keep them in various places: wallet, bedside table, jeans pocket or in your coat. You'll thank me later!

It's hard to imagine, but just a couple of centuries ago this item was not used all that much – probably because condoms made of leather or linen were not comfortable or cheap. People knew about sexually transmitted diseases, of course, but they didn't talk about them much. The real breakthrough came in the mid-19th century, when Charles Goodyear invented and patented the technology of vulcanization, which made raw rubber more pliable and elastic. Nowadays we know Goodyear mostly because of the tires, even though the world-famous company bearing his name did not open until forty years after his death.

But the condom failed to catch on because of the Comstock Act, adopted in 1873. According to this Act, which regulated the U.S. mail, it was forbidden to send any “obscene” articles through the mail, or contraceptives, the means to carry out abortions, sex toys, or even personal letters with a sexual content. In response, Americans displayed their characteristic sanctimoniousness: It would be better to abstain from sex than to promote contraception.

Just think how many euphemisms they thought up in the U.S. to replace the terrible “condom”! Male shield, a little something, rubber goods or just rubbers, glove, prophylactics, Jimmy hat, connies, and many other terms that it would be inappropriate to list here. No one really knows where the word “condom” itself came from. It might have been better to compose fewer alternate names.

In 1942 Russell Marker was able to synthesize the female hormone progesterone for the first time, and was thus able to invent the first hormonal contraceptives. But he was forced to go to Mexico to patent his invention and to produce it industrially. They would not permit it in the U.S., since they thought Marker's invention was immoral.

Two decades later things were very different in the U.S. A new generation of Americans had appeared: the first post-war generation, free, different. Then came the sexual revolution!

In the 1960s young people called on their compatriots to “make love, not war,” and later they called all norms and rules into question with their motto “Il est interdit d’interdire!” (It is forbidden to forbid). The invention of the birth control pill, followed by its wide distribution, made men and women equal in their right to free love. Condoms made that love safe.

The promotion of birth control triumphed over the Puritanical idea of abstinence. The U.S. began to introduce sex education, and not just for schoolchildren. For everyone! The moralists liked this, too. It was not shameful not to know, it was shameful not to learn. Then all different types of condoms started to appear: with the scent of Scotch whiskey, glow-in-the-dark, even designer condoms from *Louis Vuitton*. Check it out – this is consumer society in action!

The Comics

Hot off the press, the newspaper smells like printer’s ink. The pages are glossy, and sometimes catch the light, which sometimes makes it impossible to see the faces or read the dialogue. One can stroll through the labyrinthine aisle of a bookstore forever; the window with rare editions catches your eye and holds it longer than usual. You can’t look through them – they are packed away under glass. The comics of the 1930s and 1940s once sold for 10 cents; now they can fetch up to \$2 million!

Marvel or *DC*? It’s a complicated question. They are two separate universes. The first has Iron Man, the Hulk and Captain America. The second has Superman, Batman, Wonder Woman. How can you choose? It’s like *Coke* and *Pepsi*, *Xbox* and *Playstation*, *McDonald’s* and *Burger King*. That’s why there is freedom of choice in America – let everyone decide for himself what he likes best.

The heyday of comics was preceded by the golden age of caricature in the American press on the cusp of the 19th–20th centuries. Memes from that time of well-known politicians, whole countries and dire social problems were published in many newspapers and magazines, and became an excellent source of inspiration for future comics artists. In the pre-war 1930s, Superman opened the comics era – first, best, and American. After that, as if from the horn of plenty, came all the rest.

But even before Spider-Man and Batman became so famous, American comics had begun their triumphal march across the world,

winning the hearts of children and adults alike. For example, in Fascist Italy, illustrated editions with Flash Gordon, Mandrake the Magician and the Phantom were very popular in the 1930s, until they were nationalized in the interests of the state.

Il Duce's little admirers could no longer read about their American heroes. Mickey Mouse, who was now racially unacceptable, was transformed into the 100% Italian hero named Topolino (from the Italian word for "little mouse"). A whole generation of Italians grew up with these characters, tying their entire lives to American comics: director Federico Fellini, writer and scholar Umberto Eco, screenwriter Ettore Scola, and many others.

We'll find all kinds of very famous people among comics fans: Eminem, Barack Obama, Elvis Presley. The King of Rock 'n' Roll even borrowed his signature brylcreemed hairdo from Captain Marvel Jr. There are some among comics' most fervent fans who attained their childhood dream and became real superheroes (in the movies): Ryan Reynolds, who played Deadpool, and the latest Batman, Ben Affleck. But some entered this Pantheon of heroes without really wanting to. Vera Brezhneva and Nikolai Baskov became characters in the Black Widow comics, but you can hardly call them superheroes ...

How do we explain the popularity of comics in the U.S.? Why do they mean so much to Americans? There are, most likely, several important reasons. First, comics are a way for any average American to feel close to a superhero, cherishing the hope that one fine day he will save the whole world, breaking out of his boring, everyday life of worries and obligations. Characters in the comics, even with their superpowers, are deeply human in their passions, desires and tragedies. Spider-Man suffers from unrequited love, Batman was orphaned, and Superman has a dull day job. Besides all this, the comics touch on socially relevant themes such as gender inequality and racial discrimination.

Second, superheroes are characters that never wear out. Time has no effect on them. They don't get old, they never die. After committing a fatal error in one comic strip, they can start all over again in the next series, as if nothing had happened. They unite generations – grandfathers and their grandsons grow up on the same stories. They embody every man's dream: to imprint oneself on eternity with no commitments.

Third, any superhero in the comics is an ideal example of the conscientious American. The first superheroes fought fascism and Nazism, while the modern ones fight against international terrorism. These modern-day Robin Hoods punish thieves and engage in philanthropy.

They are the conscience of the nation, the ordinary American's idea of goodness, justice and honor. And, of course, the bearers of America's special mission to save and improve the world.

German playwright Bertholt Brecht once said "unhappy is the land that needs a hero." Unhappy, because society is in crisis, and heroes are a way of bringing the nation together, bringing back simple truths, and, along with that, gaining new faith in itself and its mission.

An excellent example of this is the modern American cinematographer. After the Hollywood screenwriters' strike in 2007 and the crisis that followed, comics became a real superhero salvation for the dying film industry. The characters were developed, the storylines worked out – just roll those 24 frames per second and people will return to the theaters. The Marvel and DC universes expanded with a speed unimaginable even for Stephen Hawking. Over the past 10 years more than 100 comics have appeared on the silver screen: films, cartoons, short subjects, serials... The era of big films is over – brave, sincere films with high production values. Instead we have heroes.

Comics are no stranger to serious themes, however. American writer and artist Art Spiegelman created the graphic novel *Maus*, which tells the story of his father, a Jew who survived the Holocaust in Poland. The terrifying experience of the genocide during the Second World War is expressed through comics – a genre that does not usually deal with such complex issues. Spiegelman created more than comics – he created a fable in which the Jews are mice, the Germans are cats, the Poles are pigs and the Americans are dogs. But this simple transposition of characters exposed a terrible truth about human nature, in reality, apart from nationality.

Comics are as varied, unique, and multifaceted as the words used in these illustrated texts for the sounds of gunshots, blows, falls, etc. Just to get an idea, listen to their wonderful music, as we end our tale:

Arf arf, bang, crack, blam, buzz, cai, spot, cial cial, clamp, splash, crackle crackle, crunch, deleng, gosh, grunt, honk honk, cai, meow, mumble, pant, plop, pwutt, roaaar, dring, rumble, blomp, sbam, buizz, schranchete, slam, puff puff, slurp, smack, sob, gulp, sprank, blomp, squirt, swoom, bum, thump, plack, clang, tomp, smash, trac, uaaaagh, vrooom, giddap, yuk, spliff, augh, zing, slap, zoom, zzzzzz, sniff...

Further Reading

- Collier A.* The Humble Little Condom: A History. New York, 2007.
- Edwards W.* The Story of Colt's Revolver: The Biography of Col. Samuel Colt. Harrisburg, 1953.
- Field K.* Harmonicas, Harps and Heavy Breathers. The Evolution of the People's Instrument. New York, 2000.
- Fitz D.* Formulation and Production of Chewing and Bubble Gum. Lough-ton, Essex, 2008.
- Ford H.* My Life and Work. New York, 1922.
- Gudvin G.* The History of Dollar. Moscow, 2016. (In Russ.)
- Ilf I., Petrov E.* Little Golden America: Two Famous Soviet Humorists Sur-vey These United States. New York, 1974.
- Kurin R.* The Smithsonian's History of America in 101 Objects. New York, 2013.
- Lewis M.* MoneyBall. The Art of Winning an Unfair Game. New York, 2003.
- Merchant B.* One Device: Secret History of the iPhone. New York, 2017.
- Nabokov V.V.* Lolita. St. Petersburg, 2012. (In Russ.)
- Patton F.* Made in the USA. The History of the Objects That Have Created America. Moscow, 1997. (In Russ.)
- Takker R.* Marvel vs DC. The Great Confrontation Between Two Universes. Moscow, 2018. (In Russ.)
- Veach M.* Kentucky Bourbon Whiskey: An American Heritage. Kentucky, 2013.

Electronic Resources

- Video Lecture 1. Simple Things: How the Americans Manage to Turn Ob-jects into Symbols. [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/RK8g4YpkXJA> (accessed 20.02.2022). (In Russ.)
- Podcast 1. Industrial Design: Cars, Furniture and Other Things Donated by America. [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/jKQKLx0XWvs> (accessed 20.02.2022). (In Russ.)

Lecture 2. America's Fun Culture

Have you ever wondered why Americans love to make everything into a big happy show? The answer is actually quite simple. For Americans, fun is guaranteed by law.

It's in the Declaration of Independence, written right there in black and white: "...all Men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable Rights, that among these are Life, Liberty and the Pursuit of Happiness..."⁵

"The Pursuit of Happiness!" That's not just a lot of talk about self-actualization and being satisfied with what you do. This is a God-given right to have fun! It's the right to be happy with everything around you, everything that makes your life more pleasant. The USA has all the necessary conditions for this: You can find pretty much any kind of amusement you like. But what exactly do Americans like? What are they looking for? And what do they find? This is what we're about to discover.

Happiness is Laughter

Everyone knows that laughter is a very serious matter. Medieval religious scholars debated the question of whether or not Jesus laughed, and nowadays people can lose their jobs or status in society over a joke on *Twitter*. America has a special attitude towards humor.

In America today there are more than 100,000 comedians who make their living by telling jokes. Primarily this involves stand-up comedy and its derivatives. The most popular form of stand-up in the U.S. is open mic. Anyone who wants to can perform a comedy sketch – a monologue – in front of the audience. This is usually in a bar or a small club. The establishments themselves have a stake in these events – the guests drink, they talk, and on top of all that they get a show. The comedians get the chance to gauge reactions to their material, plus they might earn a little money.

⁵ Declaration of Independence [Electronic resource]. URL: <https://www.archives.gov/founding-docs/declaration-transcript> (accessed 20.02.2022).

The winner of the open mic, as determined by the audience, gets a pot of money made up of contributions from the participants, or else they get gifts from sponsors. After this the comedians often hold informal Q and A sessions with the audience. People ask questions, and the stand-upper answers (preferably in a way that makes people laugh).

Successful stand-up comedians manage to get solo performances – “specials” – from time to time. They travel around to various cities with a 90-minute program, made up of material they have already tested, and usually centered on a particular theme.

Comedians in the U.S. have created their own civil society, a subculture where everyone helps each other. This is why stand-up is probably the only field in which it is still possible to grow and develop professionally. You don't have to have connections (although it never hurts). Any newcomer can try out his or her stuff at an open mic. At the beginning of their careers, for example, Bernie Mac and Steve Harvey were professional boxers, and Whoopi Goldberg worked as a phone sex operator.

And what do stand-up comedians joke about? Usually, about themselves. Their own shortcomings, illnesses, sex, ethnicity, gender. Or about how all of that affects their lives. They can't forget real events and phenomena, either. Even better if they can use those events to talk about themselves, and their own attitude towards what's happening. The comedian's own style, his own voice makes it all new and different. That's what makes it art!

If you'd like to try out as a stand-up comedian, you first have to prepare a joke. A joke consists of a setup and a punchline. In the Russian-speaking world of comedy (KVN players and screenwriters) they call these elements the run-up (*zakhod*) and the catch (*dobivka*). The setup gives us the hero, the situation, the circumstances. The punchline turns everything in the setup on its head. In this way, a joke tricks the audience, it betrays their expectations. And this makes them laugh.

Let's take one example. This is a joke by George Carlin: “In America, anyone can become president. That's the problem”.

In this case, the setup affirms the well-known saying that all Americans are equal, and the horizons are limitless if you really want to attain your goal. But the punchline turns the whole thing around. The comedian tricks us, and starts talking about something else entirely. “Anyone” does not mean “good”, or “qualified”. This thought makes us laugh. It's interesting that Carlin's joke sounds very different in the Russian context.

Be ready: during your first performance, your hands will shake and your voice will wobble. This goes away in time. And if it doesn't,

you can make it into part of your shtick. Believe me, performing can help you get rid of a lot of your fears. There's even special stand-up therapy. In some cases, doing comedy about yourself can help you overcome phobias and even more serious problems.

The history of stand-up has its roots in the 19th century, when minstrel shows were popular. These amusing programs, for the entertainment of a white audience by making fun of the black population, had dance, music and acrobatic numbers.

Among other things, the minstrel show performers had a "stump speech". This was what they called political campaign appearances before elections, when a candidate for an important post would bring his platform to the voters while standing on a tree stump. The comedians parodied this form of public speaking.

They chose all different kinds of themes: from phrenology (a pseudo-theory about the link between mentality and the shape of the skull) to women's rights and the current political situation. The jokes in minstrel shows were often founded on improvisation, although many performers took material from special publications – collections of anecdotes and funny stories. The jokes also had various forms – word plays, riddles, and physical gags, or slapstick.

Around this time, the writer Mark Twain was traveling throughout the country giving lectures on various themes. Americans think that Twain, as the author of many witty aphorisms, could express himself exclusively in jokes. This is why he is often called America's first stand-up comedian.

The minstrel show gradually went out of style. First it turned vaudeville, which had a wider appeal, but by the beginning of the 20th century had completely exhausted itself as a genre, giving way to Broadway and the more powerful visual spectacle of cinematography.

Meanwhile, the development of the conversational genre was frozen until the 1930s. At the height of segregation of the black population, and with growing outbreaks of anti-Semitism, African Americans and the Jewish diaspora in the U.S. began to open clubs "for their own kind".

Two cultural centers were formed, where these outcasts from American society could perform in safety. A string of clubs for African Americans stretched all across the South, curved toward the West through Texas, and extended to the East through Chicago. This huge area was called the *Chitlin' Circuit*, because chitterlings, a food item made from pig intestines, were popular in the South, and among African Americans.

Upstate New York, including Sullivan, Orange and Ulster counties, had several establishments for Jews, and was called the *Borscht*

Belt, since immigrants from Russia and Eastern Europe made beet soup, which was unusual in the United States.

It was in places like these that comedians first began to introduce edgy material about current affairs, before it became mainstream. It's no surprise that stand-up and jazz have a lot in common: They are both truly American forms of art, and both are based on improvisation.

By the 1960s stand-up was so popular that John F. Kennedy decided to bring a young comedian onto his team – Mort Sahl, known for his sharp political satire. Sahl wrote jokes for the president of the USA.

A whole host of successful stand-up comedians appeared after that. They not only excelled at writing and performing jokes, they changed the whole stand-up genre. Lenny Bruce was the first to freely improvise on stage. George Carlin widened the spectrum of stand-up themes, demonstrating that it was possible to make tough jokes about religion and sex (and sometimes about the two together). Richard Pryor was the first to talk openly about the serious social problems of racism and discrimination, accompanying his performances with uncensored language.

Stand-up had a huge influence on all media, from radio to the Internet. It is the workshop in which screenwriters, actors, anchors, and an endless list of others have been forged; it also, to a great extent, determined the development and content of the entertainment industry as a whole. Comedians not only acquired specific skills in stand-up, like learning to tell a joke, or being able to perform in public, they also invented new forms of humor for movies and television.

Stand-up first appeared on the big screen in 1977. *Annie Hall*, Woody Allen's cult film, acknowledged to be one of the best American comedies, was based on Allen's own stand-up material. The movie shows the life of an unsuccessful comedian, who shared his most intimate thoughts directly with the audience.

In 1989 *Seinfeld* came out on NBC. The series was noteworthy in that it brought together, not colleagues or members of a family, but friends. The cult series *Friends* didn't come out for five more years, and it was heavily influenced by *Seinfeld's* success. The hero – Jerry Seinfeld – is still a working stand-up comedian today.

Stand-up is still a theme for movies and television series. One of the most popular comedy series of recent years has been *The Marvelous Mrs. Maisel*, in which a woman who is going through divorce finds her true calling in stand-up. The series is partly based on the life of Mitzi Shore, who played a big role in popularizing stand-up comedy. In 1972 Shore opened the legendary club *The Comedy Store* in Los An-

geles, where many celebrities started their careers: Robin Williams, David Letterman, Jim Carrey. After 10 years of success, Shore founded the TV station *Comedy Central* (first called *Comedy Channel*). Comedians thus got the chance to reach millions of people, and to experiment with new forms of comedy.

A lot of new shows appeared, based on entirely new concepts. *Roast*, for example. It started as a friendly bit of fun for stand-ups, who would get together after shows at the club, and in private, without an audience, would kid each other, making fun of the very things they had just highlighted in their monologues. They were a lot harsher, though.

Later, *Roast* developed into its own television show. Donald Trump was once a guest, so if you'd like to see how they stuck it to the current U.S. president, be my guest.

Stand-up comedians began to get invited to host TV shows and the Oscars. The best host of the film awards was probably Ellen DeGeneres, who not only has her own afternoon TV show but still gives stand-up performances.

The quality of stand-up humor has taken a nosedive in recent years, though. It is no longer a bold new phenomenon in American culture. The comedian Andrew Schulz, for example, can't get on major TV channels because of his jokes: funny, but politically incorrect. The legendary stand-up Louis C. K. was caught up in the #MeToo movement (against sexual harassment).

This is exactly what we set out to prove: Humor is still the most serious form of art.

Happiness is Being Afraid

Americans are surrounded in their daily lives by horrible things. Just as we are, in fact. Every day on TV we see reports, or read them on the Internet, about thousands of victims of hurricanes and tsunamis, about governments that put innocent people in jail, and about people who die at the hands of some immigrant terrorist who won the Green Card lottery. Living with the very real fear that the same thing could happen to us, we still try and distract ourselves with made-up horrors, and we have fun doing it.

The United States is the homeland of Edgar Allan Poe, the father of the detective story and lover of mysticism; of Alfred Hitchcock, the genius of suspense; of Stephen King, the "Master of Horror". It's not clear which Americans like best: being scared or scaring others. The U.S. has lots of amusement parks: *Disneyland*, *the Wizarding World of Harry Potter*, *Universal Studios*. All of them have rides that send adren-

aline coursing through your blood, and make your heart beat faster, and they all also have chambers of horror, where they try and scare you with creaking floors and ghost stories.

Unlike humor, the pleasure we get from horror is built on the correspondence of expectation to reality. We know that the ride is dangerous, or that a plastic skeleton might jump out at us in the chamber of horrors. But we consciously take that small risk to have a good time. We know that the anxiety is temporary. We have brought it on ourselves, and in just a little while they'll turn on the lights, the scary film or book will end, and after the roller coaster we can have some cotton candy and forget all about it. If we put ourselves through this, we don't have to worry about anything scarier happening to us in real life.

People have always been frightened by things that are out of the ordinary, that don't look normal. In Europe and the U.S. there was a fad for museums of oddities. Like the "kunstkamera", these were the forerunners of the modern natural science museums, where all manner of oddities are collected. In the Old World people came to see exhibits of the most unusual things: belts of aborigines from the jungles of Brazil, decorated with the teeth of the enemies they had eaten; embryos from 40 days old to seven months; the skeleton of a cat with a rat it had caught; the body of a deformed dog, preserved in a jar.

The American Robert Ripley created a whole brand based on these oddities: *Ripley's Believe it or Not*. He started out on radio, telling listeners about the most horrible and unusual things from all over the world. At the same time, he was publishing books. In 1933, he showed his amazing collection for the first time at the World's Fair in Chicago. There were truly terrifying things there: an interactive electric chair, where the visitors themselves could pull the lever and "kill" the person condemned to death; tombstones with strange and funny inscriptions; an Iron Maiden torture device; the statue of the "Jingling Fakir", a man who lived his whole life weighed down by chains.

The first museum opened a bit later. Ripley even hired a specialist, who was supposed to check that all the information about his oddities was true. He methodically recorded any mention of them in books, he looked for the owners of the originals, he established a record of acquisitions. Only after all of that could the items be exhibited in the museum.

Where can you see these exhibits? There are more than 30 museums now, all over the world, and they are all identical. It's a franchise, like *McDonald's*. The oddities are not originals, they are reproductions. It's a consumer society – believe it, or not.

"Freak-shows" came to the U.S. from across the Atlantic. These were performances by people who frightened the audience with their

unusual appearance. In America, the great showman Phineas Taylor Barnum gave this type of spectacle cult status, he opened his first circus in New York in 1871. Barnum used every form of advertising available at that time, which ultimately brought him success. He would circulate rumors about his stars, print enormous numbers of leaflets, and run free “teasers” to preview the show for potential audiences.

In Barnum’s troupe there were dwarves and giants, obese people and walking skeletons, savages from Indian or African tribes, amputees and people with congenital abnormalities of their limbs, as well as Siamese twins, the Wolf Boy (he was from Russia), and the Bearded Lady. These outcasts of American society finally found a way to earn some money. Many even mutilated themselves to get a place in the show.

The development of humanism, a powerful liberal trend, and the increasing political correctness of American society led to the decline of this kind of thrill-seeking entertainment in the late 20th and early 21st century. These were no longer freaks, they were people with limited abilities; not monsters, but people suffering from some sort of eating disorder, or living with a unique disease. Freak-shows were transferred to the Internet or to television screens.

Instead of going to the circus, Americans now watch medical programs on television, which explain physical abnormalities and help people with rare illnesses; there are all types of reality shows that portray the everyday lives of people who are different, and there are also stand-up routines, where the “rejects” laugh at themselves. Now people sympathize with them, although they still stare at them for the same reasons they did a century and a half ago.

There is a special place for folklore in Americans’ fondness for horror stories. In almost every American city there is a location that is veiled in myths and legends. There’ll be a shopping center that was built over an old cemetery; houses haunted by the ghosts of people who were tortured and killed there; psychiatric hospitals where the ghosts of past patients punish the people who have disturbed them.

Sometimes this kind of mysticism can be profitable. Haunted houses are a popular attraction, when the curious come to commune with the world of the dead. The most famous such place is the Winchester family home in San Jose, California.

These are the same Winchesters who invented the famous rifle. According to legend, Sarah Winchester was afraid that the ghosts of those killed by the rifles her family manufactured would come back to haunt her. So, she built an actual labyrinth in her house, where even the living could not find her. Contractors and builders came and went, so that only the owner could find her way through the mansion. To-

day anyone with \$20 can get their wits scared out of them in the Winchester House.

Local legends are especially popular in the run-up to Halloween – the scariest of American holidays. Beginning in 1964, rumors started circulating that some people were putting fatal doses of poison or drugs in the candy they gave out for “trick or treat” (where children in costumes go around to houses in their neighborhood demanding treats). There had never been an actual registered case of this until 1974, when eight-year-old Timothy Marc O’Byryan of Texas died from a dose of cyanide in his candy. He had been poisoned by his own father, who decided to use the rumors to get rid of his son. In 1982 there were close to 175 such cases in more than 100 cities in 24 states. Made-up stories can be more horrible and more real than it might seem.

Happiness is Getting Rich

It is no surprise that in America, a film’s success is judged by how much it takes in at the box office, while a billionaire’s popularity is measured by his or her position on the Forbes list of the world’s richest people. For Americans, profit is not just an economic theory by the ideologue of Communism, Karl Marx, it’s more like a form of entertainment.

The lottery is one of America’s favorite pastimes, as well as part of the American way of life. Lotteries were popular in the North American colonies even during British rule. At that time the local governments used lotteries to make money to build roads, schools and hospitals. This practice was used after Independence to finance the future capital in Washington.

In the 19th century, lotteries became even more popular as a form of entertainment, but corrupt organizers often refused to pay out the money to the winners. Then the Evangelists took on the lotteries, saying it was the work of the devil. State governments began to ban lotteries, until they decided to take them under their control. In 1985 the first national lottery appeared, and a second one soon followed. Since 1990 there has also been *the Diversity Visa Lottery*. Of course, this is not the same things as simply buying a ticket at the gas station. There is a complex selection system. You can use this lottery to win a Green Card, which gives the chance of moving to America to people in countries where people rarely get to immigrate to the United States.

In 2018 alone Americans spent more than \$78 million on various lotteries. The biggest win in history was \$878 million. It’s clear who benefits from all of this, but people continue to try their luck.

There are all kinds of strategies for winning the lottery. There have been winners who have applied mathematical calculations and have won – algebra was of some use to them in real life! Some people play the same numbers over and over again, and finally hit the jackpot. Others play numbers that have some special significance to them, such as their child’s birthday; that also works sometimes. All you can do is trust to luck!

But winning is not the end of the story – it’s just the beginning. You have to manage your money wisely, and not everyone is able to do that. Every year the American media tells stories of people whose lives just got worse after they scored a huge jackpot. Some happiness!

The majority just spend a lot of money on real estate and luxury items and then, unable to deal with it all, go into debt and sell everything they have expended so much effort to acquire. Some people drink their winnings away, although that’s difficult to imagine. Some people help their friends, colleagues and family members, although they sometimes do it without meaning to. Philanthropy can be a catastrophe for the benefactor.

And some people just try their luck again and again, get into gambling and lose their entire fortune. Back to square one.

While the lottery is a daily amusement for Americans, casinos are a rare treat, saved for special occasions. People go to Las Vegas and Atlantic City for a few days. They live in a hotel with a casino, they go to shows and concerts, they swim in the pool and play golf. In between times they spend large amounts of money on poker, roulette or the one-armed bandit.

Casinos go to absurd lengths to attract people to Las Vegas. It’s not that people don’t want to gamble. But the appetites of gambling establishment owners keep growing. There is now competition from the Internet. They’ve tried just about everything to get people to come to Sin City: They’ve hung enormous neon lights, built fountains and copies of famous architectural monuments, artificial volcanoes and giant aquariums, decorated the interiors in the most extravagant fashion. They also organize entertainment, from *Cirque du Soleil* and elephants playing bingo; exclusive shows by Celine Dion and Elvis impersonators; from striptease and wedding ceremonies to international boxing and poker tournaments.

There are still underground casinos in the U.S. as well. Actors, sportsmen and billionaires wouldn’t mind playing poker at a private party, without leaving their homes. The enterprising Molly Bloom organized closed games for criminal bosses and A-List celebrities like Leonardo DiCaprio and Ben Affleck. Bloom wrote the fantastic story of her life – from the phenomenal success of her private casino to the

crash of her business and the lawsuits that followed – in her autobiography, which Aaron Sorkin made into a film.

It's an interesting fact that it was casinos that did away with segregation. Gambling establishments rejected racial discrimination; anyone could come in and try his luck, regardless of skin color. There are, nevertheless, people who are barred from casinos. Their names are on a "black list." Criminals, card sharks, gambling addicts who put themselves on the list voluntarily, and mathematical geniuses who count cards. Other than that, everyone is equal when it comes to losing money in a casino. Recently two nuns lost half a million at poker. Most likely God knew that the money was stolen. So there is justice, even in a casino!

Happiness is Hanging Out with People Just Like Me

A nation that uses "how's things?" instead of a proper greeting must love to hang out. Small talk is not enough for Americans. In the U.S. people look for others who share their interests, and these circles are really popular, not just some way of killing time for retirees.

Just about every American, regardless of gender, age, profession or ethnicity tries to find people who share his passion. People form clubs of romance novel readers, doll collectors, people who love the number 47 or the dangerous pufferfish, poodle owners, fans of maniacs and criminals, clubs of identical doubles, pedestrians, divorced people and those who appreciate high-quality plastic dishes. This does not count more traditional organizations, like fans of sports teams, professional organizations for specialists in a specific field, not to mention numerous music festivals, various exhibitions, conferences and fairs.

For Americans, this kind of social contact provides an opportunity to be themselves, to be with people who understand them. This is why the strangest, sometimes crazy obsessions that Americans pursue often enter the pop-culture and become a sort of cult.

This is what happened with *Comic-Con* – an annual meeting of comics fans in San Diego, California. The first convention was in 1970, and drew about 100 fans. In 2018 more than 130,000 people showed up. *Comic-Con* was famous even in the USSR. At the end of perestroika and the beginning of the 1990s, the Sci-Fi Fan Club, influenced by the American exhibition, organized several meetings. But the idea did not survive the difficult transition period and faded

away before it could take off. Comic-Con did not stage a convention in Russia until 2014.

Comic-Con broadened its brand quite a while ago. It is no longer just about the comics – it is a multi-genre event. Authors and actors hold autograph sessions, there are various master-classes, and there is even a competition for computer games and board games. Over the past 20 years *Comic-Con* has also become the venue for announcing future media projects, where new movies and television shows are presented.

An integral part of *Comic-con* is dress-up. The participants reproduce the costumes and make-up of their favorite characters from video games, comics, movies and cartoons. You can see the most surprising things: from hi-tech robots to LEGO man. The costumes make it possible for movie stars to hide themselves in the crowd, so celebrities often show up. Daniel Radcliffe spent a whole day walking around the hall in a Spider-Man costume, Ryan Reynolds wore a Darth Vader mask, and Justin Timberlake dressed up as Ernie from Sesame Street. The only celebrity the crowd recognized was Bryan Cranston. He came to the event in a silicone mask of his character from *Breaking Bad*, but nobody guessed who was really underneath the mask.

Every year various Christian groups stage protests, accusing the organizers of *Comic-Con* of idolatry, which will “send them straight to hell”. That probably won’t happen, since it’s hard to end up in hell when you believe in Valhalla.

A more patriotic hobby in the U.S. is historical reconstruction. The participants take great care in designing costumes and weapons from the appropriate time period, even using the original methods to produce them, all to make the event as realistic as possible.

The first full-scale reconstruction of the 1863 Battle of Gettysburg occurred in 1913. Gettysburg was the turning point of the American Civil War (1861–1865). It was a simple way for the participants, representing the armies of the North and the South, to honor the memory of that traumatic past. Since then interest in that type of pastime has grown steadily, and the Civil War has become more and more romanticized.

In English-language literature that deals with alternate history, the theme of the South’s victory in the Civil War is second in popularity only to the victory of Nazi Germany in World War II. Nice company!

In the cartoon series *South Park*, historical reconstruction goes too far, and the “Southerners” begin to seize the whole country, getting all the way to Washington. The announcement that a new serial, called *Confederate*, was being made by the creators of *Game of Thrones*

caused quite a stir: It was supposed to portray the United States as it would have been if Abraham Lincoln had lost.

This question of an alternate end to the Civil War is not just a matter for pop-culture; it is seriously discussed by American historians. Scholars have to have some fun, too!

The synthesis of *Comic-Con* and historical reconstruction is the *Burning Man* festival of art and electronic music. Up to 70,000 people gather annually in the Nevada desert; it attracts people like Elon Musk, Mark Zuckerberg and Sergey Brin.

The festival has mobile dance floors and even an observatory, and famous artists and architects present their landscape installations and art exhibits, executed in various forms, from hi-tech and bionics to neo-futurism and steampunk. The two main objects at *Burning Man* are a large wooden effigy of a man, which is burned at the end of the festival, and a wooden temple, where people can leave messages about their troubles and sufferings. The temple is also burned, and the fire frees the sufferers.

The festival operates on 10 principles, demanding that participants engage in radical self-expression, civic responsibility, self-reliance, radical inclusion, and immediacy.

There is no commercial sponsorship to *Burning Man*; each person is an active participant; everything is done by people working together, and barter is used as an alternative to commerce. In addition, at the end all guests are obliged to take all their trash and garbage with them: One of the principles is "leave no trace".

Burning Man is a place where people form a community in extreme conditions, based on the principles of freedom, equality and mutual assistance. It is a utopia, creating the ideal of America in miniature, where everyone seeks what he needs and finds it.

* * *

Americans are all similar in their pursuit of happiness. Nevertheless, each is unhappy in his or her own way. Nightmares happen in real life. Money does not always bring happiness. Strangers sometimes understand you better than your nearest and dearest. Laughter unmask horror, even if it also helps to cope with them. In short, amusement sometimes makes you miserable.

The Italian writer and scholar Umberto Eco suggested that, instead of the right to pursue happiness, the Founding Fathers should have included in the Declaration of Independence the obligation of each person to decrease the unhappiness in the world. We rarely think about this. But when we do, life becomes a lot better.

Further Reading

Annie Hall, 1977. Dir. by Woody Allen.

Barnum P.T. The Life of P.T. Barnum: Written by Himself. Illinois, 2000.

Bloom M. Molly's Game: The True Story of the 26-Year-Old Woman Behind the Most Exclusive, High-Stakes Underground Poker Game in the World! New York, 2014.

Comic-Con Episode IV: A Fan's Hope, 2011. Dir. by Morgan Spurlock.

Freaks, 1932. Dir. by Tod Browning.

The Greatest Showman, 2017. Dir. by Michael Gracey.

Horwitz T. Confederates in the Attic: Dispatches from the Unfinished Civil War. New York, 1999.

Jones S. The Tribes of Burning Man: How an Experimental City in the Desert Is Shaping the New American Counterculture. San Francisco, 2011.

Molly's Game, 2017. Dir. by Aaron Sorkin.

Electronic Resource

Video Lecture 2. From Stand Up to Haunted Houses: How American Entertainment Industry Works [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/oemzvDDCqkk> (accessed 20.02.2022). (In Russ.)

Lecture 3. Fashion and Style in the USA, or American Beauty

Talking about fashion is a thankless task. Today people only want fanny packs, tomorrow neon colors are all the rage. Style, however, is another matter altogether. It is a phenomenon outside of time, because it is deeply individual. Style helps us create new ideas, not just repeat popular forms. So if you want to use your external appearance to enrich your internal world, here are some valuable recommendations straight from the United States.

What Should I Wear?

Fashion is a statement. Your appearance depends on what message you want to convey. Fashion helps to express the things you want to broadcast. It is absolutely unimportant whether it is a fake fur coat (you are protecting Nature and are opposed to killing animals) or pink hair (you are a rebellious teenager). The main thing is to articulate your thoughts clearly, using external means and remembering to keep everything in harmony. Americans often talk to us with their clothes – it is a language more universal than English. All we need to do is try and understand them.

Fashion is political speech. I'm not just talking about rainbow flag pins, or patriotic lapel ribbons or the black dresses that actresses wore to the Golden Globe Awards to protest sexual harassment.

People in power, top managers and the rich – everyone who manages people must look the part, must dress up to their status, to the scale of their plans and schemes. Of course, many American billionaires prefer simplicity and practicality. Mark Zuckerberg and Steve Jobs often wore, not just cheap clothes, but the same thing day after day.

If you are not rich enough to be able to buy clothes from the Walmart chain of superstores, maybe you need to get into “power dressing” – clothes that allow you to assert your authority and emphasize your superior position.

The concept of power dressing was introduced by the American image-maker John Molloy, in 1977. He wrote a book dedicated, not to senators or the U.S. president, but to women. It was called *The Women's Dress for Success Book*. In it he outlined basic rules to help American women achieve success in their professional lives. Molloy called on housewives to stop cooking and cleaning, change their wardrobes and go out to build their careers. No floral prints on billowing dresses. Just gray, black and white. Only pant suits. He made all these recommendations, not based on his own experience, but using scientific methods. Molloy applied visual sociology to figure out why men are more successful than women.

Several European designers began to produce collections in line with the demands of “dress for success”: Giorgio Armani, Jil Sander, Helmut Lang. The era of the corporate power suit had begun.

In addition to its political side, there is a social basis for fashion's role as ambassador plenipotentiary of beauty. Kitsch, for example, reflects the tastes of the masses, which leads directly to the division of society into classes. The idea arose in Germany in the 19th century. Americans were buying low-quality goods of no artistic value, which began to be called “kitsch”. This is what Vladimir Nabokov would have termed “poshlost” – that Russian term that is impossible to translate, but which signifies a combination of vulgarity, tackiness, and just plain grossness.

In Europe kitsch is looked down upon as philistine and bourgeois, but in America it is the badge of the middle class, which (glory to consumer culture!) wears t-shirts with supposedly amusing sayings, pastes rhinestones all over their clothes, grows their nails a mile long and just adores having a brand name prominently displayed on their underwear.

Kitsch has become the prevailing trend in African-American fashion. At the beginning of the 20th century the black population returned to its roots. Africa became the Promised Land for those who were not accepted into America's white society. Many left the country, while others adopted African culture in their style of clothing. They started wearing leopard skin coats and colorful national prints. At the height of the civil rights movement in the 1960s Afro-Americans popularized the slogan *Black is Beautiful*. They began to wear the clothing of the white population, which the colored population had been unable to afford. Black men turned into gentlemen. Earlier this “black dandyism” had been a parody. Whites laughed at their slaves' attempts to dress like Anglo-Saxons. Now the parody became a key element of black self-expression.

If you travel in aristocratic circles or if you want to appeal to high-brow intellectuals, avoid “camp”. This is a concept articulated by the writer Susan Sontag in her 1964 essay *Notes on “Camp”*. Camp is the transformation of something serious into something frivolous. While jazz came from the masses and became high art, camp is the exact opposite. It is the cross-breeding of artistic genres by snobs who are convinced that their taste is impeccable. Tchaikovsky’s *Swan Lake* is a perfect example of camp: The music and ballet, cheapened by brothels and unfunny gags, turn a work of genius into dust.

It is camp that is largely responsible for changing the concept of what is beautiful. The classic ideal of beauty presupposed a harmonious union of the external and the interior. Good is always beautiful, evil has to be ugly, even deformed. Camp destroyed this link and allowed us to see a different world: the world of people who do not identify with a particular gender (transvestites or transsexuals) and who do not see deformity (Diana Arbus, with her photographs of marginalized groups).

Camp proclaimed that you could look any way at all, that your external appearance cannot be a barrier to self-realization. If you do not fit in with the generally accepted idea of beauty, it’s easier to change the idea. This is what has happened with the tendency to idealize thinness, which turned into the movement Body Positivity. In 1967, 500 people began picketing in New York. They wanted to stop the bullying of fat people, whose bodies should be accepted as part of the norm. Even overweight people should be able to wear tight jeans. Others who were different also began to fight for the right to be considered beautiful.

Today we have more and more people working as models who differ from the standard. There is Tess Holliday, weighing in at 155 kilos; Madeline Stuart, who has Down’s syndrome; Daphne Selfe, who is 90 years old; Marsha Elle, who was born with a deformed right leg and is an amputee; girls with scars, like Olga Zapivokhina, from Nizhny Novgorod, and others with unusual features, like Winnie Harlow, the black model with vitiligo. There is no need to hide your body underneath clothing!

The racial component of beauty has also changed. There still exist pseudoscientific ideas that “prove” the superiority of the white race through external signs. This is how one encyclopedia in the 18th century described blacks:

In the complexion of negroes we meet with various shades; but they likewise differ far from other men in the features of their face. Round cheeks, high cheek bones, a forehead somewhat elevated, a short, broad,

fat nose, thick lips, small ears, ugliness, and irregularity of shape, characterize their external appearance. The negro women have the loins greatly depressed, and very large buttocks, which give their back the shape of a saddle⁶.

All blacks were considered ugly. Some were even displayed as exhibits in special human zoos. A horrible fate befell Saartjie Baartman, known as the Hottentot Venus. At the beginning of the 19th century Baartman was taken from Africa, and her “deformity” was shown all over the world. The woman had steatopygia, a disease common to Hottentots, and which causes an unusual concentration of fat around the buttocks. Today Beyoncé and Nicki Minaj are ideals of beauty.

In addition to the message you are trying to convey to those around you, you should also think about whether your message is appropriate. This is why dress codes were designed. Let’s say you’re a writer by profession. For a meeting with your agent Smart Casual would be just the thing – a classic suit for a man and a plain sheath for a woman. If you receive a call that you have won the Nobel Prize for literature, hold a party where all the guests come as characters from your books. That is Fancy Dress. For the award ceremony in Stockholm you’ll need White Tie – the strictest dress code – a cutaway dress coat for men and a formal, long evening dress for women. If they make a movie of your book, and you are nominated for an Oscar for the best adaptation of a screenplay, you can wear Black Tie to the event (a tuxedo and an evening dress). For the Oscars after-party you wear cocktail attire – a suit or a cocktail dress.

Americans love dress codes just so they can break them. They always stay within certain limits, however. The wild outfits that celebrities wear on the Red Carpet become cult items, going viral on the Internet and turning into extravagant Halloween costumes. Remember, it’s not just what you want to say that is important, it’s how you want to say it. America knows this better than anyone.

Who Is My Role Model?

When we say “USA” we mean “Americans”. This is a country about people and for people. The best of the best get attention and respect. In the world of fashion these are the people who create beauty and those who present it.

⁶ The Portable Enlightenment Reader / Ed. by Isaac Kramnick. New York, 1995. P. 669.

Let's start with the first group. It's difficult to imagine that 50 years ago American designers had the same status as Chinese designers do today. American department stores copied designs and patterns from European couturiers. Then one event changed everything.

The Battle of Versailles, in 1973, was the turning point, when American designers showed what they were made of. At a charity fashion show to raise money for the restoration of Versailles, the organizers decided to pit French designers against Americans, five to five. For the U.S., the *crème de la crème*: Oscar de la Renta, Roy Halston, Bill Blass, Stephen Burrows and Anne Klein. For France – the best in the world: Yves Saint-Laurent, Hubert de Givenchy, Emanuel Ungaro, Pierre Cardin and Marc Bohan, head of the Christian Dior fashion house. Paris couture was up against ready-to-wear made in the USA.

The Americans brought in their heavy artillery. Among those who showed up in Versailles to support the U.S. were Andy Warhol, Elizabeth Taylor, Grace Kelly and Liza Minnelli. It was this last star who delivered the knockout blow to the French: Minnelli opened the showing of American designers with a song. This was prohibited in the European fashion world, where the models file silently by, and all attention is on the clothes. The Yankees also had black models showing their collection. The Americans were counting on the show to carry the day, and they were not wrong. In the Battle of Versailles the winner was Beauty, rejecting all canons and ignoring all limits.

Europe once again discovered America. From this moment on American designers were allowed to head European fashion houses. Marc Jacobs assumed control of Louis Vuitton, Tom Ford became the creative director of Gucci, and Michael Kors went to Celine.

After gaining experience in Europe, American designers were able to open their own fashion houses. They all present America differently in their designs: Tom Ford is inspired by Hollywood's Golden Age. His models seem to have stepped right off the black-and-white screen, dressed in velvet and silk, their gowns shimmering with beads and sequins, reflecting the glamour of the era. Tommy Hilfiger shows us everyday America with an accent on hip-hop culture, and Calvin Klein is the embodiment of consumerism in the U.S. with his logomania – the passion for showing off with brand names. Many have fallen prey to Klein's brand: from rappers to prime ministers.

Ralph Lauren tries to show various sides of America. It's no accident that he makes the uniforms for the U.S. Olympic teams. He has the West, with his cowboy boots, tight jeans and suede fringes. For yachtsmen and golfers he makes lightweight pants and polo shirts with his well-known logo. Wool sweaters and V-neck vests with corduroy pants

are standard dress for students at elite universities like Harvard and Yale. *Ralph Lauren* is like America – there is something for everyone.

Americans pay special attention to those who are identified as “trendsetters”. This more versatile English word replaced the Russian expression “zakonodatel’ mody” (“legislator of fashion”), but it means pretty much the same thing. These are people who go off in new directions, and whom others then follow and imitate. In the U.S. such people are also called “fashion icons”.

Americans love to idealize personalities, who are then deemed sex-symbols, the most beautiful people on the planet and geniuses at their craft (whether it is cinematography or sport.) This, however, does not always correspond to reality. Women are luckier here than men. It’s all pretty simple. The ladies and gentlemen who have been deified in America at various stages owe it all to the women. Marilyn Monroe delighted American women, who are still trying to copy her today. Clark Gable, the ideal man, drew his support from the fair sex. Men rarely copy their idols; it is women who appreciate beauty, regardless of gender.

If you think that we’re only talking about film stars, you are mistaken. There is canonization in all fields. There are even trendsetters in politics, for example the wife of the 35th president of the United States, Jacqueline Kennedy. She is the first among First ladies, and established a very high standard for her successors. It is difficult even for the former fashion model Melania Trump. No one except, perhaps, Michelle Obama has been able to match Jackie.

Jacqueline Kennedy had what is called “impeccable taste”. In regard to Jackie these are not just words, but incontrovertible fact. The simplicity of cut and form, jewels in moderation, sunglasses as a sign of “stardom” and the depths of the eyes they covered. Jackie was not shy about appearing in sleeveless dresses, throwing a jacket over her shoulders if needed. She took the same amount of care with the beauty and comfort of her houses. It was Jackie who began the large-scale restoration of the White House and the garden next to it. None of this would have been successful, however, had Jackie not understood the significance and influence of the media. She took an active part in her husband’s election campaign. Jackie wrote a newspaper column, where she answered reader’s questions. As First Lady, she made a television film about the White House, for which she received an Emmy. Jacqueline Kennedy was the first among the spouses of American presidents to have her own press secretary – this was the degree of her popularity. Years later the same journalists who had idealized her took equal pleasure in combing through the details of her personal life after John Kennedy was assassinated.

If we talk about celebrities in music, film and other media, we’d need several pages of small print to list all of those who have

been canonized. Let's go from A (Aguilera, Christina) to Z (Zellweger, Renée). Femmes fatales and shrinking violets, blondes and redheads – they are all, unquestionably, worthy of attention, which they receive in abundance.

Supermodels become fashion icons by profession. The origin of the term “supermodel” is a matter of dispute, not only for historians, but for those who aspire to the title. All agree on one thing: Supermodels are the heroines of fashion comics. Their superpowers are beauty and charm, as well as the fact that they are incredibly photogenic. Many of them also have the gift of throwing hysterical fits (Tyra Banks) and the strength to throw telephones at people (Naomi Campbell took out her rage on a maid, who had to have four stitches.) But these Superwomen have their weak sides. Some of them are drug dependent (Kate Moss underwent treatment for cocaine addiction), others can't stop donating to charity (Natalia Vodianova selflessly helps children with learning disabilities). Supermodels are as changeable as fashion itself. The only thing that stays the same is their beauty.

It's a whole different matter with those who are acknowledged as fashion icons in spite of their deviations from the ideal. Many actresses whose measurements are not even close to Hollywood standards attract fans with their more commonplace beauty. This is the girl next door, with whom filmgoers can easily identify: “If she can do it, so can I”. This explains the popularity of Kate Winslet and Jennifer Lawrence, who, in addition to everything else really are talented actresses.

Iris Apfel, however, does not fit into any categories. She is a collector and the owner of a textile business. At 98 years old she is not afraid to wear bright colors and big jewelry (which makes her look younger), or big round eyeglasses that cover much of her face and lilac-tinted grey hair (which is a sign of her age). Iris Apfel is the ideal that many older American women aspire to: active, full of life and natural in her nuttiness. She is an anti-icon when compared with the young Kim Kardashian or Selena Gomez.

Modern trendsetters are a peculiar phenomenon. In previous times you had to be a singer or act in movies as well as have a good sense of style to get into the fashion pantheon, but all of that has changed now. Bloggers, who are the models for the millennial generation, first gain prominence by putting their personal lives out on social media, and only after that do they become artists and start to record songs. Then they realize that the virtual can't always replace the real, so they create their own clothing lines or release a perfume under their brand. The T-shirt of modernity has been turned inside out, but that doesn't seem to bother anyone.

What Should Inspire Me?

We are not talking here about some glam rag you read at the hairdresser's. Fashion magazines have a proper name: "glossy journalism". Forget about "The Ten Best Ways to Remove Make-up" – that's just a way for hacks to make some money. It's piece work, requiring no creativity or effort. Writing about fashion is serious business. Glossy journalism not only informs us about the things that are trending right now, it entertains and educates us. It forms tastes, studies the world through the visual and transforms our reality. That is its true mission.

The United States gave birth to the world's oldest and most authoritative fashion magazines – *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *Cosmopolitan*. These are the publications that have a duty to regenerate Americans' concept of beauty on a monthly basis.

The most influential person in the fashion publications world is Anna Wintour. She is a British woman, who for the past 30 years has headed American *Vogue*, which means she also directs the entire fashion publishing industry. She is the "unofficial mayoress" of New York City, also known as "Nuclear Wintour". She is the Devil Who Wears Prada. It's easy to pick out the oh-so-subtle Anna in the first row of any fashion show: hair cut in a bob with curled bangs, sunglasses, a big glass of *Starbucks* coffee, and perhaps the only thing, besides her accent, left over from her British heritage: hands folded like a nun's. She has introduced so many names to the world and has destroyed so many souls in her publication. Marc Jacobs and John Galliano owe her their rise to fame and fortune; the list of her victims is endless.

Wintour has a psychic's intuition for the future, which is absolutely necessary for anyone working with fashion. She was the first to realize that the era of stars was coming and she began inviting celebrities to be photographed for the magazine. She was the first to put a model in jeans on the cover. She was also the first to have a black model looking at readers from the windows of newsstands.

Anna Wintour has for the most part continued the direction set by her predecessor at *Vogue*, Diana Vreeland. Vreeland was in the job for some eight years, but in that time managed to completely revamp the magazine. She did not limit the content to a regurgitation of fashion; she expanded the array of questions that could be discussed. The pages of *Vogue* now contained, in addition to material on how to look your best, articles on artists, discussions of politics and popular musicians. While giving John and Jackie Kennedy advice on style, Vreeland was not above publishing provocative material that appealed to the generation that had declared a sexual revolution in the U.S. The Mick Jagger centerfold created a genuine furor, impossible in earlier, more purita-

nical times. With equal daring she made Barbra Streisand's enormous nose a symbol of individuality. In attracting the attention of readers to all that was unique and distinctive, Vreeland taught Americans to be themselves, to accept themselves the way they are.

After Diana Vreeland left *Vogue* she became the curator of *The Costume Institute at The Metropolitan Museum of Art*, where she organized an annual ball, *the Met Gala*. On the first Monday in May an exhibit opens at the museum. In earlier years the exhibit could be an homage to famous designers, from Christian Dior to Gianni Versace, or to other cultures (*Diaghilev's Ballet Russes*) or eras (*The Napoleonic Empire*). In 2019 *The Metropolitan Museum* dedicated the exhibit to camp.

The theme of the exhibit dictates the dress code for the ball. Invited guests are obliged to pick a costume in line with the chosen theme. A few years ago Madonna staged a protest against ageism by coming to *the Met Gala* in high leather boots and a see-through lace jacket over a black body suit. This was the singer's answer to the theme *Fashion in an Age of Technology*.

In the year devoted to China, Rihanna brought with her 25 kilos of beauty: She appeared before the public in a bright yellow dress with a long train, trimmed in gold and fur.

Sara Jessica Parker that same year became the heroine of memes because of the hat she wore that was made to look like tongues of flame. The costume ball at *the Met* draws attention to the history of clothing and strengthens the sometimes-fragile friendship between art and fashion.

Photographers deserve special attention, as the invisible fighters on the front lines of the visible. The camera's lens preserves the beauty of the world around us, and photographers help us to recognize that beauty. The Irish writer James Joyce thought that clothing was a work of art, because it strives for an esthetic goal. But photography, he said, was not art, because it is not man recording reality, it is a machine.

Joyce would have taken back his words if he had seen the pictures taken by the brilliant photographers Irving Penn and Richard Avedon. These are photographs whose artistry was acknowledged by Pablo Picasso and Igor Stravinsky, Truman Capote and Alfred Hitchcock, Elizabeth Taylor and Audrey Hepburn – the heroes of these works.

Just as the portraits of Russian writers in the departments of Russian language and literature appear before our eyes at the least mention of their names, we visualize American celebrities through these iconic photographs.

Many photographers also discovered new trends in the fashion industry. Bill Cunningham was the first to film people on the street. For decades he would get on his bicycle in his blue jacket, and with camera in hand he would bike down the avenues in search of random models. The residents of New York drew his attention, who brought variety to the everyday life of the city with their clothing, their conduct and their habits. Cunningham showed the beauty of the ordinary and earned the right to be called the founder of street style photography.

Many legendary magazine covers saw the light of day, not because of the courage of the editors, but as a result of improvisation by photographers, and by their freedom on the set. Before the first photograph appeared on the cover of a fashion magazine (in 1932, a little over 100 years from the date that photography was invented) images were drawn by hand. Some publications, like *The New Yorker*, still follow that tradition.

Illustrators and artists took an active role in the creation of fashion magazines, and also helped designers finish the sketches of their future outfits. Salvador Dali drew three covers for *Vogue*, and the daring works of illustrator Antonio Lopez still inspire American couturiers to new heights of creation. The influence of art on fashion is indisputable. So if you're looking for inspiration, head straight to a museum or a gallery.

* * *

Fashion knows no borders or nationality. In this sense it is typically American. If you don't read glossy magazines and you think that style does not affect you, or if you're sure that you are totally independent of the beauty industry, and that your skepticism vis à vis fashion is still strong and unshakable, here is one final argument:

This "stuff"? Oh, ok. I see, you think this has nothing to do with you. You go to your closet and you select out, oh I don't know, that lumpy blue sweater, for instance, because you're trying to tell the world that you take yourself too seriously to care about what you put on your back. But what you don't know is that that sweater is not just blue, it's not turquoise, it's not lapis, it's actually cerulean. You're also blindly unaware of the fact that in 2002, Oscar de la Renta did a collection of cerulean gowns. And then I think it was Yves St Laurent, wasn't it, who showed cerulean military jackets? And then cerulean quickly showed up in the collections of eight different designers. Then it filtered down through the department stores and then trickled on down into some tragic 'casual corner' where you, no doubt, fished it out of

some clearance bin. However, that blue represents millions of dollars and countless jobs and so it's sort of comical how you think that you've made a choice that exempts you from the fashion industry when, in fact, you're wearing the sweater that was selected for you by the people in this room. From a pile of "stuff"⁷.

Further Reading

- Bill Cunningham New York, 2010. Dir. by Richard Press.
Cunningham B. Fashionable Climbing. The Memoirs of the First Street Style Photographer. Moscow, 2019. (In Russ.)
The Devil Wears Prada, 2006. Dir. by Devid Frenkel.
Givhan R. The Battle of Versailles: The Night American Fashion Stumbled into the Spotlight and Made History. New York, 2016.
Hilfiger T. Tommi Hilfiger. My Path to the Dream. The Great Designer Autobiography. Moscow, 2018. (In Russ.)
The September Issue, 2009. Dir. by R.G. Katler.
The Tents, 2012. Dir. by James Belzer.
The Trie Cost, 2015. Dir. by Andrew Morgan.
Versailles '73: American Runway Revolution, 2012. Dir. by Deborah Riley Draper.
Vreeland D. D.V. New York, 2003.
Weisberger L. The Devil Wears Prada. Moscow, 2014. (In Russ.)

Electronic Resource

- Video Lecture 3. Fashion in the U.S.: Clothes as a Statement [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/RngZ5mbaJdM> (accessed 20.02.2022). (In Russ.)

⁷ The Devil Wears Prada (Dir. by David Frankel, 2006).

Lecture 4. Shopaholism, Extreme Couponing and Other Delightful Dependencies

“Affluenza” – now there’s an American idea. The term comes from the combination of the words “influenza” and “affluence”. It’s not hard to guess what it means. Affluenza is a painful condition transmitted by social contact, which manifests as a permanent state of worry and alarm due to constantly striving to get more. Affluenza is a typical phenomenon for an advanced consumer culture. The medical world has not yet invented a cure, but many symptoms of this disease have been studied extensively. We need to recognize the signs to get help for ourselves and our loved ones before it’s too late.

Hoarding

Usually “Plyushkin’s syndrome” is associated with collecting useless, unnecessary items. Discounts are the best way to stimulate it.

The economies of Russia and the United States differ significantly. We Russians cannot throw bread away. We wash and save disposable dishes. We collect plastic bags that pile up for years until we finally get rid of them. If Americans hoard things, on the other hand, it’s usually because of their advanced consumer culture, where there are a lot more goods and things than anyone really needs.

In Russia there is a complete lack of trust in any kind of discount. “Oh, sure, first they raise the price, then reduce it by 10 percent!” or “Free? The only thing free is cheese in a mousetrap”, or “Aha! They have lowered the price because the stuff is expired!” etc. We don’t really have a culture of saving money on things, at least not when we compare ourselves to the United States.

The U.S. has discount coupons, which can be exchanged for goods, or which can be presented to get some money taken off the price. The first coupons appeared at the end of the 19th century thanks to the enterprising owners of *Coca Cola*. This marketing strategy was new at the time, and it offered anyone with a coupon a free glass of this lit-

tle-known beverage. During the Great Depression (1929–1933) people were forced to cut down their expenses. In the 1960s American underwent a real “coupon mania” – people wanted to buy more and more stuff at lower and lower prices. Stores and supermarkets used coupons to win over customers.

Today many Americans see discounts not only as an occasional test of their own luck, but as a daily endeavor. Coupons for various food products can be found in special sections of the Sunday papers, or in free brochures. You can get coupons on the Internet or just ask the company itself for them. In many cities there are even special clubs, where tight-fisted Americans tell their friends and neighbors how to save money, and where they exchange coupons and monitor sales on goods they need to buy.

What is it that coupons do? Amazing discounts! No, you don’t understand! It’s unbelievable! Unlike Russian supermarkets, the discounts, coupons and sales can all be used at once. There is the loyal customer discount card, one-time discounts on specific types of goods, and coupons. It gets to a point where the stores are losing money. Seriously! This system demands real passion, as well as detailed planning and calculation: sales can end, and coupons expire.

Let’s say that a two-liter bottle of *Coca Cola* costs \$1,79, but today there is a special 50% off sale, so you can buy it for \$89. You also have a \$1 coupon for *Coca Cola*; if you present this at the cash register, the store owes you \$11. Of course you won’t get this money in cash, but you can use it to buy something else. For example, chewing gum – you just pay whatever it costs, minus \$11. Oh, and they’ll give you more coupons at the register to use for your next purchase.

This is a savings of more than 100 percent! It’s not just for purchases amounting to a paltry five dollars. Sometimes the price tag runs to thousands. Of course, you don’t always buy goods or products that you actually need, but you can always donate them to charity. A use can be found for just about anything.

One important ritual for Americans when making a purchase is the line. It is sacrosanct. In Russia people have a very special attitude towards lines. We try to avoid long waits, since they seem unfair by their very nature. We employ lots of excuses, such as “I just want to ask a question,” or “I was here before”, or “I have special standing”, etc. We use these tricks not only in stores and hospitals but on the roads, in the metro, and in government offices. This is a holdover from the Soviet days, linked to the era of deficits and special privileges.

Things are different with lines in the United States, at least, compared to other countries. Russia is not alone in its love of

breaking the rules. Take, for example, Indian writer Ranganathan Magadi:

I love Americans because they are the most disciplined people in the world. Whether it is a public place or a public road they observe high degree of discipline. It is a pleasure to watch American traffic... An American will never break queue. In India the people jostle against each other and jump queue. They have no decency⁸.

Italian scholar and writer Umberto Eco agrees:

...at the railroad station as in the supermarket, people respect the line. It's inconceivable for someone not to. The line is respected to such a point that if the person in front of us is making difficulties and keeps the cashier or the clerk busy, the others may grumble but won't protest. That person came first and has every right to be there. I recall that once, arriving late at the La Guardia on a flight from the Midwest, I had just enough time to hop into a cab and reach Kennedy Airport for my return flight to Italy. There was an enormous line for cabs, and I realized that I wasn't going to make it. Desperate, I went to the head of the line and said to those who were waiting: "Ladies and gentlemen, I have barely enough time to get to Kennedy Airport in order to fly back to Europe where urgent business awaits me. Would you be so kind as to let me pass to the head of the line?" I never saw so many stunned faces in my life: it was the first time that something like this had happened to them. Bemused, the first ten people gestured at me to go ahead, probably thinking that I had done such a thing only because my house was burning down with my children inside it. I took the first cab and, as I thanked them, understood that I had committed an enormity so great that the people in the line hadn't had the courage to protest. The line is sacred⁹.

The line is an important part of certain purchases. You can't avoid long lines when Americans want to get something before everybody else. Usually this is something that everyone is talking about, something unique and cutting edge: technology, a book or an item of clothing. This kind of fuss happens every time a new model of *iPhone* is released.

⁸ *Magadi R.* The Literary Works of Ranganathan Magadi. Morrisville, NC, 2007. P. 265.

⁹ *Eco U.* Turning Back the Clock. Hot Wars and Media Populism. Chicago, 2010. P. 161–162.

Americans, even privileged ones, do not try to cut the line. Steve Jobs came to the launch of the first *iPhone* and saw two of his employees in the line waiting for the store to open. They had been involved in creating the phone and had each received one, as they deserved. But they needed more than one *iPhone*. Instead of asking, they calmly waited in line.

Order is the most important thing. But if you really want to get to the front more quickly, there is a way – you can buy a place in line for a tidy sum. This is a typical example of American ingenuity. It's interesting that some enterprising souls tried to conduct similar experiments in Russia. They bought places at the head of the line, just so they could resell them later at a higher price. No one bought their places, however. They were among the first to get into the store, but they weren't able to buy an *iPhone* – they had spent all their money on those precious spots at the head of the line.

It's hard to imagine that those same Americans who respect the line so much will break down the doors of stores during major sales, sweeping away everything in their path in their fight for goods. This is real collective insanity! Every year the police arrest several crazy people, who, in the grip of mass hysteria over discounts, use pepper spray, start fights with other customers, and sometimes even shoot people in the heat of the struggle for cheap goods.

In the U.S., the season of sales begins on *Black Friday*. On the day after Thanksgiving, which is celebrated on the fourth Thursday of November, American retailers have massive sales, which last right up until Christmas.

The term *Black Friday* does not have any racial overtones, nor, contrary to what some people say, does it have anything to do with the slave auctions that used to be conducted down South before the Civil War (1861–1865). In English, the idiom “in the black” means “profit”. Bookkeepers used black ink for profit, and red ink for losses. This lucky Friday, when stores do a huge business, is indicated in black on the books. The term came into wide use in the 1980s. Numerous attempts to change the name to *Big Friday* failed; the name didn't stick.

Cyber Monday has now joined *Black Friday*. After the head-spinning weekend in shopping centers, online stores begin giving discounts. The most active sales period is the ten days between December 5 and 15. That's because the only thing Americans love more than giving and getting gifts is buying them.

If you have too much stuff after all the sales and the coupons, it's no big deal. The thing that Americans are really good at is the ability to make money out of everything, even junk. We're not talking about talk-shows here, where people talk over each other in the fight for the

right to complain about their lives. In the post war years – the 1950s and 1960s – the populations of cities began to grow, and many decided to move to the suburbs. There you could live in a big house and have access to nature. It was then that Americans began accumulating things, not always the most useful or necessary items. In trying to clear out their basements and garages, they started having “garage sales”. The owners put things they didn’t need out on the lawn in front of the house, and sold them for a nominal sum to those who might really need them. The tradition caught on, and is still popular today.

About 700,000 Americans sell somewhere around 5 million things every week at these garage sales; each item usually costs less than a dollar. On the second Sunday in August the U.S. has a huge sale: Along Highway 127, which stretches from Alabama to Michigan – more than 1,000 kilometers! – sellers from all over the country set up shop. You can find just about anything your heart desires. There have been cases when buyers have picked up actual treasures for peanuts: oil company shares, which sold for \$5, but which were actually worth \$130 million; artworks (from Andy Warhol to Van Gogh); and historical artefacts that had been assumed to be lost forever. It can be very useful to root around in all that junk.

In the 1970s, second-hand shops also became popular. Used clothing was the answer to America’s oversaturated consumer culture – not because there were too many things, but because everything was exactly the same. Designers turned to the past more and more often for inspiration, and clothing from previous generations could underscore one’s individuality and independence from the mass market. Today, second-hand shops are still an important part of philanthropic support for the needy.

Profit from junk does not stop there. If you left your bag at the airport and can’t pick it up for some reason, after a while it will be sold at auction. The same thing happens with foreclosed houses. Or a storage container that has been abandoned by its owner. There will be an open auction, and anyone who wants to can bid on your things. There is just one “but” – no one knows what’s inside. People are buying a pig in a poke; only after the sale can you find out what you’ve got. It could, of course, be a rare and valuable antique, or a bunch of old rags.

Americans have become so fond of this hobby that they have even made a TV show out of it. The viewer follows the haggling over this “Schroedinger’s prize” with interest, then eagerly anticipates the moment when the “prize” is opened. What’s inside – something valuable or completely useless? More often than not, of course, it’s the latter. But even this rubbish will find a buyer, Americans know that for sure.

Encouraging Laziness

It is a well-known fact that laziness is the engine of progress. While the workaholic washes his dishes after a meal, the lazybones will invent a dishwasher. While the active shopaholic cuts out coupons and runs around to the sales, the passive buyer will make all his necessary purchases without leaving the house. The U.S. has everything the slothful shopper needs.

The first boon for lazy shoppers was the ability to buy things in a televised marketplace. In the United States, such commerce is called the “infomercial”. This is a hybrid of “information” and “commercial”, or advertisement. The first one to sell his wares through the media was Bob Circosta, way back in 1977. It’s interesting that this was not on TV, but on live radio. The unusual format lived up to expectations: Circosta sold everything he had, and endeared himself to his listeners. He did not make it to TV until 1984, however. President Ronald Reagan – the same man who called the Soviet Union the “Evil Empire” – abolished time limits on TV advertising, thereby creating the “Satan’s stronghold” of commercial advertising in the country.

From that moment on the television market was a place where enterprising Americans could present their inventions. That’s why most of the goods sold on TV were not available in ordinary stores, which made viewers think they were being given a unique opportunity. Homegrown geniuses from all over the country sold things they had made themselves. They usually demonstrated their inventions in a black-and-white video, where helpless people try to vacuum without getting caught up in the cord, or try to open a can, without success. The infomercial offers viewers the chance to resolve everyday inconveniences with their miracle-working product. One housewife from New York, Joy Mangano, invented a mop that you didn’t have to wring out by hand. In 30 minutes on air she convinced 18,000 housewives like herself to buy her creation. That was the start of Joy’s huge commercial empire.

In the 1990s, superstars got involved in the home shopping phenomenon. Some celebrities became the face of products sold in the television marketplace. Female viewers, for example, loved the videocassettes in which Academy-Award-winning actress Jane Fonda led her workout routine. Other stars had their own shows. Martha Stewart, a popular cookbook author, dispensed advice on cooking, sewing and home decorating along as she advertised products that housewives simply could not do without.

Even giants like *Apple* and *Microsoft* were not above selling their products on TV. The infomercial’s popularity quickly led to a widening

of the array of goods available. You could buy anything through the television, from religious literature to foreign trips.

The endless attraction of such cable channels is understandable; scholars have studied the home-shopping phenomenon. If you don't want to fall prey to the temptation to buy all sorts of junk while sitting on your sofa, here's a description of the tricks they use to convince you that you absolutely must buy completely useless items. Once you recognize them, it will be impossible to manipulate you.

Studies show that a viewer instinctively knows when a program is pre-recorded, and loses that "here and now" urgency. Most cable channels are used to selling on live TV, to maintain contact with potential buyers.

Usually there are two people hosting the telemarketing show. The first plays the role of expert, who knows everything there is to know about the product being advertised. The second plays the ignoramus, who asks all kinds of leading questions. In this case he is the voice of the television viewer, who is trying to figure out what's what.

You're already on the hook; the person on television is answering the questions that you are asking on the other side of the screen. The identification is intensified by the fact that the people conducting the show are chosen to conform to the typical representative of the target audience. Every detail is important: age, gender, residence and income. So a fly-fishing rod will be sold by fit-looking middle-aged man, and a vegetable dicer – by a typical American housewife.

It is mainly heavy women who buy clothing, so new wardrobe items are demonstrated on plump models. They look stunning! They have a perfect manicure and impeccable makeup, and their dresses and blouses fit them to a T. The secret is the spandex garments they wear underneath. The buyers will find that the item looks a little different on them. The models usually stroke themselves during the demonstration, to intensify the feeling of empathy and the tactile contact with the item being sold. The hosts will never remark on the figure problems masked by the clothing. They are masters of euphemism, so they use more neutral and flattering words like "nuance" and "particulars". All the other products are presented just as nicely. The hosts demonstrate the high quality, emphasizing the durability of the material, and how long the product will last. At that point the product is shown in close-up, brightly lit.

Another trick is convincing the viewer that he or she is saving money. The hosts say that the item being advertised is on sale, even if it isn't. The viewer immediately gets the feeling that he or she may be missing out on the chance to buy the item at a discount. The hosts

will emphasize that this is a one-time, limited offer: you'll never get another chance, and the product will soon be sold out. Most Americans who buy on the home shopping network think that they have above-average income, although that is far from always the case. They think they are wealthier than they are, and therefore they can afford the things that are being advertised.

The hosts always emphasize their personal experience with the advertised item: They have bought it themselves, they have tried it, and are immeasurably happy with it. Who wouldn't want to have the same thing as the people on television? Even if you do not need the item yourself, they will convince you to buy it for your friends, relatives or colleagues.

Now that you know all these tricks, you can be sure that you are now immunized against home shopping channels.

The Internet is another excuse for lazy shoppers to avoid actually having to go to the store. It's not enough that online purchases are replacing visits to shopping centers; now even infomercials have moved to virtual space. Home shopping channels have reformatted themselves into online clips where the seller unpacks the item in real time and tries it, answering questions from customers via chat. There's no other way that the customary ways of marketing can withstand competition from the major Internet retailers.

Online purchases not only save time and money, they allow users to self-regulate. This is another important component of Internet shopping: Customers can leave their own reviews, where they give additional information about a product and their own experience with it. In the U.S., civil society triumphs over the shopping experience that the retail giants force on us.

The unquestioned world leader in Internet commerce at the moment is *Amazon*. It was founded in 1994 as an online bookstore. Then it broadened its inventory to music and video, until it became obvious that people were ready to buy everything online. *Amazon* makes it possible to get almost anything on the site, from UFO detectors and beard stimulators to antiques and diamond bracelets.

Since then not only has the company transformed itself, so has its owner, Jeff Bezos, who went from a geeky Princeton nerd to the most eligible bachelor in America, with a fortune in the tens of billions. Bezos defends particular values at *Amazon*: The service takes responsibility for the goods it sells, and for the consequences of using them. After Dylan Roof, a white supremacist who espoused neo-confederate views, shot up an African-American church in Charleston, South Carolina, in 2015, the company stopped selling Confederate flags as a nationalist symbol.

Amazon is against violence, or any form of insult. It is in large part thanks to its social responsibility that the company continues to grow and develop, despite its war with President Donald Trump, who has spoken out against Amazon numerous times. Honest business and social responsibility have always been respected by Americans.

Another important resource for Internet shopping is the virtual auction *eBay*. The company began in 1995, when a programmer from California (Pierre Omidyar) opened an auction on his personal website to sell off some things he no longer needed. The first thing he sold was a broken laser pointer. The idea of online bargaining appealed to Americans; the number of visitors to the site kept growing, and Omidyar had to upgrade his auction. Today anyone can put an item up for sale, and it goes to the one who makes the highest bid.

The most amazing things go up for sale on *eBay*, and even more amazing are the people that buy them. Some of the strangest acquisitions to date: a corn flake shaped like the state of Illinois; a chicken nugget that looks like George Washington; a sandwich with the face of the Virgin Mary; the window frame from which Lee Harvey Oswald shot President Kennedy; body space for an advertising tattoo; a name for a future child; virginity, the meaning of life and a ghost in a jar.

More than once users have attempted to auction off countries (from New Zealand to Russia), but each time the site administrators have taken the lots down before the gavel drops. The most expensive thing ever bought on *eBay* was a yacht that sold for \$168 million, which went to Russian oligarch Roman Abramovich. If even the rich and powerful of this world are too lazy to make their purchases in person, who are we to deny ourselves a little online shopping?

The Desire to Own

If an American doesn't have the money for something he wants to buy, he can always borrow it. It may not be the best solution, but at least it gives everyone an equal chance. Using it wisely is another matter altogether.

The U.S. has everything you need to make your life conform to your expectations and desires. Credit of all types, loans, mortgages, pawnshops – there are lots of possibilities. Everything is bought on credit, from fast food to personal growth training. While people in Russia save up impossible amounts to make major purchases, scrimping on everything while life passes them by, Americans drive around in their own cars and live in houses that they pay for over many years.

The first credit cards that were anything like the ones we have today appeared in the U.S. in 1950. Ralph Schneider and Frank X. McNamara created *the Diner's Club Card*, which could be used in just a few restaurants and hotels in New York. The business elite immediately realized the potential of this new invention; in 1958 Bank of America issued its own credit card. Later the cards would be made of regular plastic, and once they added a magnetic strip in 1960, the ability to live on credit took over the world.

Up until 1974, many women in the U.S. could not have a credit card unless they had a man as a co-signer, even though women, according to research, are more rational in their spending habits and have less debt than men. Today all are equal in their right to credit.

The financial dependency of Americans begins right after high school. Higher education in the U.S. is an expensive undertaking, so many take out student loans. They might borrow from the government, or from private companies. When they finish university, young specialists owe on average \$18,000, which they must gradually pay back. Often they are paying until they are 40.

During their studies Americans get their first credit cards; before that they are “ghosts”. It’s as if they do not exist until they have a clean credit score. People take special care of these credit scores, because a good part of one’s life depends on the kindness of banks, and without the ability to get credit life can be tough.

On average students have more than \$4,000 in credit card debt. They are in no hurry to pay it off, however. Once they start work they need to take out a mortgage for their housing, buy a car on credit, and put all their daily expenses (utilities, food and clothing) on numerous cards.

Americans prefer to make minimum payments. Unlike Russia, people in the U.S. like to drag out payments for the longest possible time. In this way, a large financial burden becomes a manageable monthly expense. This logic is applicable, for example, to down payments. In Russia we save up large amounts, which we pay out at the beginning, while Americans are not prepared to put more than 20 percent down on a major purchase. The remainder is paid out over decades. The overall amount paid, of course, will be higher in the long run, but Americans prefer to live “here and now”, rather than constantly denying themselves.

In general, Americans’ attitude towards credit is much more serene than in Russia. This is largely tied to certain social guarantees. Most people feel certain about the future. On the other hand, credit is such a normal and routine obligation for Americans that it makes

no more sense to worry about it than it does to get nervous about brushing one's teeth.

There is reason to worry, however. Historical analogies are tenuous at best, but here goes: The United States emerged as the sole victor after World War I. While a ravaged Europe gathered its strength, America, which had not conducted military operations on its own territory, entered an age of prosperity. The economic boom did not last long. Overproduction, linked to inflated expectations for consumption, along with stock manipulation, which Americans had hoped to earn money from, led to a terrible catastrophe. The banks continued to extend credit while the money supply declined. The U.S. sank into the longest economic depression in its history.

Today more than half of all Americans have at least two credit cards. Three-quarters of Americans die owing money. Last year the sum of U.S. credit exceeded \$13,5 trillion. That is \$40,000 for every man, woman and child in the country. Americans have just one way to resolve the problem – take on more credit.

* * *

Affluenza affects mainly the middle and lower classes of American society. It would seem that rich people have a lot more opportunities to shop, and therefore would be more susceptible to this terrible disease. They are the ones, though, who can withstand the problems caused by the consumer society. They preserve the old values from before the consumer era, as paradoxical as that may seem.

While the typical American hoards junk in his house, billionaires collect valuables. While those with limited means make purchases on the Internet, the rich and powerful go out to the stores, old-style, preferring contact with people to faceless shopping. A fortune is a big responsibility for rich Americans. In the United States the wealthy are obliged to help the needy – it's their civic responsibility. In this case consumption is directed at leveling the playing field in a country where everyone has the right to pursue happiness.

We shouldn't count on the rich to save the middle class from affluenza, however. Having something is certainly better than not having it, but common sense in the use of that "something" doesn't necessarily come with the purchase. Everyone has to look out for themselves.

Further Reading

- Brandt R.L.* One Click: Jeff Bezos and the Rise of Amazon.com. London, 2012.
- The Big Short, 2015. Dir. by Adam McKay.
- Cohen L.* A Consumer's Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America. New York, 2003.
- De Graaf J., Wann D., Naylor T.* Affluenza: How Overconsumption Is Killing Us and How to Fight Back. Oakland, 2014.
- Joy, 2015. Dir. by David O. Russell.
- Lewis M.* The Big Short: Inside the Doomsday Machine. New York, 2011.
- Mangano J.* Inventing Joy: Dare to Build a Brave & Creative Life. New York, 2018.
- Stone B.* The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon. Boston, 2014.

Electronic Resource

- Video Lecture 4. Shopping, Sales and Credits: How the Consumer Culture Was Formed in the USA [Electronic resource]. URL: https://youtu.be/Lpl_CALLEOk (accessed 20.02.2022). (In Russ.)

Lecture 5. The Recipe for America – The U.S. Culture of Eating

Discovering American through gastronomy is a special pleasure. You use all five senses at once. The smell of roast beef with gravy and the aroma of apple pie just out of the oven, the bright colors of fresh fruits and vegetables, the sound of bubbling meat broth or steak sizzling on the grill, bread that springs to the touch, and every possible flavor, from sweet coconut cake with cream icing to tart baked beans to refreshing mint sauce served with lamb, and spicy chicken wings.

You can see for yourself that you shouldn't limit your ideas about American cooking to fast food. Otherwise you'll end up agreeing with Andy Warhol, who once said, provocatively: "The most beautiful thing in Tokyo is *McDonald's*. The most beautiful thing in Stockholm is *McDonald's*. The most beautiful thing in Florence is *McDonald's*"¹. We all know Fast Food America, but do we understand the full gastronomic diversity of the United States? Let's look at it together!

The Recipe

You can read the following text any way you like. For example, you could start with "Presentation and Serving" and then proceed to "Restaurant Etiquette", skipping everything else. Your choice of ingredients for the text, and in which order, will produce the America you wanted to discover. Have a good time!

How to Choose a Cookbook

It's very important to choose the right cookbook. Recipes from the Internet have a lot of errors, and the results often fail to live up to expectations. In the U.S. there are an enormous number of cookbooks, from the basics to collections of regional recipes.

¹⁰ *Warhol A. The Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again)*. Irvine, CA, 1975. P. 27.

There are some quite unusual cookbooks as well – few would be bold enough to try the recipes. For example, the author of one of them offers recipes for dishes you can make right in your car. The engine heats up to 100 degrees Celsius, so you can make scrambled eggs or cook soup. If this intrigues you, here it is: *Maynard C., Scheller B. Manifold Destiny: The One! The Only! Guide to Cooking on Your Car Engine.* New York, 2008.

Another cookbook contains step by step instructions for preparing the healthy, nutritious food that comics superheroes eat. Prepare yourself: *Saltsman M., Garlan J., Grodner M. DC Superheroes Super Healthy Cookbook.* New York, 1981. If you want something a bit more exciting, consult this cookbook, for lovers of insects: *Taylor R.L., Carter B.J., Tweed J.G. Entertaining with Insects, or: The Original Guide to Insect Cookery.* CA, 1999.

It may be better to stick with two basic cookbooks, which should be in everyone's collection. These are the books that help you learn to cook, and then develop your skills. Both are essential for understanding American gastronomic culture.

The first is *The Joy of Cooking*, by Irma S. Rombauer. This is the “bible” of American cuisine. It's something like Russia's *Book on Tasty and Healthful Food*, first published in 1939, but without the Stalin quotes. It's an absolute bestseller, and has been in most American kitchens ever since its first edition in 1931.

Irma Rombauer was the first to turn routine cooking into an entertaining type of communication. Instead of a dry recitation of ingredients for the dish and detailed instructions for preparation, she talks about various tricks she has learned, and even tells her reader stories. It's as if she herself helped every housewife in the kitchen, thanks to her relaxed style of explaining simple, easy recipes. After this, cooking really was a joy.

More than one generation of Americans has grown up on this book. Among them is another must-read author of culinary mastery – Julia Child. She wrote *Mastering the Art of French Cooking*, her magnum opus. In Russian, the book came out under the title *Lessons in French Cooking* (“*Uroki frantsuzskoi kulinarii*”).

“What has America got to do with this?” you might think. But isn't that just typical of Americans – take something from another culture and make it simple and easy for everybody to understand?

Julia Child, along with two of her friends, co-authored the book for American housewives, equipping it with the most detailed recipes for French dishes with exact, step by step instructions. You could buy all the necessary ingredients in an ordinary supermarket. The results

were astounding! If you followed the book to the letter, you would get light, fluffy omelets, beef burgundy that melts in your mouth, and the most delicate meringue.

Julia Child also had one of the first cooking shows on television, *The French Chef*. You really must watch it, but be very careful. You'll certainly fall under the spell of the unbelievably charming Mrs. Child, and it will be impossible not to start cooking. Bon Appétit!

Where to Buy Food

While most Europeans prefer to get their food from small farmers' markets, Americans, even those who live deep in the countryside, go to large supermarket chains to buy their food. Stores within walking distance are few and far between, and they are always more expensive, so, as a rule, people stock up on food at the big stores. Americans buy in large quantities: mineral water by the case, cartons of fruits and vegetables, tubs of ice cream, gallons of juice and milk. Don't worry that you won't be able to carry all of that around the store. If you have any mobility issues, due to health or age, you can get a special motorized cart to transport you.

The first supermarkets in the United States opened at the end of the Depression, when Americans were ready to change the very nature of shopping: self-service stores appeared, divided into sections, then there was advertising, and national chain stores started to open. After World War II, when there was not enough food to fill the shelves, they started putting out all sorts of household cleaners and other items, which added a lot to the variety of things available.

Nowadays you buy just about anything in a supermarket, from clothing to appliances (the food is somewhere in between). The variety will knock your socks off – if something is too expensive for you, you can certainly find a cheaper version. For example, there are some food products marked “organic”. *The U.S. Department of Agriculture* (USDA) gives this certification to crop growers who do not use pesticides or genetic modification in their produce. The price of such items rises accordingly: they are usually twice as expensive as regular food. But there are cheaper, non-organic varieties of meat, vegetables and fruit. You can also find sugar-free, gluten-free and lactose-free products.

Alcoholic beverages are also available, but only beer, wine and some light liqueurs. Hard liquor is sold in special stores; you won't find it in a supermarket. As in Russia, there are time restrictions on alcohol purchases.

Note: Be prepared for the fact that the total will be about 5% higher than you had calculated. The prices are marked without tax, so supermarkets do not take responsibility for any rise in government tariffs.

Weight, Volume and Length in the U.S.

The United States is one of only three countries in the world that still uses what is called the U.S. Customary System. There have been numerous attempts in America to adopt international units of measure, but they have always met resistance. On one hand, it's a matter of habit. It's hard to change or adapt when you take something as a given. On the other hand, such radical upheavals can have serious and negative economic consequences.

After the Civil War (1861–1865) the U.S. officially went over to the metric system. According to the Metric Act of 1866, all deals, contracts and other documents must use the international system of measurements. But that's where the reform ended; it didn't budge an inch. The last one to try to change the system was President Ronald Reagan, but the voluntary nature and limited application of the law did not result in the metrification of America.

Americans remain true to their traditions. Nevertheless, packages usually contain all measurements, including those customary in Russia, i.e., "liters" and "kilograms." Still, if you don't want to buy the wrong amount at the supermarket or add too much while cooking, you must understand the American system of weights and measurements.

Weights:

Ounce (abbr. – oz) 1 oz = 28,35 gr

Pound (abbr. – lb., lbs) 1 lb. = 16 oz or 453,59 gr (it's the price of a pound that is marked on food at the store)

Length:

Inch (abbr. – in) 1 in = 2,54 cm

Foot (abbr. Ft) 1 ft = 30,48 cm

Volume:

Fluid ounce (abbr. – fl. oz) 1 fl. oz = 0,029 l (a can of cola is exactly 12 fluid ounces. That's why it's such a strange amount in Russia – 0,33 l)

Pint (abbr. – pt.) 1 pt. = 0,473 l (this is the usual measurement for beer)

Quart (abbr. qt.) 1 qt. = 0,946 l (whiskey, for example, is sold in quarts)

Gallon (abbr. – gal.) 1 gal. = 3,784 l (in the U.S. they buy milk or juice in gallons)

The Ingredients

Here everything is simple. We take the best there is in every American state. These products are the pride, not just of the region where they are found, but of the whole nation.

Idaho: potato
Iowa: sweet corn
Alabama: King Crab
Alaska: salmon
Arizona: lettuce and melon
Arkansas: broiler chickens and rice
Wyoming: truffles
Washington: red salmon and mussels
Vermont: maple syrup
Virginia: ham
Wisconsin: cheese
Hawaii: coffee, pineapples and macadamia nuts
Delaware: sweet potato
Georgia: peaches, pecans
West Virginia: morels and wild onion (ramp)
Illinois: peas
Indiana: river bass and cucumbers
California: wine, almonds and tomatoes
Kansas: wheat
Kentucky: bourbon
Colorado: trout and watermelon
Connecticut: apple cider
Louisiana: shrimp and soybeans
Massachusetts: tea and cranberries
Minnesota: butter
Mississippi: catfish
Missouri: beer and hops
Michigan: beans
Montana: cherries
Maine: lobster
Maryland: crab
Nebraska: garlic and onion
Nevada: lamb
New Hampshire: cow's milk
New Jersey: blueberries
New York: apples
New Mexico: hot chili peppers
Ohio: papaya
Oklahoma: honey
Oregon: blackberries (marion berries)

Pennsylvania: chocolate and pumpkins
Rhode Island: calamari (squid)
North Dakota: sunflowers and sunflower products
North Carolina: trout and turkey
Tennessee: whiskey
Texas: porterhouse steak
Florida: oranges and strawberries
South Dakota: pork
South Carolina: peanuts
Utah: salt

What to Cook?

It might seem to us that national cuisine is the cultural heritage of the nation, but in fact it almost always comes from specific people. Any cuisine is, first of all, a selection of specific ingredients, general principles for preparing them, and the development of unified standards. Separate dishes, even if they are popular in all regions of the country, do not make a “cuisine”. You need chefs to develop the canon. The father of American gastronomy is James Beard.

Beginning in the 1940s, the smiling, stout man with his permanent bow tie collected recipes assiduously for more than half a century, publishing cookbooks, heading restaurants, conducting cooking shows on television, touring the U.S. with his school. James Beard created American cuisine, adapting various dishes to the national taste. He called on people to improvise, to conduct experiments, to rethink old recipes in the name of “freshness and freedom”.

Beard gave a concise formula for American cuisine: “Eat locally, seasonally, and if you are to use good food well, use it in the thriftiest way possible”. After his death, a foundation was established in his name, which continues his work by sponsoring talented young chefs, and awards an annual prize that is known as “the Oscar of the food world”.

If you want to try real American food, you must go to the South, which includes Texas, Georgia, Virginia and West Virginia, North and South Carolina, Tennessee, Kentucky, Arkansas, Louisiana, Mississippi, Alabama, Maryland, Delaware, Florida, and Oklahoma. While other Americans industriously settled the continent, built new cities and laid a network of railroads across the land, it was the housewives of the South who created the national cuisine.

The Southern states, the most conservative in all senses of the word, managed to preserve the best culinary traditions. His-

torically it was this region of the country that brought together the cuisines of various cultures, which can provide a truly authentic guide to America's past. With their characteristic curiosity, Southerners included new types of food in their daily diets, and studied various means of preparing them. For example, Native Americans brought corn, cocoa, peppers, potatoes, tomatoes, pumpkin, squash and beans to American cooking, while African Americans brought peanuts and chicken.

Europeans immigrants also brought their own twist to American gastronomy. For example, the English and the Irish gave Southerners their love for oatmeal. Immigrants from France and Spain formed the Creole cooking of New Orleans, in Louisiana. It's here that you can try the famous gumbo (a thick stew of chicken, vegetables and seafood in a brown roux) and jambalaya (rice, stewed with ham and sausage). In Texas, the collision of Anglo-Saxon and Mexican cultures produced a cuisine known as Tex-Mex. The most famous Tex-Mex dish is the fajita. First you grill marinated meat and vegetables, then wrap them in a flour tortilla, seasoning with hot pepper and sauces.

The process of mixing various regional, ethnic and gastronomic cultures continues in America right up to today; it's what makes American cuisine unique. The food of other nations not only provides interesting variety in the American diet, it has become an inextricable part of it.

Everyone, of course, wants to have delicious food, no matter what your income is or the color of your skin. Food erases class distinctions, destroys ethnic and racial stereotypes and prejudices. Just try to prepare any American dish, and your stomach will convince you!

Presentation and Serving

It is extremely important to serve the dishes you prepare correctly. Everything depends on the occasion.

While breakfast is eaten on the fly, and lunch is usually taken in some cafeteria or fast-food place, dinner is a special time for Americans. Even those condemned to death have the right to a last meal of their choosing: some select a single olive, complete with pit, or chocolate mint ice cream, while others ask for a juicy steak, lobster tail, a piece of traditional apple pie with a scoop of vanilla ice cream while watching *the Lord of the Rings trilogy*.

Americans love family dinners, during which they can share their days while eating delicious food. While Europeans try to serve

food in courses (appetizers, then a first course, and only then the main dish), Americans are like Russians: They put everything on the table at once and everyone takes what they like. There might be a light salad, two side dishes and, almost always, meat. There is every variation you can imagine – it’s a small version of America on every plate.

If you are spending the evening alone, your favorite TV show or series will keep you company. It will be an excellent accompaniment to your food. In the U.S. people love to eat in front of the television. The tradition of eating dinner while watching or listening to something comes from the 32nd president of the US, Franklin Roosevelt. Beginning in 1933, he conducted what were known as “fireside chats”. These were radio addresses in which the president explained the politics of the country, which was going through the Great Depression (1929–1933). He put an end to rumors, and analyzed unpopular political measures. The time for this “direct line to the people” was during dinner. Then television replaced the radio, but the habit of “eating with company” remained. It was then that they started selling popcorn in movie theaters, to eat while watching the film. Food and entertainment became inseparable.

If you and your friends decide to have a barbeque in the backyard, choose something convenient for carrying food while you move around – for example, disposable dishes. They were invented more than a century ago as a result of the fight for hygiene: In public eateries metal dishes were not washed very well. The conditions were not at all sanitary, and disposable dishes and utensils provided a solution.

The development of the fast-food industry was a boon to providers of plastic utensils. Cardboard containers were invented for Chinese food, and for burgers there were sleeve wrappers that helped keep sauce from dripping onto clothing. In the 1970s red plastic cups became popular, out of which, as we know from American films, college students drank punch at parties. The opaque cup allowed teenagers to hide the contents.

Note: choose disposable dishes made from safe materials (for example, cardboard) or from recycled materials. Americans protect their health and the environment!

Drinks

While Europe is divided into countries that like beer and those that prefer wine, America smooths out these gastronomic disagreements. Both beverages have made their way into the U.S. diet individually.

Beer is an integral part of Anglo-Saxon gastronomic culture. Americans brought their love of this light, frothy beverage with them to the New World, brewing it according to their own technology, dictated by natural conditions in the U.S. Unique beer recipes that were developed in the 19th century were destroyed by the battle for abstinence in the country; after Prohibition was repealed Americans began brewing a universal type of beer, geared to the average taste. Beer became an everyday drink, but it lacked any sophistication or individual expression.

In the 1970s the popularity of beer forced Americans to make different varieties – a typical American approach. There should be lots of everything for every taste and pocketbook. Small independent breweries sprang up, which aimed to bring back the old traditions of American beer-making. In Kentucky they once again began brewing a full-bodied ale, in California a malt steam lager, and that's not counting the ales made from pumpkin, cream, and honey, popular all over the U.S. A rich-tasting draft beer is always preferable to a factory-produced can.

Even given its love of beer, the U.S. drinks more wine than any other country in the world, including such “wine countries” as France, Italy and Spain.

It's best to choose wine according to the 100-point scale devised by Robert Parker – the one of world's most trusted sommeliers and wine critics. A delighted “wow!” from him can make a winemaker a king. A skeptical “hm...” on the other hand, ruins careers and destroys a life's work. Parker gives California wines a high rating – and it must be acknowledged that they deserve it. It's not because he's American and is praising the domestic tittle; over the past 20 years America has experienced a wine revolution.

In California today you can find strong wines like port, sugary-sweet late-harvest Rieslings, sparkling wines, as well as red and white dry table wines, made from such super-popular grapes as Chardonnay and Cabernet Sauvignon. A few successful harvests between 1990 and 1997 changed the world's opinion of American wine.

In a small region north of San Francisco – the Napa Valley – wines might be average, but they're never bad; it's a typical American trait. Wine-making in California owes its success to several factors: For many years Americans held to an industrial philosophy – wine

was produced like cars on an assembly line. The task was formulated appropriately: create a wine that corresponds to accepted standards. The beverage produced was sterile, flat, without any individual bouquet or aroma.

The breakthrough came, oddly enough, as a result of an aphid infestation that struck a large number of vineyards in California. The new vines gave a much higher-quality harvest, which simply could not be ignored. The winemakers adopted a less traumatic technology for winemaking, which meant minimal interference in the natural processes of fermentation and maturation. The result was an increase in the number of unusually rich unprocessed wines with a natural taste, capable of making even French domains nervous. Americans changed their attitude toward winemaking, which means that we, the consumers, should pay more attention to wines from the United States.

Tip: stock up on ice. Americans prefer all their beverages cold. Even year-old babies suck ice water from their bottles.

Restaurant Etiquette

In the United States there are a great many eateries. You can find food to fit any taste and any pocketbook, from authentic and cheap national dishes in small cafés to sophisticated cuisine in luxurious restaurants with three Michelin stars to their name. Here are a few universal rules that may help you pass as a native in any American establishment.

1. Reserve a table in advance. Planning is an obligatory part of American culture.

2. Remember that you can change ingredients in a dish. They can't refuse you. Just like at *McDonald's*, where you can take everything off a giant double cheeseburger, leaving just the bread, or add whatever you like to it, you have the right to ask for changes in restaurants. You know best what you want to eat.

3. If a customer at the next table is bothering you, don't let your irritation show. In the U.S. it is customary to go to the manager, who will speak to the customer for you.

4. If you are pleased with the service in a restaurant and want to leave a tip, remember that it should be at least 20% of the entire check. Our usual 10% would be taken as an insult, and the waiter would probably call the manager, who will ask why you are unhappy.

5. If you didn't finish your dinner (and portions in American restaurants are simply enormous), ask them to pack up the leftovers for you to take with you. They'll put everything in a "doggie-bag" for you. You can keep it for the next day or share it with your dog.

Criticism of Culinary Criticism

If your head is spinning from all the gastronomic diversity in the U.S. and you just can't decide what to eat, look to the food critics for help.

The word “foodie” has become fashionable lately; it's used by some gastronomic observers to describe themselves. In the wider sense “foodie” means a devotion to a specific food culture, and a lifestyle that corresponds to that culture. It is a type of food worship, which in turn makes it impossible just to grab quick bite or eat processed foods, or go on a diet. Of course there are critics who take this approach; but culinary experts must be objective, since this is journalism, not a matter of taste (although, do they have a choice, when it comes to tasting?)

No matter what, Americans like to listen to the opinions of critics. Their task is much more than just visiting restaurants and eating for free until they burst, then writing complimentary reviews of the people who treated them so well. Food experts methodically choose the best restaurants from a host of others, widening culinary horizons. The Los Angeles Times' Jonathan Gold, for example, the first restaurant critic to win a Pulitzer Prize, did not stick to sophisticated restaurants, but preferred to write about small holes-in-the-wall with street food, or family diners and ethnic cafés which may not have luxurious interiors, but made delicious food. The name Jonathan Gold became a guarantee of quality for those who wanted to experience the real America.

There are also experts who do not reveal their identities, and therefore have a greater chance of being objective in their review of a restaurant. This is the system of the French Michelin Guide, for example, which annually awards its famous stars to the best chefs.

In 2019 the prestigious publication recognized 172 American eateries: 16 in Washington, 22 in Chicago, 58 in San Francisco and 76 in New York.

There are other ratings as well. *The American Zagat Guide*, for example, or *Yelp*. But the professionalism and objectivity of *Michelin* is acknowledged all over the world. It all rests on high standards for critics:

Inspecting restaurants for *Michelin* is not an occasional diversion for people with an educated palate who like to eat, but a full-time, long-term, salaried career. Inspectors have usually had eight to ten years of experience working in the hotel or restaurant business – “basic education”. Then there is a training period of two years before they go out on

the road to eat in earnest. And when they do go out on the road, they're kept hard at it, weekends included: two meals a day, but never at the same type of restaurant, so that a two-star lunch may be followed by dinner in a bistro. During a typical week, inspectors will sample ten to fourteen kinds of cuisine. Two weeks of this, and then they... write their reports. To make sure their faces don't become familiar in one particular area, they constantly switch regions, traveling about twenty thousand miles a year. Every starred restaurant will be visited and reviewed half a dozen times in the course of a year by different inspectors¹¹.

You can find a critic you trust through trial and error. After all, it's a matter of taste!

Aftertaste

Many compare the United States to a salad: various components under one sauce. In reality, however, America is a much more complex dish. The Founding Fathers' original recipe had just 13 ingredients; others were added over time, gradually changing the overall taste while keeping the same basic principle. The love and harmony with which all elements are handled and presented have created a dish with unique gastronomic features: It has an intense taste, but it's not overpowering. It is diversity that makes America wonderful, and discovering this diversity is the most important step toward understanding the history and culture of the U.S.

Further Reading

Child J. My Life in France. New York, 2012.

Child J., Bertholle L., Beck S. Mastering the Art of French Cooking. New York, 1964 [Electronic resource]. URL: <https://archive.org/details/JuliaChildMasteringTheArtOfFrenchCooking> (accessed 20.02.2022).

Kraig B. A Rich and Fertile Land: A History of Food in America. New York, 2017.

Parker R.M. Parker's Wine Buyer's Guide 6th Edition. New York, 2002.

¹¹ *Mayle P.* Bon Appetit!: Travels with knife, fork & corkscrew through France. London, 2001. P. 221.

Rombauer I.S. The Joy of Cooking. London: J.M. Dent & Sons LTD, 1957 [Electronic resource]. URL: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.126676/page/n3> (accessed 20.02.2022).

U.S. Society & Values. Americans at the Table. Reflections on Food and Culture. July 2004 [Electronic resource]. URL: <https://www.americancorner.org.tw/zh/ejournal-pdf/201101-americans-at-the-table.pdf> (accessed 20.02.2022).

Electronic Resources

Video Lecture 5. “Salad Bowl”: What Is American National Cuisine Like and How It Was Born. [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/af0gqclXPL8> (accessed 20.02.2022). (In Russ.)

Podcast 2. Hot-Dogs and Coka-Cola: What Myths about American Food Should Be Debunked? [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/VA39M-rpj6U> (accessed 20.02.2022). (In Russ.)

Lecture 6. One's Home as the Embodiment of the American Dream

What's the point of going out?
We're just going to wind up back here
anyway.

*Homer Simpson*¹²

All Americans are united in one thing: the desire to own their own home. It makes no difference whether they're living in a trailer park during a tornado in Texas or renting a two-story apartment close to the job on Wall Street. It is a genuine national fixation! It's no accident that the 2008 economic crisis started with the housing market – everyone wanted to have their own house.

Your dream has come true! Right across the street is the house you have bought – “bought”⁶ of course, being a relative term. You'll be paying it off for the next 30 years. And “you” is also a bit misleading – you could not have done it without a realtor. Nevertheless, you are already enjoying the sweet sensation of ownership. It's high time to take a closer look at your purchase!

The House and the Yard around it, or a Few Observations on Patriotism

You are in the suburbs of a large megalopolis. It's easy to get to work from here, and in the evenings you can relax with your family in peace and quiet. The house is on a street that is never busy. The neighborhood is new. Americans, like Russians, as a matter of fact, like everything new. It's not the American way to live in the old family manor; a nation of explorers and settlers of continents doesn't sit in one place for too long, so housing must meet the demands of constant movement and comfort. A new place – new opportunities – a new house.

Living next door to others is a kind of compromise. Unlike Russia, where people live all together (whether in an apartment or a village),

¹² Scenes from the Class Struggle in Springfield // *The Simpsons* (Dir. by S. Dietter, 1996).

Americans prefer huge spaces. If they have the opportunity, Americans will buy a piece of land with several hectares, far from other people. Nevertheless, it's hard to imagine Americans who do not communicate with others or who don't actively participate in the life of their community. Even decorating one's house for Halloween and Christmas is a type of communication with the rest of the world.

It's time to get settled in the new place. In the back yard there is space for a pool and a barbeque grill. This is where you'll spend lazy weekends. In front of the house is a lawn, perfectly manicured. The front walk is decorated on both sides with rose bushes. There is just enough space for the family to play ball together or participate in other active games. The only thing that might get in your way is the tree. A mighty oak holds a homemade swing on one of its branches, and way up at the top is a wooden treehouse made by the children. By the way, if you want to improve the living conditions on the tree, there are around 30 companies that will repair such a structure or make one from scratch. And you thought it was just a hobby for the kids!

Just for the record, in earlier times Americans could order their house through the mail. In the first half of the 20th century there were popular catalogs that offered kits to build homes. The most famous companies that engaged in this business were *Sears*, *Montgomery Ward*, *Gordon-Van Tine* and *Harris Brothers*. The catalog gave you a choice of 400 models. They would deliver everything you needed for the project. In just a few weeks, either with your own two hands or with the help of local carpenters and contractors, you could build your dream house.

The exteriors of American houses are varied. The architectural styles you see most often come from the English tradition: Victorian, Georgian, Tudor or Cape Cod. In any case, all of these different types of facades were adapted for American conditions. Typically, American houses are bungalows, shingle houses, federal-style and farm houses. They differ in the roofline, the placement of windows, and the materials used to build them. But there is one interesting thing that unites them: all of these styles hark back to antiquity.

You may ask: What does America, which is just a bit more than 200 years old, have to do with the Ancient World, which fell 1500 years ago? The thing is, since the end of the 18th century antiquity has been a popular trend in the New World. At the beginning of the 1780s, during the War of Independence between the American colonies and Great Britain (1775–1783), public buildings with columns like in Ancient Greece became a way for the new cities and states to express the seriousness of their democratic aspirations. A few years later the nation was gripped by a fad for neo-Greco and Roman architecture, which

became firmly entrenched in the American style. This is where we get the U.S. Capitol building, and the all the monumental obelisks in Washington, D.C. Even the exteriors of their buildings teach Americans the principles and values of freedom. So it's not too surprising that there is an American flag waving proudly from every plot of land.

The Living Room and Family Values

Now we enter the house! You don't have to take off your shoes; many Americans wear their street shoes in the house. The thing is, sidewalks and roads are cleaned often and thoroughly. Every homeowner also keeps the area around the house neat and clean. The sewers and storm drains (where Pennywise lived in *It*) work flawlessly, and mud from the roadway does not spill over onto the walkways because of the well-placed curbs. Also, people in the U.S. move around mostly by car. The entry to the garage is right from the house, so you don't have a lot of chances to get your shoes dirty. Besides, Americans must always be ready in case neighbors or guests drop by. For decency's sake you have to meet them all decked out. American practicality, as well, does not allow for spending a lot of time changing shoes when the need arises to get on the road in a hurry. The most you need to do is wipe your feet on the welcome mat by the front door.

The living room is fully furnished. In the U.S. houses are sold with the furniture in it. For example, the former owners might take their clothes and toiletries, leaving books, decorations and appliances. The floor plan is pretty standard. The living room and the kitchen are together. Walls between rooms visually limit the space, which does not correspond to Americans' idea of openness and freedom, so sofas and chairs are not pushed up against the walls. Except for family photos, décor is kept to a minimum. That's why there's a lot of open space for games with your friends and the kids. The TV and the fireplace are places for the family to gather.

Until the end of the 19th century there was no living room, as we think of it today. There was no need for one. Instead, according to Victorian tradition there was a drawing room, where guests gathered, and social events took place. For example, a coffin with the body of the someone who had died would be displayed in this room. For this reason, in modern times we pay our respects to the deceased in the living room.

Today the living room is the most important place in the house. This is where people spend time with their loved ones, watching movies or holding family councils, at which vitally important questions

are resolved: what college the kids should go to or where we should order pizza from today. There's a good reason that it's the living room where the Simpson family (from the cartoon series of the same name) gathers every episode. In general, you can study American homes from TV programs. Not because they reflected, and continue to reflect, life in the U.S. the way it really is. More likely, television shows changed the very concept of domestic comfort and coziness. Americans adapted their interiors to the idyllic picture on the screen.

For example, in the American cult sitcoms of the 1950s *The Adventures of Ozzie and Harriet*, and *Father Knows Best*, a modest ideal of family happiness was created, as close as possible to the real thing. The TV families lived in spacious houses, which was more an exception than the rule, but the interior design and the material comforts (one television for the whole family) corresponded to reality. Americans could recognize themselves in these programs.

In the 1980s the series *Dynasty* and *The Cosby Show* were examples of the luxury available to Americans in the era of easy credit. The big sofa in the middle of the living room still drew all members of the family, but they were significantly wealthier than the average. At the beginning of the 21st century the demand for everything expensive and fashionable, as far as possible from real life, led to shows about placid, wealthy adolescents in *Laguna Beach: The Real Orange County* and the series *Desperate Housewives*. Suburban America still watches TV in the living room, to be inspired by the beautiful life that it is sure it deserves.

The Kitchen and the Fight for Gender Equality

The kitchen is adjacent to the living room. The space is divided with the help of an "island". This is not just an extra work surface for cooking, it is a convenient space to store things, as well as a table for breakfast, or for after-dinner drinks. Appearing a couple of centuries ago, the "island" allowed several cooks to work at once. Americans have been able to adapt this bourgeois attribute to practical domestic needs.

The kitchen can tell the American history. Not *history*, mind you, but *herstory*. The emancipation of women was most keenly felt through the changes in this space, stereotypically designated as "a woman's place".

Until the 19th century, kitchens in the U.S. varied according to regional, cultural and socio-economic factors. In cities, kitchens were

located in basements, due to lack of space. Some families cooked outside, to keep the house cool during the summer haze. The owners of large Southern plantations almost always put the kitchen in neighboring structures, separate from the main house – this was a manifestation of racial segregation.

The Industrial Revolution changed the nature of kitchen work (the invention of the coal stove made cooking much easier), and at the same time it changed family life in general. Children did not study at home – they went to school. Men worked in offices and factories. The kitchen became the lot of middle-class women and housemaids. At the same time, the kitchen and the living room started to merge. The well-known American writer Harriet Beecher Stowe, author of the novel *Uncle Tom's Cabin*, developed a practical and efficient kitchen design together with her sister, Catherine E. Beecher, to help women cut family expenses and save time on housework. The women, who were passionate opponents of slavery and advocates for women's education, supported the patriarchal system of values without meaning to, by justifying it in their books *A Treatise on Domestic Economy*, (1841) and *The American Woman's Home: Or, Principles of Domestic Science*, (1869). The real message of these works was the sisters' fight for women's free time. They applied scientific methods for ergonomic use of kitchen space. Their contemporaries were not able to appreciate their innovations adequately.

When the movement for gender equality was still in its infancy, a whole pantheon of American women advocated for “socialized house work”. Melusina Fay Pierce, Ellen Swallow Richards and Charlotte Perkins Gilman demanded the creation of cooperatives (like Soviet communal apartments, with a common place for all residents to cook), since, in their opinion, only a “kitchenless house” could free women from economic inequality.

At the beginning of the 20th century progressive reformers like Christine Frederick began to apply management principles to housework, including an exact timetable redesigning the kitchen to make it more efficient. More effective methods of housekeeping freed women from many hours of work a day. The Hoosier cabinet also helped, by uniting a work surface with a place to keep household utensils and food. Gas and electric stoves replaced the wood oven. Modern modular designs with a monolithic countertop as well as built-in cabinets with lots of shelves instead of large storerooms made life a lot easier for American women. It was time for them to think about themselves! In the 1960s, against the backdrop of the sexual revolution, the kitchen ceased being a space that limited women's sphere of interests. The further development of the consumer society (from the

invention of the microwave oven to prepackaged food and food delivery) gave women more and more distance from the stove. Cooking was now something everyone could do, even children. The kitchen was merely functional.

The Bedroom as Personal Space

Houses in America are classified by how many bedrooms they have. The living room, dining room and space to relax or play games don't count.

Each member of the family has to have their own space to sleep. The living room is only for company. It is not acceptable to put someone there for the night. The bedroom is the history of American individualism and the commitment to personal freedom. Private life, which includes not only a person's interests and convictions, but also sex, is guarded by the borders of one's own room, even when living under the same roof with one's family.

This was not always the case. The first settlers in the New World did not have special rooms for sleeping in their houses. The interior conformed to the patriarchal social structure: The head of the family slept in the living room, while the other members of the family, including guests, servants and slaves, slept in an unheated common room. It was not until the mid-18th century that the bedroom began to be separated by a corridor or stairway, which made it possible to create a private space for washing or getting dressed. During this period the bedroom became a place where sick people were put so they could be looked after, as well as women when they were giving birth.

The first to individualize space in the home were the Quakers, who came to America as missionaries. It was the Quakers, who believed in the necessity of listening to one's "inner light of God", that began separating men's and women's bedrooms to avoid temptation.

In the 19th century there were already several bedrooms in middle-class American houses. The main one – the parents' – was on the first floor. Several bedrooms for the children were on the second floor. The rooms' décor was predominantly female, since it was the usually the wife who dealt with interior decorating. Children's bedrooms were not decorated according to gender. All rooms had the same types of wash basins and clothes wardrobes. The appearance of indoor heating also influenced interior design. Draperies and lined curtains disappeared in the interests of fire safety.

The 20th-century fashion for one-story bungalows or ranch houses, as well as their urban counterparts – apartment buildings, –

assumed the presence of a bedroom separate from other rooms. For example, some bungalows included specially outfitted sleeping porches, a space in the fresh air walled off by screens that protected it from insects and light. At the same time the mass production of mattresses and beds lowered the cost of furnishing a bedroom. Parenting guidelines and manuals on the psychology of family life were insisting more and more often that a person's character could grow and develop properly only in freedom and privacy, available only in his or her own bedroom. Only children of the same gender could share a room, but not a bed, and then only if the family could not afford a separate bedroom for each child. So the standardization of the 20th century did not make everyone the same, as science fiction and anti-utopian literature had warned. On the contrary, it allowed everyone to discover their hidden individualism.

Journalist Vladimir Posner correctly notes that English has the word "privacy." Russian does not. But if there is no such word, that means there is no such concept. We use various means to find an equivalent to "privacy:" solitude, secrecy, private life. But none them adequately reflect the complexity that Americans invest in this concept. In Russia we use various kinds of bans to make people respect others' boundaries: "Entry strictly prohibited", "Private property. No Passage". "Entry to outsiders categorically forbidden". But consciousness, responsibility and civil society are not developed through such protective measures, but by respect for the other and acceptance of his individuality. Even if it a beloved daughter who has decided to tattoo her face.

The Bathroom, or How to Become an American

Another criterion used to determine the number of rooms in a house is the number of bathrooms. Everyone has to have their private space. Only husband and wife share a bathroom; they put in two sinks, so that they can get washed at the same time before work in the morning or before going to sleep at night. For the other members of the family, and for guests, there are separate bathrooms. In the United States there is even such a thing as a half-bath: It has a toilet and a sink, but there's no shower. By the way, a bath and a shower in the U.S. are not the same thing. Unlike in Russia, Americans have no idea how to take a shower in a bathtub with a shower curtain instead of a special shower stall. We should also note that you'll never see a washing machine in an American bathroom; Most people do their laundry in a laundromat, since it saves water, electricity, time and money.

Most foreigners consider the United States to be the cleanest country on earth. This is the truth! On average Americans wash twice a day. Besides this, according to the 2000, census 99,5% have a fully outfitted bathroom – hot water, toilet, sink and tub. This is the highest indicator in the world!

Recently President Donald Trump announced: “We’ve got the cleanest country in the planet right now! There’s nobody cleaner than us, and it’s getting better and better!”¹³ This statement, full of patriotism and emotion, is quite indicative, since washing makes you a real American.

Here’s the deal: The fight for hygiene in America is linked to two events that had a direct influence on the national consciousness.

The first was the Civil War (1861–1865). Abraham Lincoln compared the United States to a house divided against itself, meaning it “could not stand”. The internal conflict between the slave-owning South and the free North really forged the American nation, strengthening the support structures of the common building. It also taught people about hygiene! Until the mid-19th century, the majority of American families used outhouses or chamber pots for toilets. There was no question of bathrooms in the house. The strongest language was used against those who put new-fangled toilets in their houses at that time.

When the Civil War broke out, unsanitary conditions swept through the country with a terrible force. American women were not about to sit home while their fathers, husbands, brothers and sons fought. Instead they formed groups to provide medical assistance to wounded soldiers. At the same time these American women taught people the general principles of hygiene. They were full of determination to fight disease and lower the death rate. As a result, a special Sanitary Commission was created, which developed general standards for hygiene. These were then adopted to put toilets and bathrooms in every American home. By the war’s end cleanliness came to be regarded exclusively as a progressive patriotic measure.

The second event that changed people’s attitudes towards washing was the reaction of the United States towards the wave of immigration at the end of the 19th century. People from other cultures typically have a different smell, perhaps the clearest distinction between them and the local population, linked to a different lifestyle and peculiarities of diet. Soap united people, since it allowed one to whitewash one’s social position (it was not just rich people now who could afford a bathroom in the house) and, in this manner, to Americanize the Eu-

¹³ *Gauja, A., Gittins, R., O’Connor B., Smith, D., Tiffen, R.* How America Compares. Singapore, 2020. P. IX.

Europeans who had come to the New World. The poor immigrants from Italy, Ireland, Greece and Poland lived in tenements, where the conditions were not much better than in their homeland. But they had followed the road to America, to improve their lives and to become part of a new society. Cleanliness became the United States' greatest virtue, and health its national treasure.

Attic and Basement as Storeroom and Refuge

The highest and lowest points in the house. An example of American universalism implemented in space. Attics and basements freely changed their use depending on the needs of the house's owners.

The varied names used to describe a house's top floor testifies to the multiple uses to which this space can be put: attic, loft, garret. The attic was not just part of the house's architectural composition, it was a place to keep off-season clothing and household items. Up until the end of the 19th century, attics provided optimal conditions in summer and fall to dry herbs and preserve food products. It was also used to hang linens and for certain types of domestic work (for example, they might put a loom up there for women to work on.)

In addition, the attic is a place to keep things you no longer need. It links the past with the present and is a part of a family's history. In American films it's always in the attic that people find family photographs and historical artefacts. Things that Americans have found in their attics include a previously unknown audio interview with Martin Luther King, Jr., a Stradivarius violin and a figurine made for Tsar Nicholas II by *Fabergé*.

Making a space below ground in American homes is tied to certain architectural styles that have a low foundation. In America the concepts of "basement" and "cellar" are mutually interchangeable, once again proving the universality of basements, which are used for storage, laundry and as utility rooms for various projects.

In the American horror genre, attics and basements are the scariest places, full of ghosts of former owners and all kinds of evil spirits. In reality these places have always been associated with a family's security. For example, once it was technically possible to maintain a constant temperature in the attic all year round, the space was often used for a child's bedroom or play room. The most isolated space in the home guaranteed peace and security. When heating systems were introduced and casement windows were installed in the 1920s, basements were used as recreation rooms, where the family could spend time in peace and quiet.

Basements provided protection from more than annoying family members. In states where tornadoes occur, basements even today provide shelter. In addition, at the height of tension with the USSR, basements became part of U.S. national security policy.

On September 15, 1961 U.S. President John F. Kennedy addressed his fellow Americans in an open letter on the pages of *Life* magazine. Kennedy recommended that every American family build a bomb shelter in their house to protect them from radioactive fallout in case of a nuclear attack by the Soviet Union.

During the Cold War, when at any moment there could be a humanitarian catastrophe on a global scale, the U.S. Defense Department began publishing booklets with detailed instructions on how to build a shelter in the basement, the most secure place in the house. In addition to the large bunkers, designed for several hundred people, that were being built all over the U.S., the government called upon its people to equip their own home bunkers as fully as possible. The booklets contained step-by-step instructions on making the basement into a shelter for the whole family, and advice on how to supply it regularly with water, food and medicine. Nevertheless, a very few private bomb shelters were ever built.

State-sponsored programs to inform Americans about nuclear attack, and to equip each family with its own independent shelter were stopped in the 1970s. In New York the signs on public buildings indicating that there was a shelter within were not removed until 2017. Now the reminders of the Cold War are receding into the past.

Today Youtubers make videos in which they explain how to make a shelter in the basement, but now this is for the zombie-apocalypse; people investigate bomb shelters in abandoned houses where people could protect themselves during a nuclear attack 50 years ago. Nuclear war is becoming more and more of a game, although the danger is just as great, something we should not forget.

The House and the Destruction of the American Dream

Without a doubt, the majority of Americans still support the idea that they need their own house to be happy. Nevertheless, the Millennial generation – those born between 1981 and 1996 – are increasingly questioning the necessity of home ownership.

Millennials are now the same age as their parents were when took out a mortgage to buy real estate. But the 2008 financial crisis, as well as a generational shift in priorities, have to a significant extent devalued the American Dream. Young people no longer need a uni-

versal, assembly-line idea of a spacious and comfortable home for the whole family.

Not only do young Americans have a different world view from their parents, they also feel differently about limitations. Every homeowner has to sign a document outlining conditions for the use of the land, including laws and norms regulated by the local government. Nobody really wants to violate these rules, it's just that they're not ready to follow them to the latter. Millennials are more and more often choosing freedom.

The demands made on homeowners are indeed harsh. They are very different from those in Russia. To be honest, we don't really know much about the rules, assuming that this frees us from responsibility. In the U.S., you can't just rely on the rule that "I can do whatever I want in my own home."

For example, a lot of attention is paid to cleanliness and order, since these things affect not just you, they affect the lives of your neighbors. Local authorities deal with the trash, and they write special rules for this. All trash has to be carefully sorted. There are limitations on the use of specific categories of trash. Trash bins are emptied at a specific time on a specific day of the week. Cleanup of the area around your house is also regulated, and the owner is responsible for this. You have to mow the lawn, clean the sidewalk of ice and snow in the winter and fallen leaves in the fall, and if you don't, you'll be penalized by the municipal authorities.

If you decide to be like Michelle Obama and plant a garden in your backyard to grow organic vegetables and greens, be prepared for a fight with the municipal authorities. The thing is that in most states it's forbidden to have this type of vegetable garden near your house. This also applies to keeping farm animals. In Florida, for example, authorities lifted the ban only in May, 2019, after several court battles. A husband and wife was forced to pull up their kitchen garden or risk being fined \$50/day. In other states there is still jail time mandated for this type of "crime." This was last applied in Michigan in 2011.

Besides all this, it's important not only to avoid bothering your neighbors (no one will complain about loud music, but they'll call the police in a heartbeat), you have to be like everyone else in your area. This is an American's civic duty, no matter how paradoxical it might seem in a country that has made individualism into a national idea. No one builds a two-meter fence to protect their property, like they do in Russia; the houses are all painted the same color to maintain the neighborhood's unified appearance, and decorating houses for holidays is an unwritten rule for everyone. In the U.S., only if you follow all of these rules can you really fit into American society.

You also have to keep local bans in mind. In some states there are very strange laws on the books. For example, in Florida it's illegal to take a shower naked (how else are you supposed to do it?), in Virginia children are not allowed to ask their neighbors for candy at Halloween, and in Arizona donkeys are not allowed to sleep in bathtubs. Of course, no one will enforce these outdated norms and rules, but it is every American's duty to obey the law.

* * *

A house is the reflection of its owner. Not always an exact one, of course. Remember how many personal tragedies hid behind Scarlett O'Hara's ideal family mansion in Margaret Mitchell's *Gone with the Wind*. Or how much fear the small heroes of Harper Lee's novel *To Kill a Mockingbird* felt towards the house of recluse Boo Radley, who at the end saves the kids from death! An external conformity to an accepted ideal, a the embodiment of the American Dream does not automatically bring happiness. But the very chance that it might is one of the United States' most notable achievements.

Further Reading

- Clark C.E., Jr.* The American Family Home, 1800–1960. Chapel Hill, 1986.
Fallout Protection for Homes with Basements, 1966 [Electronic resource].
URL: <https://dahp.wa.gov/sites/default/files/Fallout%20Protection%20Homes%20with%20Basements.pdf> (accessed 20.02.2022).
- Hoy S.* Chasing Dirt: The American Pursuit of Cleanliness. New York, 1996.
- Ierley M.* Open House: A Guided Tour of the American Home, 1637–Present. New York, 1999.
- Matthews G.* “Just a Housewife”: The Rise and Fall of Domesticity in America. New York, 1989.
- Morozova I.V.* “The Souther Myth” in the Works of Women Writers of the Old South. St. Petersburg, 2004. (In Russ.)
- Plante E.M.* The American Kitchen, 1700 to the Present: From Hearth to Highrise. New York, 1995.
- Rybczynski W.* Home: A Short History of an Idea. New York, 1986.
- Schaffer G., Williams B.* The Great American House: Tradition for the Way We Live Now. New York, 2012.
- Wright G.* Building the Dream: A Social History of Housing in America. Cambridge, MA, 1983.

Electronic Resource

- Video Lecture 6. The Right to Privacy and Secrets In the Attic: What is Ideal American House like [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/bDVwAAAdvYVU> (accessed 20.02.2022). (In Russ.)

Lecture 7. A Few Questions about Advertising in the U.S.

Advertising is what Americans use to navigate their way through the floods of U.S. consumer society. Advertising has created a unique mass culture in the United States, helping people understand the confusing variety of goods available. Advertising is not simply a way to sell and entertain; It is a means of communication. Advertising always asks questions: “Where’s the beef?,” “What’s in your wallet?,” or “Wanna know what comes between me and my Calvins?” It’s time for us to start to ask questions of our own, and to get some answers*.

What Do Soap and Advertising Have in Common?

Soap became widely available at the end of the 19th century, at the same time that modern advertising was just getting on its feet in the U.S. Since there was very little difference between one brand of soap and another, they grew and developed together. All the tricks used to sell various products (celebrity endorsements, prizes, slogans and jingles) were first used to advertise soap.

The first major success in advertising belonged to Ivory. They released a cult ad: “It floats!” (the soap really didn’t sink in water) and “Ninety-nine and forty-four one-hundredths percent pure” (It was better and softer than its competitor – castile soap).

By the 1920s men and women had begun working together in offices: Cleanliness and neatness became a way of influencing other people, and also a way to find a mate. At the same time radio in the U.S. began airing serial love stories, which began to be called “soap operas”. There were more soap ads than plot developments in the series, hence the name. Later soap operas moved over to television, along with soap, which was now on every TV screen in America.

By this time it was so popular thanks to the ads that it was directly associated with the United States. In 1948, in the film *A Foreign*

* The author of the article is expressing his personal opinion and does not work to promote any of the advertisers mentioned in the text (unfortunately).

Affair, Marlene Dietrich, unemotionally bids farewell to her American lover with the words: “So you fly off back home. Wash your hands. Why, surely. You’ve got so much soap in the United States”¹⁴.

Is Advertising Profitable?

In 2018 a total of \$200 billion was spent on advertising in the U.S. That’s more than in any other country. American companies understand that these expenses are worth it for the profit that advertising generates. *Facebook*, for example, gets 90% of its revenue from ads – \$36 billion a year.

Chanel released the most expensive advertisement in the world for its legendary *No. 5* perfume. A four-minute film with Nicole Kidman, shot by Australian director Baz Luhrmann, cost \$33 million. That was the price of the honoraria for the director and for the actress, who had just won an Oscar; also for rights to the music and for the use of the costumes created by Karl Lagerfeld. The ad ran on American television and in movie theaters before every show.

The use of advertising distribution channels costs a lot of money all by itself. One second of the most expensive advertising on TV costs \$90,000. *Pepsi* paid \$8,1 million for a 90-second video with Britney Spears that was shown at the 2002 Super Bowl (the final championship game of the National Football League). Just to compare, in the 1960s the company would have paid the same for the entire video as it paid for one second in 2002.

Do you know *Pepsi* and *Chanel*? Have you ever bought, or ever wanted to buy any of their products? Now you decide whether advertising is worth it!

How Does Advertising Work?

The end goal of advertising is, of course, consumption. It matters not at all what is being consumed: a product, a service or an idea. This goal can be achieved through various means. It is by broadening the possibilities of influencing the consumer that advertising continues to have a significant effect on people.

Some American companies (usually young start-ups) emphasize brand recognition. Ads like these do not force you to buy something directly, they just acquaint you with the product. When it comes time to make a choice, you’ll choose the one you have already seen or heard

¹⁴ A Foreign Affair (Dir. by B. Wilder, 1948).

of. Brand recognition, it seems, is closely tied to economic success. The most famous companies in the world are also the most expensive – *Google, Apple, Amazon, Coca Cola*, etc.

Another type of advertising that not call for an immediate purchase is publicity to maintain a certain image. For example, some luxury clothing brands refuse to work with bloggers. It might seem that an audience of several million subscribers would react positively to any advertising by a blogger and become consumers of the product. But such a broadening could have a negative effect on long-time customers. The accessibility of the Internet in a sense devalues brands. Popularity fades quickly, and the company can only lose. Success may be fleeting, but it takes years to earn a reputation.

How Does Advertising Reflect the Times?

Many remember the villages Villariba and Villabajo, which are trying to wash dishes, and Lenya Golubkov – not the deadbeat, but the *MMM* partner. Advertising not only reflects the times, becoming part of the collective memory, it also forms people's value systems.

In the 1960s and 1970s, *Coca Cola* was advertised in the U.S. as a family drink, served with dinner. Today adolescents are the center of the company's attention, slaking their thirst after playing sports. The social norms and family values have changed, and along with them advertising has changed its focus.

Advertising had not yet uncovered its potential to chase after new consumers, offering them something ahead of its time. For example, an executive producer of the American channel *CBS* established an unwritten rule in the 1970s that television should not show four categories of people: Jews, divorcés, New York residents or anyone with a mustache. All Woody Allen needed was facial hair to hit the jackpot. The silly restrictions cost the company a bundle, and significantly reduced the consumer audience.

The prominent advertising executive David Ogilvy changed the rules of the game in marketing. He showed that everyone wants to shop and can shop. The trick is to think about what people want, and then give it to them. This is real democracy at work:

The consumer isn't a moron; she is your wife. You insult her intelligence if you assume that a mere slogan and a few vapid adjectives will persuade her to buy anything. She wants all the information you can give her¹⁵.

¹⁵ *McLaughlin T. Street Smarts and Critical Theory: Listening to the Vernacular.* Madison: University of Wisconsin Press, 1996. P. 111.

Ever since American advertising absorbed this rule, it gave everyone in the United States an equal chance to be a consumer, regardless of age, gender, skin color, faith, political views, etc.

How Did Advertising Become Provocation?

In the 1890s, *the American Tobacco Company* placed images of thinly-clad women on their cigarette packages. The principles of enticing consumers have not changed that much. Today all American companies try to make ads that attract attention. Some make this their end goal. It's not at all important how the advertisement is received, the main thing is that it is received by as many people as possible. Sometimes this is not the goal, but short-sighted marketing strategies can have terrible consequences, where both the consumer and the company's image suffer.

Extreme forms of advertising were the basis for all ads at *the Golden Palace Casino* website. In 2005 they bought space on the forehead of Karolyne Smith, from Utah. In return for a payment of \$15,000, the woman agreed to get a tattoo with the site's address. She needed money to send her son to private school. Now she wears thick bangs to cover the tattoo. After that incident, which was widely covered in the media, the company decided to continue shocking the public. That same year, for the same amount of money, Terri Ilagan changed her name to the site's domain. Since then companies have resorted to such advertising tricks more and more often. For example, an 18-year-old resident of Troitsk recently changed his name to Pelmen, in order to receive a gift of... 200 kilos of pelmeni.

But at least that was the man's own decision. It's a different matter when people are brought into advertising and they don't know it. We're talking about hidden camera stunts. Right before the release of the film *The Last Exorcism Part II* the marketing specialists played a prank in a beauty parlor. The clients first saw the ghost of a girl in the mirror (it was a special screen) and then the murder victim herself appeared in the salon. She advanced on the customer threateningly, walking backwards on her hands, and the customer was scared out of her wits. This was a nightmare in real life: ordinary Americans became part of the ad.

What Is an Ambassador?

This is the face of the brand. It's usually a star who introduces a product. Things that are associated with a celebrity are in higher demand with customers.

The majority of American celebrities drive cars or appear at big events in outfits given to them for free by companies for whom they are ambassadors. Such advertising obligations place a lot of restrictions on their representatives: participation in the company's events (from videos on TV to galas) and a ban on using similar products from their competitors, and maintaining their own image, which has an effect on how the company is perceived.

In tennis, for example, there are a large number of sponsors who finance not only tournaments, but individual sports figures. Everything is a paid advertisement, from the type of tennis racket a player uses to the brand of clothing or even the watch he or she wears. Until Maria Sharapova was disqualified for doping, the tennis player earned an average of \$25 million a year, which allowed her to top the list of the most highly paid female sports figures in the world.

Sometimes a brand attracts ambassadors without meaning to. Some fans of various products advertise the company themselves, just because they like a product. For example, Daniel Morris collected *Coke* bottles ever since childhood. His amazing collection attracted attention on the Internet and in the company itself. A fan of the *Costa Coffee* chain, Karen Lloyd, was buried in a coffin made in in the company's colors and with its logo on the side. That's not the kind of advertising anyone would pay for.

How Is Advertising Connected to Politics?

Candidates' ads for the top job in the U.S. are an important part of an election campaign. For example, the current U.S. president, Donald Trump, was an active user of social media to push his political platform, just like Barack Obama before him. One of the main factors that helped Trump beat Hillary Clinton was the popularity of the meme *Make America Great Again*. It is impossible to control the dissemination of images by social media users, but their influence dictated the outcome of the vote to a large extent. It's difficult to sponsor that type of advertising on the Internet. Either the content goes viral and people like it, or not. The use of social media makes it possible to run an election campaign more cheaply and more successfully.

Another type of advertising connected to politics is lobbying. It is allowed in the U.S. and it is regulated by various laws. A lobbyist can represent the interests of a specific group of people (a commercial company or a social organization), but he has to inform the government, to avoid a conflict of interest. Major corporations influence the adoption of many decisions, although they are powerless in other cases. For example, the tobacco lobby could not help cigarette companies save TV advertising. Sometimes social responsibility wins out over the desire to get rich.

What Does Advertising Owe to Science?

It was the United States that first acknowledged marketing as a science and began teaching it in universities. It's hardly surprising that Americans have achieved such grandiose results in advertising.

One of the pioneers of advertising in the U.S. was Claude C. Hopkins, who developed scientific methods of testing ads, which he not only outlined in his book *Scientific Advertising*, in 1923, but implemented in practice, proving the effectiveness of his approach.

For the past century U.S. companies have been turning to psychologists and behaviorists to create ads based on scientific research. They're the ones who explained that, when we hold a product in our hands, we feel that it belongs to us (the endowment effect), that we buy discounted products, and that at the cash register we study the stand with chewing gum and other sundries to satisfy our impulse buying (loss aversion), etc.

Looking at the headlines of American publications, you can determine how much science is giving to marketing specialists. Over the past few years scientists have explained how tobacco ads work; how sexy models do not allow you to focus on the product; that men are more attentive to ads and more emotional when they watch them; that advertising alcohol does not make adults drink more, but contributes to adolescent alcoholism. Of course, not all the studies were honest. For example, in 2015 journalists from *The New York Times* found out that *Coca Cola* had paid researchers who proved that their product was safe. The company admitted its mistake and, in order to save its image after the incident, guaranteed that all its dealings with scientists would be transparent. Nevertheless, in 2019 the French newspaper *Le Monde* studied some data published by *Coca Cola* about their financial investment in scientific research, and concluded that their practice of buying scientists had continued. Science, which is supposed to be independent and objective, occasionally betrays its ideals.

How Can We Identify Native Advertising?

“Native” advertising means natural advertising, where you can’t figure out if it’s advertising or not. Nevertheless, this type of advertising is always specially marked by the publication’s sponsors. “Native” advertising in the U.S. is thus understood, not as a means of pawning something off on a potential customer, which can cause irritation, but as a way to offer a customer something new, in his own interest. It’s easier to understand using a negative example.

The American Church of Scientology sponsored material in the magazine *The Atlantic*. An article appeared on the publication’s website that talked about the success of this religious organization over the short time it has been in existence. This provoked a storm of indignation from the magazine’s loyal readers, who were used to a high level of journalism and certainly did not expect to stumble across evident propaganda from Scientologists. The advertising not only didn’t work, it harmed the reputation of *The Atlantic*. Native advertising should first of all correspond to the demands of the audience, and only second, try to convince that audience of something.

In Russia we have the term “djinsa”. It arose in the 1990s, when journalists made money by publishing material to benefit business elites. Articles and television spots either supported a positive image of the company that paid for them or tore down their competition. Unfortunately, this model is still working today. This is how native advertising is perceived in Russia: it is built on deceiving the consumer and it discredits Russian journalism.

This method of “slipping something in” is also used on the Internet. Bloggers have, on numerous occasions, published advertising posts, carelessly copying the texts sent to them word for word. Sometimes phrases from internal correspondence with the marketing specialist are left in the text by mistake. The ad exposed the commercial interests of those who were trying to use “native” advertising to convince their subscribers to buy some commodity or service. It’s no sin to earn money, but it is a sin to do it by trickery.

How Is the Advertising Market Regulated in the U.S.?

According to the First Amendment to Constitution of the United States, Congress does not have the power to limit freedom of speech or of the press. Advertising is, without a doubt, an integral part of the media. Nevertheless, there are laws in the U.S. that regulate the mar-

keting sphere, since by agreement of the judicial and executive branches, advertising must be limited to a greater extent than other forms of freedom of speech and the press.

There is even a special test: the Central Hudson test. It helps to determine whether or not limits on advertising contradict the First Amendment in each specific case. In 1973 there was an energy crisis in the U.S. A series of state governments banned advertising to save money. In Oregon, for example, the governor did not allow neon signs or billboard lighting. The companies appealed to the Supreme Court, which developed rules to determine whether such protectionist policies by the government were legal. The test has four components. In deciding whether or not to limit advertising, the government must answer the following questions:

1. Is the advertising related to legal activity (for example, is it advertising drugs?) and is it misleading?
2. Does the government have a substantial interest in limiting the advertising?
3. Does the limitation directly advance the government's stated interests?
4. Is the limitation broader than necessary to serve the government's stated interest?¹⁶

The companies won the suit. Nevertheless, in ensuing cases the Central Hudson test gave ambiguous results, in some cases defending advertising while in others supporting the government's limitations. Many American companies, wishing to avoid the adoption of strict laws, adhere to unwritten rules. In this manner they avoid protective measures by the government, taking responsibility upon themselves.

Is Advertising Truthful?

To some extent. For example, in the U.S. you can't sell juice made from concentrate and call it "fresh-squeezed", or say something is "low-calorie" when it isn't. You can't tell a complete lie (this is forbidden by law), but it's no better to hide part of the truth. And while we have learned to deal with some rhetorical devices (for example, we don't believe that celebrities use the products they advertise), we are still tempted by some visual tricks.

¹⁶ Central Hudson Gas & Elec. Corp. v. Public Serv. Comm'n of NY, 447 US 557 – Supreme Court 1980 [Electronic resource]. URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/447/557/> (accessed 20.02.2022).

“Food stylists”, for example, who appeared in the U.S. in the 1980s, create a desirable picture. They prepare food especially for advertising. It is not enough just to pour cold beer into a glass; the foam dissipates quickly, and condensation forms. For practicality’s sake food stylists create a drink that looks like beer using dish-washing liquid, that can withstand the long, exhausting hours of filming. This is why the product you buy in the store never looks like the advertisement.

How do food stylists do their job? Take a good, long look at a burger. They usually fall apart; some of the ingredients fall out of the bun when you bite into it, and the bread gets soggy from the meat juice and the tomatoes. Various tricks have been devised to deal with these problems. For example, the lettuce and tomato are pinned into place, each layer is covered in plastic wrap, and the whole burger is held together by clothespins. In addition, the bun is covered in egg yolk to make it shine, then sesame seeds are glued on by hand, otherwise it doesn’t look nice. The burger is not fried in a pan, it’s cooked using a blowtorch to give it a nice color, and the grill marks are made with a soldering iron. The cheese is softened with a hand steamer: this allows it to keep its form while at the same time it looks like it has melted. The sauce is added at the very end, along the edges. This is how food stylists create food that is impossible to eat. But it looks so delicious that even real burgers can’t spoil your appetite.

The American Psychological Association had advocated banning advertising to children under eight years old. Research has shown that up until that age a person cannot critically assess advertising. They take everything that is said and shown to them as true. So don’t be like little kids!

What Is Product Placement?

It is the subtle advertisement of a product in a film, a book, in games, etc. In Russia the director Timur Bekmambetov is often accused of filling his works with this kind of advertising. The use of product placement is justified, however.

Ever since the birth of cinematography, film producers have puzzled over which products to put in the frame. Making a film is an expensive business; the opportunity to have a little hidden advertising covers some of the production costs. Everybody wins.

Nevertheless, not all American companies are on board with how their product is to be shown in a film. For example, the Mars representatives did not allow Steven Spielberg to use *M&Ms* in his movie *ET*:

The Extra Terrestrial, because they thought the hero was ugly and ridiculous. So the producers signed a contract with Hershey's. After the movie's debut Hershey's candy sales rose by 65%.

Apple does not pay to have *Apple* products shown in film and on television, but they "are more than willing to hand out an endless amount of computers, *iPads* and *iPhones*".

Other film creators think up their own brands, so as not to get mixed up in lawsuits with existing companies. In Looney Tunes cartoons *Wile E. Coyote and the Road Runner*, *Pinky and the Brain* and *Who Framed Roger Rabbit* the fictional brand Acme is used. It does everything that the cartoon's subject needs, from the production of tennis balls to genetic engineering. The heroes of Quentin Tarantino films smoke *Red Apple* cigarettes, which were thought up by the director himself. It seems that they all have enough money to make their films. And that is great!

Can Advertising Be Art?

Absolutely! Many famous American directors have filmed advertising videos: from David Lynch to Martin Scorsese. Commercial projects are a great financial boon to creative people and way to enhance a company's image. Famous directors take these projects quite seriously. For example, Ridley Scott filmed *Macintosh's* anti-utopian piece using George Orwell's *1984* as its basis. The director created an ad that is considered a marketing classic and an example of high art in business.

American artist Andy Warhol started a whole new trend in pop-art, which canonized brands without being an actual advertisement. Warhol drew things that he loved, as he acknowledged himself, and saw this as a demonstration of real democracy:

You can be watching TV and see Coca-Cola, and you know that the President drinks Coke, Liz Taylor drinks Coke, and just think, you can drink Coke, too. A Coke is a Coke and no amount of money can get you a better Coke than the one the bum on the corner is drinking. All the Cokes are the same and all the Cokes are good. Liz Taylor knows it, the President knows it, the bum knows it, and you know it.

How Can You Protect Yourself From the Advertising Virus?

You can't. American scientists have not yet invented a vaccine. While you are using the Internet and contacting other people, don't even think that you can get away from the dark-skinned jock on the white horse or Van Damme's epic split between two trucks, with Enya's lyrical music plays in the background.

Viral ads spread quickly, by word of mouth. Americans used to recommend brands to each other that they had tried themselves; now they share ad videos on their social media networks, stimulating sales for various companies. Advertising does not just target potential customers; it hits absolutely everybody.

Sometimes it's not just major corporations, headed by the world's leading marketing specialists, who are able to create ads that get millions of views. American Max Lanman decided to help his girlfriend sell her old car, a 1996 model. There was absolutely no demand for a car this old. So Lanman made a video in which he parodied the expensive ads for the X-class *Mercedes*: stunning overhead views of the car sweeping into the distance along a mountain road, soothing music in the background and the catchy phrase: "Luxury is a state of mind". Cool! Especially for a used *Honda*. His creativity appealed to people and he was able to sell the car for \$20,000.

Can You Hide from Advertising?

Even if you insist, as many do, that you never watch television, even that won't save you from advertising. It seeks you out, waiting to ambush you at every opportunity.

For example, any *Google* searches you make contribute to your personal advertising feed: you'll see ads for those commodities in the banners of various websites. This is contextual advertising. You should delete your search history in your browser more often and use the "incognito" mode.

Spam comes to everyone's mailboxes – electronic and physical. The word itself comes from ads for *SPAM*, an American canned meat product. *SPAM* used every possible means of telling potential customers about its product: billboards, radio, store windows, etc. Aggressive advertising is called "spam" because it's pushy, just like the ads for the meat product. Just an aside: The U.S. sent *SPAM* to the Soviet Union as aid during World War II. Russia was grateful. This is how N.S. Khrushchev described it in his memoirs:

There were many jokes going around in the army, some of them off-color, about American *SPAM*. It tasted good, nonetheless. Without *SPAM*, we wouldn't have been able to feed our army¹⁷.

If you are a stranger to the Internet (but how are you reading this, in that case?) advertising on the street will get you anyway. For those who don't pay attention to posters and signs, there is "ambient" advertising. Creative types use the city itself to place messages about their company. The element of surprise draws attention. For example, *Folgers Coffee* put stickers of a cup of their invigorating beverage on manhole covers in New York. Steam from the sewers came up through holes in the stickers. Who would say no to a cup of coffee after that?

How Is Advertising Useful?

Social advertising, i.e., which does not have profit as its goal, but instead wants to change people's perceptions of a certain issue, is really important and useful. It's not at all important what point of view the ad is promoting: the need to wash your hands after using the toilet or aid for the critically ill. The main thing is that the world becomes a better place.

We owe the first social advertising to the Americans. At the beginning of the 20th century, two companies simultaneously drew people's attention to social problems: One of them was directed against the use of child labor; the other – at environmental protection for Niagara Falls. It turned out that advertising could not only convince people to buy things, it could also change their minds. The concept of "civic duty" gained new meaning.

In the era of social media networks and the Internet, social advertising has come up against the challenge of "slacktivism." The creativity of the approach to making an eye-catching video or picture no longer stimulates action to help people. Users are willing to click "Like" or to repost something, but they are no longer capable of giving money or actually doing anything. Compassion is limited to virtual encouragement. Even so, people consider this a contribution to the cause, not a show of passivity and complacency.

One example of this is *the Ice Bucket Challenge*, which was criticized by some journalists and social activists. Many will remember how, five years ago, Bill Gates, Rihanna and George Bush poured ice-cold water on themselves. But not everyone remembers that this action

¹⁷ *Crankshaw E. Khrushchev Remembers*. London, 1971. P. 226.

was designed to help people suffering from amyotrophic lateral sclerosis (ALS). Even fewer remember that all of the participants in the challenge had to contribute \$10 to the fund. Of course, the popularity of the challenge did its work, and the charitable foundation collected a significant amount of money, which, nevertheless, did not correspond to the number of participants. Society still needs heroes.

Further Reading

Hopkins C. Scientific Advertising. [Electronic resource]. URL: <https://www.scientificadvertising.com/ScientificAdvertising.pdf> (accessed 20.02.2022).

Lukyanchikova M.V., Berdnikova E.N. History of Advertising and PR in the USA. Moscow, 2018. (In Russ.)

Ogilvy D. Confession of an Advertising Man. London, 2012.

Trout J., Ries A. Marketing Warfare. New York, 1987.

Vivaldo D., Flannigan C. The Food Stylist's Handbook: Hundreds of Media Styling Tips, Tricks, and Secrets for Chefs, Artists, Bloggers, and Food Lovers. New York, 2017.

Electronic Resource

Video Lecture 7. Advertising: How a Commercial Tool Became a Conversation About Values [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/vtGP33Vg4Pk> (accessed 20.02.2022). (In Russ.)

Lecture 8. America in Detox: A Consumer Society Cleanse

By the 1970s the United States had a mass consumer society. When everyone has everything they need, and even more, the question naturally arises: What next?

The Italian writer and scholar Umberto Eco advanced the idea of reverse progress. In his view, historical processes that are characteristic of modern society are marching backwards, returning to the past. This regression can be seen in many spheres: in the transition to digital television, when wireless transmission was replaced by a good old cable; after the long Cold War, hot conflicts have broken out in Iraq, Lebanon, and Syria; just like in the Middle Ages, Christians today are howling about Islam. Forward motion has been replaced by conservative retreat.

This tendency is not as pessimistic as it might seem at first glance, however; some things and phenomena simply cannot be improved. The industrial designer Philippe Starck, for example, decided to rethink the lemon squeezer. He changed its construction, which caused pulp and seeds to get into the juice. This is reverse progress in action. No one would think of trying to modernize the spoon or the glass. Some things should stay the same.

The U.S. is fed up with consumption, so people are spending more and more time analyzing their present and planning their future. More and more Americans are to reject all the benefits of mass production, for their own good and for future generations. Taking one step back, the United States is taking two steps forward.

Extreme Economy

Scholars began talking about the necessity to re-examine the priorities of the consumer culture in Western countries back in the 1970s. Even then, when production and buying power had not yet reached their peak, scholars were making dire predictions about mankind's future. America's "good life" had created a fortunate middle class that could afford just about anything its heart desired. But how to deal with the growing populations of developing countries and their needs? How

to distribute natural resources before they are completely exhausted? What to do to maintain a high standard of living without sending the economy into a crisis? American researchers sought answers to these and many other questions.

In 1972, under the auspices of *the Club of Rome*, a report was delivered called *The Limits to Growth*. Its authors were an international team of researchers, represented by two scholars from the U.S., Donella H. Meadows and Dennis L. Meadows. The researchers shared their predictions on questions of Earth's population growth and the limits on natural resources given a rise on consumption. The report suggested several different development scenarios: There were optimistic ones, that called for the adoption of a series of political measures to resolve the problem of overpopulation and the resulting economic crisis before it's too late. This is an excellent example of how Americans focus on the future, analyzing and changing their present.

The report generated quite a lot of discussion in scientific circles and beyond: its methods and conclusions were examined, as were the possibilities of resolving the situation, as well as ethical questions tied to socio-economic conditions. It was the *Limits to Growth report* that first raised the idea of the "golden billion" – that was the population of the developed countries at that time, which had a consumer culture.

In Russia the idea took on the nature of a conspiracy theory. In many aspects the controversial *Club of Rome* report was seen as part of the Cold War between the capitalist countries, headed by the U.S., and the socialist bloc, together with the USSR.

There were those who interpreted the "golden billion" as an expansionist theory. The shortages of natural resources would induce the West to seize the natural resources of the developing countries: Russia, China, etc. The report was at once a call to action and a program for action. Another conspiracy theory suggested that countries that had successfully built a consumer culture would destroy much of the Earth's population, reducing it to the one-billion threshold, thereby resolving the global population crisis and the problem of shortages of oil, gas, and metals.

Such theories have nothing to do with reality, of course. They are, however, symptomatic, giving a pathetic but nevertheless explanatory model of tension in international relations. In Russia people want to understand the reasons for the existing confrontation. This reason, it seems to many, should be simple and clear. That happens only in fairy tales, however. Complex geopolitical processes cannot be squeezed into a short and entertaining story. The conspiracy theory of the "golden billion" is just such a fairy tale. You can believe in it, but it's still just for fun.

The real problem is the protection of the environment. Ecology is a very serious question in the U.S., and it touches on everyday life, among other things. Many ordinary Americans sort their garbage, don't let the water run when they brush their teeth, and recycle plastic, paper and glass, which cuts the volume of trash by two-thirds. Personal responsibility for the future of the country and the world is strong in the United States.

More and more often Americans are looking for alternative sources of energy. This is also reverse progress. Wind, sun and water are being used instead of oil and gas, as was done previously. Nevertheless, new technology is appearing that makes it possible to generate power from completely unexpected sources. The turbine toilet, for example, or getting energy from paint or even from road vibrations. In San Francisco the city government teamed up with a private company to process dog excrement. Special anaerobic digesters extract methane from the material, which is then used to produce electricity and thermal energy. Russia also has this type of technology, but it is used at several poultry farms and animal-breeding businesses, not integrated into everyday practice. We'd have to begin by at least learning to clean up after our pets on the street.

This heightened feeling of alarm over the fate of mankind has caused some Americans to make ecology a goal, not a means. The most impressionable don't flush their toilets after every use, not wanting to waste water; they put a high-water mark in their tubs, so that there's just enough to clean oneself, then they use that water to wash the dishes. Their whole life turns into a perverse system of self-sacrifice for the sake of the future. This is why the U.S. government tries to make concern for the environment simple and convenient for everyone. We can't live the way we used to, but we don't want to lose what was best about the past.

In American consumer culture the passion for acquisition is accompanied by a drive to economize, more often out of a desire to preserve, but sometimes out of miserliness. For example, Roy Haynes from Huntington, Vermont, is a complete cheapskate. He pinches pennies on everything: He asks other diners in a café for their leftovers (for himself, of course, not for his dog); takes individual packets of ketchup from fast-food restaurants and pours them into a large jar at home (which saves him \$70–80 per year); he washes paper towels, dries them and re-uses them 3–5 times; he separates toilet paper by layers, so that it lasts longer; he looks for holiday gifts in dumpsters; he even got married because medical insurance was too expensive, and his future wife could operate on his gums for free. Don't get the idea that there are a lot of such people in the U.S. The paradox is that such extreme econo-

my is only possible in a developed consumer economy. Only in conditions of mass production can you be cheap like Mr. Haynes. This should give us pause. Why do we consume more than we need? Why do we buy when we can get it for free? Why do we throw new things in the trash? There is a lot to think about here.

The Minimal Life

Over the past 15 years Americans have been calling more and more for responsible consumption. For many people, conscious self-denial becomes a way of life. The abundance of goods and produce has reached a critical point, when people become dependent on the very fact of possession. How many pairs of shoes or types of chips does one person need to feel happy and whole? In America they have begun adopting various measures to draw people's attention to this problem. For example, in 1997 the U.S. began to hold a *Buy Nothing Day* as a counterweight to *Black Friday*, when the public goes crazy for bargains. In 2008 Dave Bruno issued a challenge to limit oneself to 100 things for a year and see how life changes.

Simultaneously the minimalist movement arose in the U.S., which preaches asceticism. Minimalists are a type of modern Franciscan, advocating poverty. Two friends, Joshua Milburn and Ryan Nicodemus, left their high-paying jobs and luxurious houses for a simple, harmonious life. Hard daily labor had brought them good money, which allowed them to acquire everything they wanted and needed. But then work became just a means of maintaining their established lifestyle. Many Americans never get out of this vicious circle, but Milburn and Nicodemus dared to do it. They united like-minded people who did not want to be dependent on the things they had built their whole existence around.

The minimalists had a lot of followers. Many of them write books or blogs where they tell about their no-frills lives. Colin Wright is one of them. The list of his belongings contains 72 items:

Green tshirt, Dark blue v-neck tshirt, Green/grey long sleeve tshirt, Tan tshirt, White v-neck tshirt with Google Homepage drawn on it, Light blue polo, Yellow polo, Grey polo, Light blue military-style shirt, Light blue shirt, Torn up jeans, Rock star jeans, Fashiony jeans, Green casual jacket, Dark blue fancier jacket, 5 pairs of boxer briefs, 6 pairs of socks (solid colors and argyle), Brown leather belt, Brown leather watch, Slim Slimmy Wallet, Passport, ID, Debit cards, Credit card, Pesos, Business card with notes scribbled all over it, Cheap sunglasses

ses, Newsie-style hat, Brown leather flip flops, Brown leather sexy shoes, Vibram Five Finger workout shoes, Umbrella, Nike+ workout watch and sensor, Workout shorts, 2 sleeveless workout shirts, Travel journal, Medium and small Moleskine notebooks, Array of pens, pencils and markers, iPod Touch and armband, iPhone headphones, Unlocked RAZR, Brown leather satchel, EEE PC 1005HA netbook with sleeve, 15" MacBook Pro, 15" MacBook Pro sleeve, Wireless Mighty Mouse, USB-splitter, 3 USB-powered hard drives, Mini DisplayPort to DVi adapter, Mac Software install discs, Lumix LX3 digital camera with case, HF100 Digital HD camcorder with remote, Gorillapod tripod, Spare 512 MB SD card and microfiber screen-cleaning cloth, Rechargeable batteries, Toothbrush, toothpaste, floss, Nose and facial hair trimmers, Hair product, Prescription glasses and case, Spare contact lenses, case and solution, Carry-on bag, Wine aerator.

This modest list of possessions seems endless when reading, but in reality it is enviably pragmatic. A few items could, of course, be cut to adhere to the principles of minimalism, but if you think about it, the list lacks many more things that we use every day.

In fact, the consumer culture that arose in the U.S. in the 20th century did not create much that was new, but it broadened and adapted what already existed. The basic inventions that we still use today were made in the 19th century: the automobile, the airplane, photographs, cinema, radio telephone and also the refrigerator, ballpoint pen, toilet and much more. The consumer culture improved these things and mass-produced them, but it did not create them. Many other things that were a lot more basic, things that existed in antiquity, began to lose their universality in the 20th century. The simple knife, used in the past to peel potatoes, sharpen pencils and even to kill, has lost its appeal. Now there is the surgeon's scalpel, the electric pencil sharpener, and the vegetable peeler. Specialization has forced us to buy more, acquire more, whereas in the past one item would do it all.

Man himself has stopped developing his versatility, concentrating on the desire to possess. If we asked the ancient Romans for advice – people who knew a thing or two about a rich, full life – the motto for the modern American should be the aphorism: “All that is mine I carry with me”.

Urban Flight

The consumer society began with America's urbanization. As the city population grew, the economy developed exponentially. The suburbs of huge megalopolises became the outskirts, providing Americans with a compromise between the busy life of the concrete jungle and a quiet rural existence. The city dictated specific values through its lifestyle: from clothing, which had to match the established dress code, to expensive cars and big houses, which were needed to maintain one's status.

With the dawning of the 21st century, the overabundance of goods and services, fatigue from the ever-increasing tempo of development and the constant flood of information forced Americans to re-examine their priorities. The city ceased to be the ideal of comfort and convenience.

A movement arose in the U.S. to simplify life – “downshifting”. Remember how Gosha, in *Moscow Does Not Believe in Tears*, tells a story about the Roman Emperor Diocletian, who gave up power and went to the countryside to grow cabbages? Some Americans in the contemporary consumer society have found that self-fulfillment through a beloved pastime is more important than all the benefits of civilization and recognized success.

The term “downshifting” first appeared in 1994. The concept has many different interpretations. It's interesting that it is defined differently in each country. For example, in Russia, downshifting often means running away from social or financial problems, while in the U.S. it is a conscious rejection of money and career. Unlike minimalism, which calls for moderation in consumption, downshifting also suggests turning away from the material world by strengthening one's ties to nature. This is why many downshifters leave the city and go to live in a remote location, where they can devote time to themselves.

The majority of Americans who preach downshifting go to live permanently in warm countries: India, Thailand, islands in the Caribbean. A favorable climate makes life a lot simpler. There's no need for a large wardrobe, and there is always fresh produce available. Besides, prices are a lot lower in developing countries, which means there's less motivation to devote your life to work in order to maintain a certain lifestyle. Americans who take this road earn money through remote work, using the Internet. A flexible work schedule and piece work allows them more time for themselves and their hobbies.

Finding oneself by communing with nature has deep roots in America. Long before the development of the consumer culture there was a literary-philosophical movement with the difficult-sounding

name “transcendentalism”. In 1836 the poet Ralph Waldo Emerson published his essay *Nature*, in which he formulated his world view: solitude, the oneness of man with nature, attainment of the Divine through nature. These ideas formed the basis of the transcendentalist ideology.

In 1845 the writer Henry David Thoreau, an associate of Emerson’s, went to live in a cabin on Walden Pond. The first true “down-shifter”, he lived for more than two years in solitude, writing about his experience in the book *Walden; or, Life in the Woods*. Thoreau saw moral degradation in America’s burgeoning industrial society, which stimulated only the desire to produce and possess:

Most men, even in this comparatively free country, through mere ignorance and mistake, are so occupied with the factitious cares and superfluously coarse labors of life that its finer fruits cannot be plucked by them... I see young men, my townsmen, whose misfortune it is to have inherited farms, houses, barns, cattle, and farming tools; for these are more easily acquired than got rid of. Better if they had been born in the open pasture and suckled by a wolf¹⁸.

Thoreau had to leave the society that was consuming him, in all senses of the word, in order to find himself:

I went to the woods because I wished to live deliberately, to front only the essential facts of life... I did not wish to live what was not life, living is so dear; nor did I wish to practise resignation, unless it was quite necessary. I wanted to live deep and suck out all the marrow of life... to reduce it to its lowest terms, and, if it proved to be mean, why then to get the whole and genuine meanness of it, and publish its meanness to the world; or if it were sublime, to know it by experience...¹⁹

Thoreau hits on an important ethical question here, which is still relevant for America’s consumer culture today. Leaving the city is an attempt to avoid the temptation of immediate gratification and think about the eternal. It is essential to know oneself, but people do not live in a vacuum they need other people – doctors, airline pilots, even writers, for heaven’s sake. If every person saves himself separately, having understood the meaning of life, then who is going to save all mankind?

¹⁸ *Thoreau H.D.* Walden. Boston, 1878. P. 8.

¹⁹ *Ibid.*

Getting Rid of Information

Throughout history people have tried to preserve knowledge and transmit it to the next generation. Even in Antiquity one of the most terrible punishments was “damnatio memoriae” or “condemnation of memory,” when all traces of a person’s existence were removed or destroyed. Knowledge has always been the highest value. Medieval monks copied out texts by hand. During the Enlightenment libraries became popular. Then museums appeared, along with private collections of paintings and rarities.

The American consumer society was a powerful stimulus for the development of an information space, which in a short time expanded from newspapers and magazines to the virtual universe of the Internet. Along with this, the necessity of accumulating knowledge fell, since a person in his whole life could not physically absorb all the information we have at our disposal.

The main goal of the modern world became the sorting and systematization of knowledge. People have almost stopped writing by hand, museums have become a part of the entertainment industry, people buy books very rarely, and, even if they buy them, almost no one saves them. Social networks and the Internet as a whole produce an enormous amount of information every day, which complicates the search for what is significant and important.

The main question is how to sift through information. Americans are trying to find an answer. It is already clear that it is impossible to control the process. In 2003, Barbra Streisand went to court to get a photograph of her home taken down from the website of photographer Kenneth Adelman. Adelman was taking pictures of the California coast, and the singer’s mansion, along with other houses, was in the frame. Without the lawyers, no one would have known about the photo, but the press picked it up. This attempt to try and remove any piece of information from general access, which only publicizes it more, has become a phenomenon associated with modern American society, and has been named “the Streisand effect”. The singer Beyoncé had the same thing happen, when her agent was so adamant about removing an unflattering photo of the performer that he made it into a popular meme.

The creator of the mystery novel, Edgar Allan Poe, established the formula in his short story *The Purloined Letter*: if you need to hide something, you should put it in the most obvious place. This is why all of Stalin’s attempts to erase undesirable people from photographs were doomed to failure. The collective memory of a nation is difficult to manipulate. To paraphrase the Anglo-American poet W. H. Auden, there

are facts that are undeservedly forgotten, but there are none that are undeservedly remembered. The Internet forgets nothing.

A more sensitive question arises regarding information that is supposed to be secret. Access is limited for many different reasons, but does the public have a right to information that touches on, for example, American national interests? It was the consumer society that gave Americans the idea that knowledge belongs to everyone and anyone. Information is a commodity, like *Coca-Cola*. Does it matter where I bought the *Coke* – in a supermarket or at *McDonald's*? Maybe not – it's the same everywhere. But for information (credible, of course) the source is important. The journalists Katherine Graham and Ben Bradlee published material in *The Washington Post* in 1972 that compromised President Richard Nixon, who was forced to resign. The journalists had received exclusive information as part of their professional duties. Edward Snowden was a different case. This employee off the American intelligence services published classified information, which he did not have the legal right to do.

Snowden considered this his civic duty. The consumer society in the U.S. allows Americans to use their freedom of speech to publish all kinds of nonsense on social media, but significant information is subjected to restrictions.

The U.S. intelligence services conduct surveillance of their own citizens; this is common practice for all countries. *Facebook* gives the government information on its users when asked. How can Americans count on confidentiality on the Internet? On one hand, no one is forcing anyone to register on social media. People are publishing information about themselves voluntarily, in open access. On the other hand, they are not giving permission to use this information: where and how it will be publicized. Ordinary Americans are more and more often falling victim to “sexting” – exchange of personal photographs, that blackmailers threaten to distribute. The main problem is still responsible use.

This is the reason that anonymity in the U.S. is becoming a very expensive commodity. This is not always the goal of those who insist on privacy. For example, the writers Thomas Pynchon and J.D. Salinger consciously isolated themselves from the outside world. They carefully hid any and all information about their lives, which unquestionably whetted the public's interest in them.

Sometimes secrecy ends in tragedy. A sad fate awaited James Tiptree, Jr., a significant figure in the cyberpunk genre. This was the pseudonym of one-time CIA agent Alice Bradley Sheldon, who in her spare time liked to write science fiction stories. The writer was afraid that male readers would be prejudiced against a female writer, and

also that her former work as an intelligence agent would affect how her work was received. When journalists exposed her identity in 1977, Sheldon stopped publishing her stories for a long time. Ten years later she committed suicide.

It's a different story with those who are public personae by definition. For example, anonymity contradicts the very essence of performers. In the U.S., with its openness and sincerity, such a model of show business simply does not work. But imported examples are greeted enthusiastically: the French electronic music duo Daft Punk, the English group Gorillaz and the British street artist Banksy. Along with them, many Americans are starting to think about the necessity of getting out of the information field. This is, however, rare. Americans have a choice: either the possibility of being a passive element of the Internet through their own virtual image, or of rejecting this completely in their drive to be real and genuine. The film *Matrix* shows this division clearly: While some people are connected to the network and sleep peacefully, others are underground and in constant danger. Fight or surrender: it's a choice each person must make. Which is better – only time will tell.

* * *

The United States is stealthily moving backwards. They are already laying the groundwork for mankind's future. It is very special people who look over their shoulder to find new opportunities on the horizon. Enterprising Americans cannot let these opportunities slip away.

Europeans are less optimistic. The French philosopher Jean Baudrillard begins his work *The Consumer Society: Myths and Structures* with a quote from Feodor Dostoevsky's *Notes from the Underground*:

Shower upon him every earthly blessing, drown him in a sea of happiness, so that nothing but bubbles of bliss can be seen on the surface; give him economic prosperity, such that he should have nothing else to do but sleep, eat cakes and busy himself with the continuation of his species, and even then out of sheer ingratitude, sheer spite, man would play you some nasty trick²⁰.

In fact, the consumer society has not corrupted people. Mankind has not changed much in thousands of years. The same pas-

²⁰ Baudrillard J. *The Consumer Society: Myths and Structures*. New York, 1998. P. 3.

sions and thoughts concern us that excited the Greeks many centuries ago. Modern people live in different circumstances. Americans prefer comfort and prosperity. Sometimes this is not just immediate gratification, but a rush to a glorious future with a glance back at the past.

Further Reading

- Baudrillard J.* The Consumer Society: Myths and Structures. Trowbridge, Wiltshire, 1998 [Electronic resource]. URL: https://monoskop.org/images/d/de/Baudrillard_Jean_The_consumer_society_myths_and_structures_1970.pdf (accessed 20.02.2022).
- Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens W.W.III.* The Limits to Growth. New York, 1972 [Electronic resource]. URL: <http://donellameadows.org/wp-content/userfiles/Limits-to-Growth-digital-scan-version.pdf> (accessed 20.02.2022).
- Milburn J., Nicodemus R.* Essential: Essays by The Minimalists. 2015 [Electronic resource]. URL: <https://drive.google.com/file/d/0Bw8HpiohnO5rX2padktUNTlvZUU/view?usp=sharing> (accessed 20.02.2022).
- Thoreau H.D.* Walden; or, Life in the Woods. Boston, 1854 [Electronic resource]. URL: <https://archive.org/details/waldenorlifeinwo1854thor/page/n4> (accessed 20.02.2022).

Electronic Resource

- Video Lecture 8. Detox for America: New Trends in Consumer Culture. [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/h-VUsEES5Sc> (accessed 20.02.2022). (In Russ.)

Lecture 9. Why Americans Believe that Anybody Can Become Rich and Successful

The highest price for an app at *the App store* is a respectable \$999.99. One of the first to go for this amount was the program *I Am Rich*, which is absolutely useless in terms of function. The *iPhone* owners who bought the app saw a blinking red crystal on the screen, with a button, which, when you pressed it, gave you the mantra:

I am rich
I deserve it
I am good,
healthy & successful.

The app was deleted one day after it appeared, but eight people managed to download it. One of these “rich” people left an indignant review, upset that he had bought a program that seemed to be just a developer’s joke. Apparently, he overestimated his own sense of humor.

Wealth is no joke, however. In the U.S. wealth is an important component of the American Dream. It is a sort of success conversion, a reward for work done and society’s recognition of your achievements. This is why many Americans are not embarrassed by money they have earned through honest labor. This is why wealthy people in the U.S. serve as examples for others, not because of their own ambition, but because of their personal responsibility for others.

America is proud of its sons: Steve Jobs, Bill Gates, Mark Zuckerberg... one could keep going endlessly. But could we imagine one of them buying an app that reminds them of their wealth? Hardly. Are they visiting online self-development courses or reading books on *How to Succeed?* Of course not. In fact, all of that is middle-class consumer culture in the U.S. Ordinary Americans want to believe in a better life, and everyone hopes that at some point they will become rich and successful. The only question is, what kind of passion motivates them? That is what we will discuss.

Advice: Allen Carr, in his book *The Easy Way to Stop Smoking*, tells people not to try and quit until they finish the book. By the end, he says, you’ll do it by yourself. So we are advising you not to become successful and rich quite yet. You’ll have plenty of time later!

Think and Grow Rich

The need to find a motivation for work arose at the dawn of capitalism. Factory owners wanted to increase labor productivity, and the workers wanted to improve their working conditions. When the industrialists understood that they could not exploit people forever, they came up with a system of bonuses, progressive pay scales and other institutions (cafeterias, kindergartens, etc.) Many other ways of encouraging people to do a good job appeared at this time. Everyone remembers the amusing story of Henry Ford, who paid repair workers at one of his plants only while they were doing nothing: if all the equipment was working the way it was supposed to, they received their pay.

In the 20th century behaviorists were enlisted to study the psychology of labor (these are psychologists who study the specifics of human behavior). They helped industrialists increase productivity. Starting in 1927, Elton Mayo conducted experiments for *General Electric*, whose management wanted to create the most comfortable conditions for their workers and the highest profit for their owners. Mayo worked on this for five years and turned conventional wisdom about managing an enterprise on its head. He showed the influence of individual and group factors on the result of labor. In general, if the person next to you is goofing off, you're not going to try very hard, either. But a workaholic sets the tone for the whole collective. Today Mayo's conclusions seem obvious, but it was thanks to Mayo's efforts that we know that a good job is one you happily run to in the morning, and from which you happily leave to go home.

At the same time, no one has abolished the American Dream. Ordinary people in the U.S. wanted to have just as dignified a life as rich people who had made a fortune. By the mid-19th century the first books and articles appeared dedicated to success. Samuel Smiles' book *Self Help; with Illustrations of Character and Conduct* was published in England in 1859. Smiles built his concept of self-help on Founding Father Benjamin Franklin's famous maxim: "God helps those who help themselves". The book was a great success in America and Russia. In the U.S., the ground for Smiles had been laid by the writer Ralph Waldo Emerson. In 1841 he published his essay *Compensation*, in which he called on his fellow countrymen to follow their own individual will rather than try and comply with any social expectations. Americans believed in each person's success.

While industrialists were encouraging workers to work, assuring them that their diligence would turn them all into millionaires, other, no less enterprising, Americans were publishing a flood of articles in magazines about the instinct to get rich. If a person works

hard, putting in maximum effort, then he won't get rich, but he'll be a good worker. The success literature, however, says just the opposite:

In olden days its (the instinct's) existence was fully understood. The Greeks enshrined it in the story of Midas, of the 'Golden Touch.' Here was a man who turned everything he laid his hands upon into gold. His life was a progress amidst riches. Out of everything that came in his way he created the precious metal. "A foolish legend", said the wise-aces of the Victorian age. "A truth", say we of today. We all know of such men. We are ever meeting or reading about such persons who turn everything they touch into gold. Success dogs their very footsteps. Their life's pathway leads unerringly upwards. They cannot fail²¹.

The soaring rhetoric obscured logic. King Midas, that unhappy man with ears like a donkey, who turned everything into gold, even the food he wanted to put in his mouth, was hardly a success. American examples, however, are quite a different matter. Take a look at this fragment from the same piece, about one of the richest entrepreneurs in America, Cornelius Vanderbilt:

The name of Vanderbilt is synonymous with wealth gained by modern enterprise. "Cornelius", the founder of the family, was the first of the great American magnates of commerce. He started as the son of a poor farmer; he ended as a millionaire twenty times over.

He had the money-making instinct. He seized his opportunities, the opportunities that were given by the application of the steam-engine to ocean traffic, and by the birth of railway locomotion in the wealthy but undeveloped United States of America, and consequently he amassed an immense fortune.

Now it is, of course, obvious that we cannot all follow exactly in the footsteps of this great railway monarch. The precise opportunities that fell to him do not occur to us. Circumstances have changed. But, although this is so, still, in our own sphere and in our own circumstances, we can follow his general methods; we can seize those opportunities that are given us and give ourselves a very fair chance of attaining riches²².

Even back then rich people were thought to be modest and simple, and the conduct and actions typical of ordinary people attracted

²¹ *Chesterton G.K. Essential Writtings.* New York, 2003. P. 104.

²² *Ibid.* P. 103.

the public's interest. This success literature gave new impetus to the American idea of the self-made man. This was first expressed in 1832, by the prominent American statesman Henry Clay, with reference to Benjamin Franklin, who succeeded despite external circumstances and conditions. This idea is fundamental to an understanding of the national culture, which united everyone living in the United States. It was the idea that moved and continues to move Americans, who, in spite of everything, continued to work hard, and to believe that they would receive their just reward – success, recognition and happiness.

It was just such examples of real self-made Americans that inspired journalist and psychologist Napoleon Hill, a pioneer of the self-help literary genre. In 1937 he published a book *Think and Grow Rich*, in which he conducts interviews with successful Americans, with whose help he attempts to come up with a universal formula for success. He outlined 13 steps that should lead to riches:

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| 1) Desire | 8) Persistence |
| 2) Faith | 9) Power of the Master Mind |
| 3) Autosuggestion | 10) The Mystery of Sex |
| 4) Specialized Knowledge | Transmutation |
| 5) Imagination | 11) The Subconscious Mind |
| 6) Organized Planning | 12) The Brain |
| 7) Decision | 13) The Sixth Sense |

These 13 steps are known to many. More than 100 million copies of *Think and Grow Rich* have been sold to date. Among all the readers, one man achieved real success thanks to Hill: In 1973 the boxer Ken Norton beat the legendary Mohammad Ali. *Think and Grow Rich* provided Norton's motivation for victory. The rest of the people who used Napoleon Hill's help to succeed are either keeping quiet, or simply don't exist. Who knows, maybe one example is enough to consider Hill's mission accomplished. Think for yourself!

How to Win Friends and Influence People

The American consumer culture with its individualism combined with mass production has turned personal motivation into a profitable commodity. In the last third of the 20th century the number of books alone more than doubled, and the entire self-help industry was worth around \$2,5 billion by the beginning of the 21st century. Today in the U.S. more than \$11 billion worth of books are being published, semi-

nars are being conducted, and various audio and video productions are being released. Success is a profitable product, and more and more Americans are buying it.

Or, to be more exact, they think they are buying it. There is absolutely no guarantee that buying a book or having a personal coach will help you become rich and famous. So why do people continue to seek ways to get motivated for success, allowing others to make money off them?

One important reason that the success industry has flourished is religion. In the last third of the 19th century *the New Thought movement* arose in the U.S., which brought together the ideas of positive thinking, creative visualization, and other religious and metaphysical concepts of personal development. The New Thought manifesto was the journal *Success*, which began publication in 1897. Its founder, Orison Swett Marden, applied the basic principles of New Thought to his own concept of getting rich:

The golden opportunity you are seeking is in yourself. It is not in your environment; it is not in luck or chance, or the help of others; it is in yourself alone²³.

In the 20th century more and more opportunities opened up for ordinary people in the U.S. Education became more accessible, social position, gender and race gradually ceased being barriers to getting a job. While the situation is far from ideal, the social elevator in the U.S. is working more smoothly every year. People now had more equal opportunity for success, which meant that there was more competition. It became necessary to look for new ways to fight for one's right to happiness.

In 1936 Dale Carnegie published a book *How To Win Friends and Influence People*. Carnegie's advice touched on the psychology of communication and the appropriate tools that any person can use to win people over and achieve a goal. By the way, as with Napoleon Hill, just one of those who followed Carnegie's theory really achieved success. Warren Buffet, one of the most successful investors in the world, owes his wealth to Dale Carnegie's system.

After the bloody Second World War, the Human Potential Movement arose in the U.S., which emphasizes the importance of every human life and the necessity of developing each person's abilities. It was the first post-war generation of the 1960s, which did not experience the horrors of Nazism and the Holocaust, that was able to

²³ Success Magazine. 1905. P. 834.

bring this humanist concept to life. That was the period when the first group trainings were held in which people tried to open up all their potential using certain psychological practices. The collective began to form the individual, which allowed success to become a full-fledged industry, with high demand and mass production.

At that time the first methodology for neuro-linguistic programming (NLP) was developed at the University of California. A group of American researchers started from the idea that there is a clear link between neurological processes, language and behavioral patterns learned through experience. Success-seekers immediately adapted this theory for their own purposes. NLP suggested that one should copy the movements and speech of those who were already rich and famous. In that manner one could automatically attract the desired success and fame. In fact, such methods, whose effectiveness was never proven scientifically, allowed orators to look confident and to speak with assurance, which was more likely to convince people of the truth of their speech than to actually attract wealth.

This was the moment that the religious *New Thought movement* united with practical psychology and the ideas of financial prosperity. The first Messiahs of success appeared, who preached wealth like a priest in church advocates Christian humility and self-sacrifice. Self-help trainers and hawkers of fame began teaching in large cities all over America.

People in the United States were enthusiastic about this new faith of the consumer society – money and success. Greed and the thirst for profit had nothing to do with it. At its base was the deep ethical conviction that, in developing yourself, you make the world around you a better place. Once you become better yourself, you can help others. It doesn't always work out that way, and not everyone even tries, but no one has abolished the right to personal happiness. After all, even if the students don't get rich, the trainers certainly do.

Zig Ziglar, Jim Rohn, Brian Tracy: A whole pantheon of successful speakers appeared in the U.S., writing self-help books and delivering trainings and courses on how to get rich. America gave them a warm welcome. The faith of ordinary people that they could become rich and successful was fed by the beautiful life that surrounded them, not just in everyday existence but in movies and on TV. In Russia, on the other hand, the success industry took hold only in part.

One popular speaker and business trainer, Tony Robbins, bombed in Moscow. He got what he wanted: He filled the Olympic Stadium, (which not all Russian performers are able to do), and he earned money on tickets, which went for as much as 500,000 rubles (it really was a

collection of moneybags!). But he did not manage to win friends. The audience's expectations went unmet. Robbins' charisma and charm did not work even on the spectators in the first row (where well-known Russian journalists, media managers and politicians were sitting). Certainly he was no match for Anatoly Kashpirovsky or Allan Chumak, who at one time were able to cast a spell on a country that yearned to believe in some miracle, since it no longer had faith in communism. Language was the main barrier to the psychological tricks that the speaker used (that was the only thing that anyone could learn from him). What remained was the essence, which boiled down to a collection of banalities and self-evident things that you wouldn't want to hear even for free. But you have to (who knows, maybe it'll help):

- Positive thinking is strategy!
- Internal world makes you successful;
- You shouldn't focus on what you are afraid of;
- Focus on what you have vs. focus on what you're missing;
- Disappointment destroys you!
- If you do the same thing you get the same result;
- If you are a leader you can't be passive;
- If you don't use a chance, you lose it!
- Overcoming your fear!

It's no surprise that people would spend almost \$1,000 just to see a mantra on their smartphone screens. There are things that are a lot more expensive and a lot less useful.

The Million-Dollar Story

At 21, Dani Johnson had not accomplished much. Her husband had left her, leaving her with a four-year-old child on her hands and a lot of credit card debt. She did not have anywhere to live, so she slept in her car – it's a good thing that it's warm in Hawaii. Without education or experience, Dani was forced to work as a waitress, and at night she worked as a prostitute, just to feed herself and her daughter.

On Christmas Eve (a traditional time for miracles) Dani decided to take herself in hand and change her life forever. She was inspired by... a brochure for a weight-loss product. Her American enterprising spirit and motivation for success came into play. Dani, who had less than three dollars in her pocket, invested the only resource she had: her own desire to become happy, once and for all. With this enthusiasm, Dani thought up a scheme to sell the product by mail, with payment in advance. Her first attempt was successful: at first 40 clients

wanted to buy the weight-loss product, then it was thousands. In two years, Dani became a millionaire, not allowing her former life to drag her down.

This is an inspirational story born in the USA. Today Dani Johnson is one of just a few American motivational speakers whose success theory is reinforced by her own experience. It's important that it's not enough just to want to get rich in order to achieve something in life. You have to put your ambition into some concrete goal and find something that is truly yours. Americans are convinced that if they grow and develop in a business they love, they will definitely become rich and successful. Many are inspired by the stories of Bill Gates, Steve Jobs and Mark Zuckerberg, who did not finish college, but became rich and successful anyway. Everyone knows that they educated themselves, acquiring knowledge through natural curiosity, and that they did not build their multi-million-dollar empires on their knowledge of elementary-school arithmetic. Bill Gates regularly publishes a list of books he has read that year. Usually it's around 50 books on various themes, from history and sociology to medicine and physics. It's not surprising that Harvard University, which Gates left after two years of study, gave him a diploma many years later, and then gave him an honorary doctorate.

In general, once people are confident of their own motivation, they begin to develop within a concrete area. You can't get by without some real knowledge here, but you'll end up plugging in to the small consumer circle of the success industry. It's easier to use an example: Say you, like many others, dream of making a film like they do in Hollywood. This is no easy task, and it also demands special skills and knowledge. Where do you get them? You could, of course, do like Quentin Tarantino, and work in a video rental store (if they still exist), watching films all day, and trying your hand at screenwriting. Or like Steven Spielberg, shoot low-budget movies at your own expense until you get noticed. But most Americans still prefer to get their knowledge of the film industry from some centralized source.

For this there are many books, courses and educational programs in the U.S. Perhaps the most famous example is the lecturer Robert McKee. In 1983 he began teaching at the School of Cinema-Television at the University of South Carolina. McKee ran an intensive course on drama. Analyzing famous examples from cinema and literature, McKee taught the students how to develop a story, how to construct a plot and how to faithfully unveil their characters in practice. There had never been anything like it! McKee's seminars rapidly went beyond the confines of the university lecture hall and became

popular all over the world, and his 1997 book *Style, Structure, Substance and the Principles of Screenwriting* can without exaggeration be called the screenwriters' bible. It's now difficult for the majority of American cinematographers to imagine how Orson Welles or Alfred Hitchcock created their masterpieces without the book on the art of screenwriting.

Just as an aside: Robert McKee himself never wrote a screenplay that deserved even the slightest mention. We all know, however, that the teacher is not always the best student. McKee can count many famous names among his followers: Peter Jackson, director of *Lord of the Rings*, Andrew Stanton, who wrote the screenplay for *Toy Story*, and many, many others. McKee certainly left a bigger wake than either Hill or Carnegie.

What explains McKee's popularity? He explains the very complex creative process in a way that is accessible for his audience, which sometimes gives the false impression that you can make a good film by mechanically combining certain elements. Not all of McKee's suggestions are worthwhile, but the problem is more likely to be with the users of his advice. McKee received a wonderful philological education; in his books and seminars he makes reference to classical literature and analyzes the best examples from film. Unfortunately, however, not all of his students understand that it takes more than reading 400 pages packed with the thousand-year history of filmmaking to be a great screenwriter. This is just a short summary, which can help to navigate the field. McKee's work can be used as a reference, but not as a how-to manual.

It's the same in any other field, not just in cinema. Many books and courses bring Americans into the educational process by feeding them hopes of a quick and easy success. Dilettantes, who have an opportunity to speak through the Internet, are everywhere: from cooking to screenplays for television. Many of them are convinced that they will get rich.

Nevertheless, money does not always buy happiness. It's possible, for example, to become a millionaire at 70, like Craig Coley. The municipal government of Simi Valley paid him \$21 million because Coley spent 39 years in prison for a crime he did not commit.

You should also keep in mind that along with big money comes big responsibility. People in America are well aware of this. Billionaires must get their priorities straight: There are things much more important than wealth, and money is just one way to get them. A clear example of this is *The Giving Pledge*. In 2010 two of the richest men in the world at that time, *Microsoft* founder Bill Gates and major investor Warren Buffet decided

...to help address society's most pressing problems by inviting the world's wealthiest individuals and families to commit more than half of their wealth to philanthropy or charitable causes either during their lifetime or in their will.

They began with themselves, as is only right. Half of Gates' money will go to a charitable foundation, and his children will each receive \$10 million out of \$76 billion. Buffet is donating 99% of his fortune. More than 200 billionaires from all over the world have taken *The Giving Pledge*, among them Elon Musk, Mark Zuckerberg and even Russia's Vladimir Potanin. True, some of these billionaire-altruists had far-from-selfless motivations. For example, Paris Hilton's grandfather, who owns the international *Hilton Hotel* chain, decided to cut off his granddaughter as a punishment. Paris had for years demonstrated to her family and to society as a whole that she was not able to manage money adequately, and that wealth would only spoil her. As a result she lost a huge sum, which will go to charity.

But what about those who were born and raised in less fortunate circumstances? Work hard and you'll get there! Don't give up, no matter what! Maybe no one really appreciates you now, but don't stop what you're doing, even if you have already understood that a lifetime is not enough for you to pursue your goal and achieve it. There is always the possibility that you will be recognized after you're dead! It won't matter to you then, but it is a bit of consolation now. America has many examples of people who were not well-known in life but got a lot of glory posthumously: musician Jeff Buckley, artist Henry Darger, writers Edgar Allan Poe and Henry David Thoreau. They were barely make ends meet, unable to make a living from their art, but they became cult figures after their deaths. The United States continues to pay its debt to those it was not able to honor adequately during their lifetimes.

* * *

In 1907 U.S. President Theodore Roosevelt campaigned against putting the motto "In God We Trust" on U.S. coins. Roosevelt felt that money was not a proper place to mention God. Apparently, the president forgot that this was at one time a sort of compromise. During the Civil War (1861–1865) they wanted to put God in the Constitution (which would have contradicted the right to freedom of religion), but the attempt failed, and God was given a place of honor on the country's coins. That's America: a country where money and wealth are a part of the national culture and history, just like the right of ordinary people to happiness, which has turned the dream of a better life into reality.

Further Reading

Carnegie D. How to Win Friends and Influence People. New York, 1936.

Ford H. My Life and Work. New York, 1922.

Hill N. Think and Grow Rich. Meriden, Connecticut, 1937.

McKee R. Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting. New York, 1997.

Rockefeller J.D. Random Reminiscences of Men and Events: Autobiography. NY: Doubleday, Page & Company, 1909 [Electronic resource]. URL: <http://www.gutenberg.org/files/17090/17090-h/17090-h.htm> (accessed 20.02.2022).

Electronic Resource

Video Lecture 9. Yes, I can! The Philosophy of Achievement in American Culture [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/ocwM6yhpaZw> (accessed 20.02.2022). (In Russ.)

Lecture 10. How the Media in the U.S.
Has Transformed Ideas into a Commodity.
Instructions for Use

Americans just might be the most enterprising nation in the world. It's no wonder that people in the U.S. have learned to capitalize on everything, whether it be a *Twitter* post or patriotism. If anything happens (especially if it's a socially significant event), the media colossus goes to work: the hero gains popularity on social media networks, then journalists get involved, shocking us with the details they have uncovered, and finally film producers buy the rights to put the story on the silver screen.

The consumer society offers us an easily digestible goods. They are user-friendly, superficially attractive and attention-grabbing ones. We no longer think, but consume only. Even the word "conscious" is used not for our reception of some phenomena or events, but for the consumption. Choose what you want and enjoy! Interested in Chernobyl disaster? Here it is – the magnificent series just for you! You haven't to read or watch any additional materials, because you already know enough, doesn't you? Anything linking to current events? There are a lot of documentaries, movies and journalistic investigations... Basically, it's totally up to you.

Though, the choice is not yours anymore. Recommender systems predict our interests and offer us a matching content, and therefore make our picture of the world narrow and monotonous.

The instructions below suggest several rules that will help the user figure out how television, cinematography and the Internet monetize American ideas and values, turning them into a commodity. This instruction is not a call for action. It describes some general patterns of how Americans (and Russians, of course) consume the information. A reader has a unique opportunity to join to our creative lab and become a co-author of the text to form its own opinion on acute social issues and American culture in general on the basis of the following facts. Nowadays it's unaffordable luxury, I should say.

Note: Americans always pay attention to the rules. If it's written down, please be so kind as to observe it. In Russia people hate to read instructions. But you have to know the rules, if only so you can break them. And that is something we love to do!

Rule No. 1: Where There's Pain, There's Gain

In 1936 the American movie producer Irving Thalberg, who was called “Hollywood’s Boy Wonder” because of his nose for successful films, would not buy the rights to Margaret Mitchell’s novel, *Gone with the Wind*, announcing that “no Civil War picture ever made a nickel”. Later on, Gary Cooper turned down the male lead in *Gone with the Wind* because he thought the movie would be “the biggest flop in Hollywood history”. He then added, “I’m glad it’ll be Clark Gable who’s falling flat on his nose, not me”²⁴.

How wrong they all were! Today it’s difficult to comprehend that American producers and actors could so be so dismissive about a film that portrayed such important historical and social problems in the U.S. (and therefore had commercial potential), rejecting the opportunity in such terms.

In Hollywood today it’s films that deal with current social issues that are in high demand. Americans are inclined towards self-reflection, which helps them assimilate democratic values and the idea of equality, and also respond to social challenges. Movie subjects nowadays must absolutely be linked to the issues of the day. The context has begun to determine the box office success of a picture. American screenwriters are learning to write about what they already know – i.e., cinema is no longer delving into new worlds – and Hollywood producers think that only films about social problems can be profitable – unless, of course it’s a blockbuster franchise. Alfred Hitchcock once shocked the public with a flushing toilet (*Psycho* was the first American film to actually show a toilet), and the murder of the heroine just 48 minutes into the film. Today a movie is supposed to try and convince the viewer of something, although it’s been a long time since anyone talked seriously about a practical use for art.

Besides that, social relevance is becoming a criterion for evaluating artistic merit. At the last Oscars, out of eight movies vying for the statuette in the Best Film category, there was only one without a clear social subtext – *A Star is Born*, a remake of a 1937 film of the same name. The last time a film that did not deal with current social problems won the main prize was five years ago – *Birdman or (the Unexpected Virtue of Ignorance)* by Alejandro Iñárritu. Since then such films have been subjected to discrimination at Oscar time.

It is also symptomatic that film and television professionals have criticized the finale of *Game of Thrones* because the screenwriters offered a psychological solution to the series’ main conflict, which was

²⁴ Eco U. On Ugliness. London, 2007. P. 393.

rooted in social problems. The creators changed the very means of telling the story that they had kept throughout several seasons, and which was based on the literary source. In the final season the writers tried to create living, breathing characters out of the stock heroes whose motives and actions were dictated solely by their position in society. This experiment was met with general dissatisfaction from the actors who played in *Game of Thrones*, as well as from the series' fans.

The French philosopher Jean Baudrillard, who writes about the changes wrought by the rise of the consumer culture, suggests that artistic merit is in no way linked to the social problems or themes that the work of art may touch on. This is because, after Andy Warhol's soup cans, art

...releases us from the need to decide between beautiful and ugly, between real and unreal, between transcendence and immanence. Just as Byzantine icons made it possible to stop asking whether God existed – without, for all that, ceasing to believe in him. This is indeed the miraculous thing. Our images are like icons: they allow us to go on believing in art while eluding the question of its existence. So perhaps we ought to treat all present-day art as a set of rituals, and for ritual use only; perhaps we ought to consider art solely from an anthropological standpoint, without reference to any aesthetic judgement whatsoever²⁵.

For modern American society, the social problems that movies or television series touch on are more important than their artistic merit. The better these problems are highlighted, the better the content seems. So socially relevant issues have come from the periphery to center stage in television and in the cinema.

In large part this is due to the growing demand in Hollywood for films that bring back the concepts of “good” and “evil” that have been lost in the real world. Art films are not interested in such questions: they are deeper and more complex than the eternal confrontation of dark versus light, where there is no room for nuance or grey areas. Even the stories of villains whose nature is explored in many films (for example, *Maleficent*, *Despicable Me*, *The Joker*, etc.), inevitably lead us to the simple concept of the banality of evil. In this way an analysis of current issues gives Americans the opportunity to perfect the system by solving existing problems. At the same time, however, the media is not always reporting on this very problem truthfully. Why not? Read Rule No. 2.

²⁵ Baudrillard J. *The Transparency of Evil: Essays on Extreme Phenomena*. London, 1993. P. 17.

Rule No. 2: How Not to Cover an Issue

So, we found out that the American media is aimed at covering acute social issues. Now let's go over the ways of representing of these issues. Consider an example of the violent crimes.

Over the past several years the “true crime” genre has been gaining popularity: serialized documentary films about real events. On the one hand, this trend is tied to Americans' absolute faith in the value of human life. The United States, with its planetary aspirations, has nevertheless absorbed better than other nations Iosif Brodsky's dictum that “It is probably too late for the world, but for the individual man there always remains a chance”²⁶. While modern Russian media (from television to the Internet) cannot exist without celebrities, even in shows and programs whose format does not require them, as, for example, *Who Wants to Be a Millionaire?* the American media is talking more and more often about the notorious “little man,” the embodiment of the ideas of humanism.

On the other hand, crime, particularly serial murders, has to a certain degree become a sign of the times. The consumer society that arose in the U.S. in the 1920s and had completely taken root by the 1970s, to a large extent changed human interaction. The rise of transnational corporations (from McDonald's to Google) and the process of globalization (from charter flights to the appearance of the Internet) have weakened the significance of the state and led to the creation of a new social order, and, consequently, the development of a new type of personality – who is no longer a citizen of his country, but is, instead, a consumer. Consumerism and the feeling of euphoria associated with it have become the determining factor in human relations. We no longer suppress our desires and obsessions, we express them externally, and without mediation. In the act of consuming the person becomes one with the commodity. What we eat, the brand of clothing we wear, what television series we are discussing – all of that defines us, answers the question “Who am I?” In the same way a serial killer becomes one with his victims.

It's worth noting that it was in the 1970s that America was going through a serious identity crisis. On the one hand, there had been great successes in the struggle for civil rights. On the other, the war in Vietnam was lost, the economy was not doing so well, and the Watergate scandal was driving Richard Nixon to resign.

²⁶ *Brodsky J.* Nobel Lecture [Electronic resource]. URL: <https://www.nobelprize.org/prizes/literature/1987/brodsky/lecture/> (accessed 20.02.2022).

It was during this unstable time that the United States was hit with a wave of violent crimes that were of a different type than before. Unsolved cases multiplied. Tension was rising within the society. In an attempt to change their normal tactics, the FBI created the Behavioral Science Unit – based on a study of human behavior. Two special agents – John E. Douglas and Robert Ressler – began to compose psychological profiles of criminals. In order to study their motivation and gain a better understanding of the details of the cases, Douglas and Ressler conducted interviews with 36 serial killers who were in custody at that time. In the course of their conversations with murderers it became clear that there was a link between the criminal and his victim, that childhood trauma had an influence on their behavior, and that the means of committing and concealing the crime stemmed from facets of the maniac's personality.

In this manner, a serial killer can be identified, not by the number of crimes he commits, but by the nature of the murders. Jack the Ripper, say, predated the consumer culture by quite a long time. In our day murder has become a commodity, in two senses of the word. First, crimes are widely covered by the American media, thereby popularizing the maniacs. Violent death increases newspaper circulations, raises TV ratings and helps movies rake it in at the box office. It is this attention that the majority of criminals are fighting for, since they feel they are not getting enough credit for their “accomplishments”. The media creates monsters with their own hands. Besides, extremely impressionable women with acute mothering instincts, fall in love with serial killers. This might not be all that different from impulsively buying a Giselle dress from a TV vendor while sitting at home on the sofa.

Second, the way that journalists savor the intimate facts of the crime excites others who may be overly impressionable and who want to gain the same notoriety by repeating the murder down to the last detail. The consumer society by inertia continues to try and tempt its audience, even when they're talking about a human life, not a type of tomato. This suggestibility – i.e. the ability to convince and be convinced – is perhaps the most dangerous consequence of variety at the supermarket and the accessibility of information.

Let's take an example. In 1985 a resident of Manitowoc County, Wisconsin, Steven Avery, was sentenced to 32 years in prison for the rape and attempted murder of a young girl. Avery insisted that he had nothing to do with the crime. Eighteen years later Avery was exonerated as a result of a DNA test. In 2003 he came out of prison and filed a lawsuit against the county, demanding millions as compensation for the years spent in prison. The legal wrangling with the state

government began. On October 31, 2005 Teresa Halbach disappeared. The girl had last been seen with Avery. Then they found Halbach's car on his property and the county, just as many years before, arrested Avery, who continued to insist on his innocence and accuse Manitowoc County of trying to escape financial liability tied to his lawsuit. Nevertheless, in 2007 Avery was found guilty of Teresa Halbach's murder and sentenced to life in prison.

In 2015 *Netflix* made a documentary series about the Avery case, called *Making a Murderer*. That's when things got interesting! The ambiguity of the story drew the attention of the American public. Celebrities gave Steven Avery their support (although, to be honest, it went no further than *Twitter* posts). Journalists appealed to then-President Barack Obama to pardon the innocent man (Obama refused, since the case was under state jurisdiction, not under the federal government). The United States in a burst of unity demanded that justice be done, when for eight long years before the series came out no one really cared about it.

How can we explain such attention being lavished on the Avery case? History has seen incidents where innocence touched on serious social problems, such as happened with Jean Calas, a victim of religious prejudice and intolerance. At that time the French philosopher Voltaire was able to rehabilitate the wrongfully accused man posthumously. *The Dreyfus Affair* unfolded in a similar manner: a false accusation motivated by anti-Semitism. The criminal prosecution of Avery called into question the very idea of a fair and independent judiciary in the U.S. Americans wanted reassurance that the judicial system was honest, even though it allowed for a conflict of interest that had arisen during the investigation: can detectives accused of evidence tampering in one case investigate another crime allegedly committed by the same person? All the ambiguity in the Steven Avery case revolves around this one question, as does the manipulation of public awareness.

Documentaries as a genre have one very important characteristic – they try and convince the audience of the truth of what is being depicted. Crime scene investigations, interrogations, videos of court proceedings – all of these video materials, which record important stages of the investigation, do not actually reflect reality. Even court proceedings, which are broadcast live on American television, cannot provide an objective picture. First, because it is a montage i. e., a selection of important information. Online broadcasts are also edited by a director (who selects the angles and switches between cameras). Second, even an eyewitness cannot convey the entirety of a moment – for example, see the reaction of a witness and simultaneously see the expression on the face of the accused. To a greater or lesser extent docu-

mentary film is subjective, even though it should try to deliver a balanced story.

Making a Murderer allowed many Americans to be deceived. The series creators were not trying to prove the accused's innocence, they were trying to show the illegality of the accusation. They tried to say that the clues were planted by the police, and that witnesses' testimony was coerced. You can be sure that if this case had been widely covered during the investigation, instead of many years later, journalists would have been able to get public opinion on their side, which in such cases, by putting pressure on the jury, determines the outcome, as happened in the case of O.J. Simpson. But, alas! Avery has to fight from prison.

The second season, which was released in 2018, is built completely around the arguments of Avery's lawyer, Kathleen Zellner, who uses dubious, sometimes pseudoscientific methods to demonstrate her client's innocence. The authors of the series do not cast even minimal doubt on these methods and continue to assure their viewers that Steven Avery is innocent. Of course they do! After all, who would watch a documentary film about a solved crime, where everything was clean and above-board. A falsely convicted person is another story altogether.

In addition, one shouldn't confuse a conviction in the U.S. judicial system with the real state of affairs. Somebody might actually kill a person, but it might be impossible to prove in court (the accuser might not have enough proof), and the criminal goes free. That is the presumption of innocence – one of the basic legal principles in the U.S.. According to this rule, Avery is a murderer. Whether he actually committed the crime, however, is still in doubt.

The government of Manitowoc County thinks he did. The creators of the docuseries say the opposite. Each is operating from a presumption of Avery's innocence or guilt and interprets facts accordingly. In order to understand what actually happened to Teresa Halbach, you have to look at all of the information. This at least would be fair to the victim.

In 2017 *Netflix* put out a parody of *Making a Murderer* – the pseudo-documentary mini-series *American Vandal*. At the center of this fictional story is the upperclassman Dylan Maxwell, who, because of his reputation as a poor student and a prankster is accused of vandalism by the school administration: Maxwell was supposed to have drawn phalluses on teachers' cars with spray paint. While the teaching staff thinks the case is clear, Dylan's classmate Peter Maldonado is not convinced, and he decides to investigate what really happened and who was at fault. Peter Maldonado is motivated by a

burning desire to become a professional journalist, and therefore relies solely on the facts, and is not afraid to cast suspicion on his own friends or on the authority figures, the teachers.

The main thing that *American Vandal* shows is how *Making a Murderer* should have been done. Common sense, free of prejudice and a false sense of mission, became a parody of real life. The real world should have learned from the fictional world. You can be sure that America will not be afraid to take a few lessons!

Rule No. 3: How to Hide a Problem

As we can see, an inaccurate media coverage of the issues complicates the ways to solve the problems. Some people do not set themselves the task of finding the answers, but persistently try to adapt themselves to changing social and cultural conditions (and this is not an easy task). Therefore, there are more than enough unsuccessful attempts to integrate into the current agenda. Let's look at them! The examples on me, the conclusions on you.

Here is a canonical case! The American brand *Victoria's Secret*, known mainly for its collection of women's lingerie, has been under a lot of pressure from the public for the past several years. The company had long been resisting the policies of inclusivity. Without realizing the risk to his reputation, *Victoria Secret's* marketing director, Edward Razek, crudely dismissed the possibility of allowing, for example, a plus-size model to participate in a show. Later on, Razek acknowledged his mistake, and publicly apologized, and announced the first corpulent model, who actually turned out to be more mid-sized. This did not help the brand. In addition to everything else, *Victoria's Secret* was accused of profiting from child labor and using toxic materials in producing lingerie. To top it all off, some models accused the show's organizers of sexual harassment, and the brand's executive director was linked to the Jeffrey Epstein case. The tension reached such a point that the company at first cancelled the television broadcast of their annual show, and then cancelled the 2019 show altogether. *Victoria's Secret* did not want to adapt to the changing social context. The company's position, which had not changed since the 1990s, was not only outmoded in 2019, it was offensive. In earlier times hardly anybody was bothered by, say, Henry Ford's antisemitism. Today, on the other hand, ideology determines a business's success.

There are better examples of adaptation, although they suffer from being a bit manipulative. Recently 45-year-old model Tyra Banks was photographed in a very candid photoshoot for the U.S. magazine

Sports Illustrated Swimsuit, becoming the oldest model ever to appear on the magazine's cover. This was her way of expressing her support for "everybody that has been told that they are not good enough because of their body, their age, their everything". The public enthusiastically applauded Tyra Banks' position, apparently forgetting that for many years on television shows Banks had shamed models for excess weight or other flaws. Models have to learn to change quickly!

Another example is linked to the environment, which is just as relevant. In June 2018 the British division of *McDonald's* announced that it was replacing plastic straws with paper as part of the company's efforts to protect the environment. A year later *McDonald's* had to admit that the new paper straws could not be recycled, unlike the plastic ones they replaced. It turns out that you can recycle the material, but the straws were so thin that the recycling machines could not handle them. By the way, customers didn't like the new straws, either. The paper they were made of quickly disintegrated, so they could not be used for long. Well, you can always buy a cheap set of reusable straws on *Amazon* or go in for high luxury and order straws from the *Dior* fashion house for \$150. That's a real consumer society!

Covering up problems in many ways delays their solution. Race is still a current issue in the U.S., and the English language affirms the complexity of African Americans' struggle for equal rights. Politically correct terms used to describe the black population of the United States have been evolving over time: coming one after the other, they signaled new stages in U.S. racial policy. Each one of these interim terms (for example, "colored") gradually acquired negative connotations (in this case the term was associated with the era of segregation) and immediately became unacceptable. African Americans do deserve the right to call themselves whatever they like, after all, and we must respect their decision. But cosmetic changes in language do not change the essence of the problem, and this should not be forgotten. Nevertheless, politically correct terms are multiplying. More and more new words are making their way into the dictionaries; it's impossible to remember them all, and why should we? All you need to avoid offending someone is a decent upbringing, which does not allow you to discuss someone's appearance, ethnic origin, or religious and political views. Americans have enough of a sense of humor to keep this tendency in check, and along with all the new politically correct terms there are some that are jokes: a "prisoner" becomes "a client of the correctional system", "old" becomes "chronologically gifted", and "white" becomes "melanin impoverished". It's not yet clear which is more offensive: the concept itself or its politically correct equivalent. But it's definitely a lot more fun when it's the latter.

There's another type of situation when something that has little or no relation to an actual social problem tries to use that problem to hide its true nature, thereby bringing serious harm to society.

The U.S. Open Women's Singles tennis finals were held On September 8, 2018. The decisive match pitted a young Japanese tennis player, Naomi Osaka, against American legend Serena Williams. The hometown stands supported the American athlete, whose victory over her inexperienced rival seemed all but assured. Nevertheless, the Japanese athlete won the first set with a resounding victory. Then the American's trainer, Patrick Mouratoglou, decided to break the rules and tell her what she needed to do to change the way the match was going. The Portuguese judge, Carlos Ramos, noticed this and gave Serena a verbal warning. Williams tried to convince Carlos Ramos that she wasn't watching her trainer (after the match the cameras told a different story) and that, in general she had never cheated in her life, which already sounds like a lie (everyone cheats). Williams was not able to get the decision overturned. But even after voicing her displeasure, Serena was not able to play better. Full of emotion after her defeat in the first set, Serena Williams after her next unsuccessful serve threw her tennis racket on the court, for which the judge issued another warning, this time with a point penalty. Exhausting all arguments in discussions with the referee, she accused the judge of theft and sexism. For her heated rhetoric Serena was fined a game, and, as a result, did not win the title.

After the match the tennis player did not acknowledge that she was at fault, adding a racial component to her list of accusations. Carlos Ramos, who was acting strictly according to the rules, was subjected to attacks from Williams' fans and from some journalists. The judge himself did not get the opportunity to comment on the situation, since according to the rules he could not make a statement to the press, so that he could remain independent. Serena took advantage of this.

This was not the first time that Williams has acted this way, but it's worth noting that every time there has been such a scandal it has been in her hometown tournament in New York. At the 2011 U.S. Open finals Serena rudely insulted the referee on the tower, and at the semi-finals in 2009 she threatened lineswoman that she would "take the ball and shove it down your f*****g throat"²⁷. Along with this, Serena Williams was and remains an outstanding athlete. But she took advantage of this and of her own authority in the most disgraceful way at home in America.

²⁷ Kim Clijsters VS Serena Williams Highlight 2009 SF [Electronic resource]. URL: <https://youtu.be/GTc-gv8tNWQ> (accessed 20.02.2022).

Serena has always been in the avant-garde fighting for equality. She returned to tennis after a difficult birth to show that having a baby was not an obstacle to her continuing her career, but instead a stimulus to new victories. Williams, however, did not understand that by her conduct she devalued the significance of what she was saying. Her speech about the problems of women, whose support she was counting on among the public, had nothing in common with the events on the court. Serena blatantly took advantage of a topic that American women are sensitive about as the simplest way to explain to herself and to the viewers that Williams can't lose, but she can be unfairly penalized.

We should talk about problems; but we should talk about them at the right time, and it should not be done for personal gain. Such conduct nullifies all attempts to solve important social problems. This is what has happened in the U.S. with sexual harassment. For example, film studios are refusing to work with people accused of harassment, not because they are convinced that such conduct is unacceptable, but because their business would be harmed, first by reputation, then financially. Opponents of such measures talk about the presumption of innocence of those accused of harassment. It really is difficult to collect evidence for court in such cases, but everyone knew about Harvey Weinstein before the #MeToo movement. They knew and they kept silent. It's obvious why the victims kept quiet, but the others... Even in 2013, more than four years before the scandal broke, Seth McFarlane, who was presenting the Oscar for Best Supporting Actress, after listing the nominees said "Congratulations, you five ladies no longer have to pretend to be attracted to Harvey Weinstein"²⁸. People in the auditorium laughed, which meant they knew what was happening. Just like director Quentin Tarantino, who later announced that he had known about the sexual harassment, but had continued to work with Weinstein, which he now deeply regretted.

On January 25, 2019, at the *Sundance film festival*, the documentary film *Untouchable* was presented. The film is remarkable in three respects. First, it was made by the British. Americans either did not have the time, they couldn't do it, or they didn't want to. Second, none of the celebrities who said they had been sexually harassed by Weinstein (for example, Angelina Jolie or Gwyneth Paltrow) took part in the film. According to the film's creators, many representatives of the film industry refused to be interviewed, because they feared the consequences. Third, the victims of harassment who were brave enough

²⁸ The 2013 Oscar Nominations [Electronic resource]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SzNoT3Zcw2A> (accessed 20.02.2022).

to talk about what had happened in front of the camera, did not have the language to describe the incidents or to express their feelings. The problem was not adequately described, which meant it could not be fully understood. The women are the first to try to strike the right tone and choose the right words, to describe as exactly as possible the full horror of what they had endured. Those around Weinstein, on the contrary, brushed off their failure to act. Some try to justify themselves by saying that in earlier times there were different ethical standards. Others suggested that the women voluntarily consented to have sex with the producer for their own advantage.

Mutual recriminations do not help matters, however; they just distract us from the root of the problem, dividing Americans into “us” and “them”. The day will come when “melanin-impoverished” Weinstein will join the ranks of the “clients of the correctional system” where he will become “chronologically gifted”. This small step will be followed by a bigger one, but there will always be more problems to come.

Golden Rule

There is no difference if you follow the rules as Americans do, or if you break them as Russians prefer to. The rules themselves are long gone! In 1968, when American consumer society is firmly made up, the world was rocked by a series of student occupation protests in Paris, Soviet troops entering Prague, the civil rights movement and a broad movement in opposition to the Vietnam War all over the United States. There was a crisis of confidence in such big and global ideas as, for instance, communism was. Then all of the general rules and laws went to waste.

Donald Barthelme’s short story *The Glass Mountain* is a great illustration of it. It’s a story in 100 gently numbered sentences on a man climbing a glass mountain. He expects to achieve the top to see “a castle of pure gold” and “a beautiful enchanted symbol”. But the hero is disappointed, when he reaches the end. The symbol turns out to be nothing, and the hero throws it down to the bottom of the mountain. It seems like his climbing has no meaning and every step of the hundred is an unnecessary one. But it’s the only way to moving on. The conclusion you, my dear co-author, and so I reached is a mere paradox. The lack of rules and laws does not mean that Serena Williams was punished for nothing, and Steven Avery should be released from prison instead of Harvey Weinstein. But this contradiction of the world is the most precious value that we all have to protect.

Further Reading

- American Vandal, 2017–2018. Dir. by Tony Yacenda [Electronic resource]. URL: <https://www.netflix.com/ru/title/80117545> (accessed 20.02.2022).
- Baudrillard J.* The Transparency of Evil: Essays on Extreme Phenomena. New York, 2009.
- Beard H., Cerf C.* The Official Politically Correct Dictionary and Handbook. New York, 1992.
- Eco U.* On Political Correctness // Turning Back the Clock: Hot Wars and Media Populism. New York, 2010.
- Making a Murderer, 2015–2018. Dir. by Moira Demos, Laura Ricciardi [Electronic resource]. URL: <https://www.netflix.com/ru/title/80000770> (accessed 20.02.2022).
- Tufekci Z.* The Real Reason Fans Hate the Last Season of Game of Thrones [Electronic resource]. URL: <https://blogs.scientificamerican.com/observations/the-real-reason-fans-hate-the-last-season-of-game-of-thrones/> (accessed 20.02.2022).
- Untouchable, 2019. Dir. by Ursula Macfarlane.

Course 5

Mass Culture in the U.S.
as a National Project
and Export Item

A.B. Okun

A.S. Panov

We seem to know everything about American popular culture. But is it really so? The course will allow you to uncover the secrets of the Hollywood film kitchen, to get acquainted with the main genres of American cinema, its heroes, stars and villains. You will find yourself in the Wild West and Broadway, visit American television, chat with comic book heroes.

Interested in understanding the amazing diversity of American musical traditions? The course will help you with this, you will trace the evolution of the musical culture of the United States from its ethnic roots to the modern mixture of genres and styles. You will learn how sport turned into a national idea in the United States, and athletes have become idols and a symbol of the realization of the American dream.

You will immerse yourself in the world of American youth subcultures with their ways of self-realization and self-expression, penetrate into social networks that allow you to overcome space and time, all boundaries and barriers.

Contents

1. The Most Important Art: American Film as an Industry and a Brand	753
2. All Genres Except the Boring Ones: Hollywood – the Dream Factory or an Encyclopedia of American Life	770
3. The Cultural Heritage of the Wild West	787
4. All the World's a Stage: Broadway as a Symbol of American Culture	798
5. A Mirror or a Window to the World – American Television	816
6. The World in Pictures: How the Comics Won Over America and the World	833
7. Music for All Tastes and Seasons – from Jazz to Rap	852
8. Creating Idols: Sport as a National Project	871
9. Freaks & Geeks – Youth Subculture in America	890
10. Social Media as a New Dimension of U.S. Mass Culture	910

Lecture 1. The Most Important Art: American Film as an Industry and a Brand

At the beginning of May 1893, at the Brooklyn Institute of Arts and Sciences, Thomas Edison held the first public showing of a film made at the “Black Maria”, the first movie production studio in the world, built in West Orange, New Jersey. Thus began the history of American film. At that moment no one in their wildest dreams could imagine what immense changes this event would cause in the lives of the American public.

The Birth of the American Film Industry

As with many other phenomena in the modern world, cinematography was born and became popular during the Industrial Revolution at the end of the 19th century. Thomas Edison had a hand in many innovations of that time, and played a vital role in making film a reality. It was in his laboratory, under the direction of William K.L. Dickson, that the first movie cameras and projectors were developed – the Kinetograph and the Kinetoscope. Dickson was the first director and producer in the history of American film and held the rights to his films. They were short, just a few seconds long, on all different kinds of subjects.

Edison and Dickson anticipated many of the technological innovations in film that would come much later. They tried to unite the Kinetoscope with a phonograph to synchronize image and sound, creating the Kinetophone and the first proto-“talkie” film. They also experimented with color. In 1895 the first colorized film was made, the “Annabelle Serpentine Dance”, with the frames tinted by hand.

All of this, however, could not make up for one critical problem with the final product. Unlike modern films, the short sketches filmed in Edison’s lab were not meant for wide public showings. The Kinetoscope was a large wooden box with eye-pieces. It had been developed for use in special halls, where several machines were placed, crea-

ting conditions exclusively for individual viewing. After paying his 25 cents, the viewer was able to watch short films, going from one machine to the other and peering into the small lenses of the eye-pieces.

Distribution of Kinetoscopes was carried out the same way that phonographs were sold, where one could listen to music and speech through a special tube. Both of Edison's innovations were meant to be used individually. In 1894 Kinetoscopes were first used commercially. The first halls were opened on Broadway, in New York City, and later in other American cities.

Kinetoscopes cost about \$250, and films that could be viewed on them cost no more than \$15¹. Edison wanted his technology to stay on the market as long as possible, and was not interested in the sale of devices that would allow collective showings of films. In this sense the "Wizard of Menlo Park" failed.

The Kinetoscopes stimulated a huge interest in cinematography, and soon inventors on both sides of the Atlantic, such as the Lumière brothers and Thomas J. Armat, began to build devices to record and show films. Unlike Edison, they were oriented towards large audiences, and based their inventions on projecting images on a large screen, between 180 and 270 centimeters high. The era of cinematography had begun.

The cradle of American film was not Hollywood, contrary to widespread opinion; it was film studios in New Jersey, on the Eastern seaboard of the U.S. Land here cost much less than in New York, which made making films a lot cheaper. So American movie studios, which on the cusp of the century began to sprout up like mushrooms after a warm rain, began to move their business to Fort Lee, New Jersey. The first such enterprise was *Kalem Company*, in 1907. Others followed, transforming Fort Lee into the capital of American cinematography for a short time. Many famous directors, producers and actors began their careers here, including David W. Griffith, David O. Selznick, Samuel Goldwyn, Mary Pickford, Douglas Fairbanks, and others.

During its short existence, the *Kalem Company* was notable for other innovations: it filmed most of its movies outside, not in studios, and it was the first American company to organize film production in Europe. In 1912 it carried out its most ambitious project – a feature-length film "From the Manger to the Cross; or, Jesus of Nazareth", made in Egypt and Palestine.

From 1895 to 1905 movie theaters attracted the same audiences that went to theaters, amusement parks and vaudeville shows. This

¹ Belton J. *American Cinema/American Culture*. 4th ed. New York, 2013. P. 7–8.

was the middle class, which earned enough to afford leisure activities, and had the free time to spend two or three hours without pressing business to attend to².

All that changed in the middle of the first decade of the 20th century, when “nickelodeons” started opening in the U.S. These were small movie theaters where tickets cost just a nickel, i. e. five cents. The low price democratized film viewing. While in earlier times the American working class spent its leisure time at home or in bars, now it had access to the magic of film. For the first time in U.S. history people from various social classes, with different levels of education and income, could share the same hobby. This, in turn, had a major influence on the formation of mass culture, geared towards the average consumer.

By 1910 there were more than 10,000 nickelodeons in the United States, showing movies to 26 million Americans every week³. The films themselves were short, of rather poor quality and of questionable content, speaking from the point of view of morality at the beginning of the last century. Nevertheless (or perhaps because of this) there was instantly a huge demand for them.

In 1908 the main movie producers, led by Edison, created the *Motion Picture Patents Company*, in order to have more control over the market. This way they were able to prevent many European films from appearing on the U.S. market, indirectly influencing the formation of a unique national culture.

The *Motion Picture Patents Company* began to pay special attention to the moral aspect of film as a leisure activity, placing the accent on film versions of classics, rather than cheap entertainment. While in earlier times most movies were based on burlesque and vaudeville, or on scandals that appeared on the front pages of newspapers, now viewers were able to see with their own eyes how the heroes they knew from Shakespeare, Edgar Allan Poe, Charles Dickens and Leo Tolstoy came to life on the silver screen⁴.

The *Motion Picture Patents Company* employed harsh methods. Edison, after all, held the rights to most of the technology necessary for filmmaking, which allowed him to shut down producers and distributors who refused to give him a percent of their revenue. On Christmas Eve, 1908 around 500 out of 800 movie theaters in New York were closed for patent infringement. The day went down in history as “Black Christmas”.

² Ibid. P. 9.

³ Ibid. P. 10.

⁴ Ibid. P. 12–13.

In protest, movie studios who did not agree with Edison started using European cameras and film. This, however did not help. In 1909 the “independents”, as they were now called, formed a union to fight the *Motion Picture Patents Company*. Finally, in 1915 the courts ruled that the “Edison Trust” was illegal, and it ceased to exist⁵.

One of the most important decisions of the “independent” studios was their move from the eastern seaboard to California.

Classic Hollywood: Film as a Business, the Studio System in Action

At the beginning of the 20th century the land west of Los Angeles was occupied by ranches. The owner of one of them – Hobart J. Whitley – was the one to invent Hollywood. In 1908 film producers from the Eastern U.S. gradually began to move here. The West turned out to be an appropriate place to make movies: it was cheaper, the *Motion Picture Patents Company* didn't interfere, the sun shone 300 days a year, and Los Angeles was growing nearby and needed entertainment. This is how the American “Dream Factory” got its start.

The first movie made in Hollywood was a short subject – David W. Griffith's *In Old California*, which was shot in 1910. Other representatives of the nascent movie industry followed in the legendary director's footsteps. The first feature-length Hollywood film was Cecil B. DeMille's *The Squaw Man*, which came out in 1914.

By that time the American movie industry was leading the world: in 1914 the U.S. made 369 films, more than England, France and Germany combined⁶. In the following years the tempo increased even further. Expenses, of course, kept pace. While at the beginning of the 20th century it cost between \$500 and \$1,000 to make a movie, by 1920 this had increased to between \$12,000 and \$20,000. Actor's fees under this mass production varied from \$250 to \$2,000 a week, and expenses for screenplays and copyrights went from \$1,000 to \$10,000⁷. Such a price scale, in addition to everything else, meant that new specializations arose, and various aspects of creating a final product became more complex and advanced, – from the screenplay to the post-production phase.

⁵ Monaco P. A History of American Movies: A Film-by-Film Look at the Art, Craft, and Business of Cinema. Lanham; New York; Plymouth, 2010. P. 4.

⁶ Kovtonyuk F.V. American Film Industry in World War I Period // Moscow University Economics Bulletin. 2016. № 5. P. 59. (In Russ.)

⁷ Ibid. P. 63.

Thus, feature-length films quickly became the major focus of the industry, and the cheaper short subjects were preserved in comedies, cartoons, news and advertising. The larger movie companies were the ones who could spend such large sums.

In 1910s–1920s the “studio system” began to take shape, and the big eight movie companies arose, becoming the symbol of “Classic Hollywood”, which lasted until in the 1950s. These included the five major companies – *Paramount*, *Metro-Goldwyn-Mayer* (MGM), *Fox/20th Century Fox*, *Warner Bros.*, *Radio-Keith-Orpheum* (RKO) and three “little” ones: *Universal*, *Columbia*, and *United Artists*. All of these studios opened between 1912 (*Universal*) and 1928 (RKO)⁸.

It’s interesting to note that many of these corporations were created by recent immigrants from central and eastern Europe. *Paramount* was established by the Hungarian Adolph Zukor; *Universal* – by the German Carl Laemmle; *Fox* – by Wilhelm Fuchs, a Jew from Hungary, who changed his name to William Fox when he arrived in the U.S. Russian émigrés also made a major contribution to the growing American movie industry: Lazar Meir from Minsk became Louis Burt Mayer in America, one of the founders of MGM. Ossip Schenker, born in Rybinsk, turned into Joseph M. Schenck, creator of *20th Century Pictures* and first president of *20th Century Fox*. The founders of *Warner Bros.* were the Wonsal brothers from Poland, who changed their first and last names to versions more pleasing to the English-speaking ear after they came to the U.S.

Before these people created movie studios, they had tried many different professions. One was a fur-trader, another gathered and re-sold scrap metal, someone else sold gloves. The movies, most of which had a happy ending, were more to them than just a way of making money. They became the living proof that they had attained the “American Dream”.

However, this was, first and foremost, a business. The conveyor belt system introduced in factories by Henry Ford and the writings of Frederick W. Taylor on the organization of labor had a serious influence on the Hollywood movie industry, based on the vertical integration of production.

A similar approach was adopted back in the era of the “patent wars” between the “Edison Trust” and the “independents”, who had difficulties finding distributors for their films. At the same time many distributors were looking for films that they could show without giving a percentage to the *Motion Picture Patents Company*. They needed each other, which led to various companies forming vertical structures

⁸ *Belton J. Op. cit.* P. 67.

that controlled production from the beginning of filming to the movie's appearance on screens⁹. A vivid example of this type of organization was the story of MGM's creation.

In 1920 Marcus Loew, owner of a large string of movie theaters, bought a small company called *Metro Pictures*, which specialized in shooting and distributing films. Four years later he acquired *Goldwyn Pictures*, which held the rights to Leo the Lion, who became the company's symbol, and then the *Louis B. Mayer Picture Corp.*, a small but ambitious film studio from eastern Los Angeles. Its main advantage was not its films or production capacity, but the directors – Louis Mayer and his star producer Irving Thalberg. They were offered leading positions in the newly created movie corporation. As a result, Marcus Loew's empire controlled both the production and distribution of movies.

In general, this type of approach to the movie business was typical of all the Big Eight studios. The vertical integration minimized expenses, made making movies faster and more efficient. The company could make 40 to 60 movies a year, which allowed them to overlook failures and show films not only in their own theaters but rent them out to others. The independents had a large share of the network. For example, in 1945 only 3,000 out of 18,000 theaters belonged to the movie corporations¹⁰. This number, however, is misleading. In fact, the Big Eight dominated the business, and had no real competition.

This was because of the way that films were distributed in the "Classic Hollywood" era. When an independent theater wanted to buy a picture, it got a copy plus four more on top, often without any stars in the cast. This was the practice of "block booking". Moreover, the distributor did not even have the right to preview the movies, to ascertain their quality; he had to buy all five films in a process called "blind bidding". Thus on the one hand, the studios got the right to offload unsuccessful productions, while on the other hand, the stars who attracted audiences became even more important.

Potential hits first ran mostly in theaters that belonged directly to the corporations. Although there were not a lot of them, they were in the biggest cities, which helped to bring in the lion's share of the box office take. These theaters became real glamour palaces: they held several thousand people and were extravagantly decorated in historical or eastern themes. The studios divided the cities into "zones", with only one movie theater in each.

⁹ Ibid. P. 68.

¹⁰ Ibid. P. 68–69.

Films got to the “second-run” theaters several months after the premiere. The studios also set their own rules for renting out the films. For example, one picture could be shown for seven days in a row, then there was a break of at least a week, after which it returned to the screen. Obviously, under such conditions the independent theaters had almost no chance of becoming real competition to the corporations. One of the few groups that was not in the Big Eight, but still made famous films, was *United Artists*, established in 1919 by Charlie Chaplin, Mary Pickford, Douglas Fairbanks and David Griffith¹¹. One should not forget, however, that all of them were part of the “studio system” and were well-established stars, who could get away with a lot, as long as they fulfilled their contracts.

The World of American Film without Makeup or Illusions

At the beginning of 1920 the American film industry was shaken by a series of scandals involving stars. In addition, movies were blamed by various religious groups and social organizations for having a negative influence on moral standards. Discussions about the necessity to establish some limitations on moviemaking from the standpoint of morality began almost as soon as the industry started. In 1896, Edison’s short movie *The Kiss*, in which a kiss was put on screen for the first time in history (this was the total content of the 18-second tape), caused a serious scandal, with the public indignant at the “shocking”, “indecent” and “immoral” film. In 1921 they turned words into action: the legislatures of 37 states banned around 100 Hollywood films, basing their decision on a Supreme Court ruling of 1915 (which was not revoked until 1952) that the First Amendment did not extend to film¹².

All of this motivated the major companies to pay serious attention to the industry’s public image. In 1922 *Motion Pictures Producers and Distributors Association of America* was created (from 1945 it was called the *Motion Picture Association of America*), as a structure to develop contact with the public and promote a positive image of filmmakers. The first president of the Association was William Harrison Hays Sr., the former U.S. Postmaster General and chairman of the Republican National Committee. The result of his tenure was the development of the Motion Picture Production Code, also known as the Hays Code.

¹¹ Ibid. P. 69–70.

¹² The American Film Industry / Ed. by T. Balio. Madison, 1985. P. 511.

The final version of the Hays Code was adopted in 1930; it stated that filmmakers understood their responsibility for the spiritual and moral development of society. In connection with this they proclaimed the following principles that the U.S. film industry should follow:

1. No picture shall be produced which will lower the moral standards of those who see it. Hence the sympathy of the audience shall never be thrown to the side of crime, wrong-doing, evil or sin.
2. Correct standards of life, subject only to the requirements of drama and entertainment, shall be presented.
3. Law, natural or human, shall not be ridiculed, nor shall sympathy be created for its violation¹³.

Stemming from these principles, the code introduced bans and limitations on showing illegal acts, the use of alcohol and drugs, sexual relations (in part, it was forbidden to show protracted or “lustful” kissing, sexual perversion, sexual relations between blacks and whites, etc.), naked bodies in general, blasphemy, scenes of cruelty and much more.

The adoption of the Hays Code meant the introduction of self-censorship in the movie industry. It was possible to make movies without adhering to this code, but such films had no chance of being shown in theaters belonging to Association members. The Hays Code was refined many times, and new articles were being added right up until the 1960s, when it was finally repealed. Along with the code came the ratings system, which went into force on November 1, 1968 with four categories of films: G, for general audiences; M, for mature audiences; R for restricted audiences (viewers under 17 not permitted without a parent or guardian); and X, for films with openly sexual content. A modified version of the rating system continues to this day.

The formation of professional associations in the American film industry was an important part of its institutionalization. One of the tasks facing the sector was the creation of channels of communication between representatives of various professions participating in filmmaking. *The Academy of Motion Picture Arts and Sciences* was the way of solving the problem. The initiator in this instance was Louis Mayer, who deemed it necessary to have an organization that could act as a mediator in professional disputes and help improve the industry’s image. Its membership would include representatives of the five major cinematography professions: actors, directors, screenwriters, camera

¹³ A Code Regulating Production of Motion Pictures // Exhibitors Herald and Moving Picture World. 1930. April 5. P. 12.

operators and producers. On January 11, 1927, at the *Ambassador Hotel* in Los Angeles, there was an official banquet to announce the Academy's creation. All 36 attendees were founders, and the first president was the actor Douglas Fairbanks¹⁴.

The American Motion Picture Academy began giving awards for contributions to filmmaking. The Merit Award, better known as the Oscar, was first given on May 16, 1929, in the presence of 270 people. The ceremony lasted all of 15 minutes. The winners had been determined in advance, with their names being published three months before the award ceremony. The best film was *Sunrise*, from the prominent German director Friedrich Wilhelm Murnau, who had been working in Hollywood since 1926. Emil Jannings, an outstanding German actor and producer, was given the award for best actor, and Janet Gaynor was named best actress.

It has now been 91 years that the Academy has held its annual ceremony, in spite of crises, wars and social problems; over time it has become one of the biggest events in the world of cinema. The rules for the award have changed many times; beginning in 1930 the names of the winners were kept secret until 11:00 p.m. on the day of the ceremony, and in 1941 they began using sealed envelopes. The name "Oscar" was officially adopted by the Academy in 1939. There are several versions of how this name came about, but none has been confirmed 100%. One version holds that Bette Davis was the first to call the statue by that name; another states that the statue reminded the executive director of the Motion Picture Academy of her Uncle Oscar; still another ascribes authorship of the name to Hollywood journalist Sidney Skolsky¹⁵.

In general, the creation of the Academy and the system of professional awards raised the prestige of cinematography and reinforced the star status of those who won Oscars.

The actual stars of the studio system were, in reality, mere commodities. They created most of the advertising that attracted the public to theaters. Their contracts, however, which resembled the ones that professional athletes signed with football or basketball teams, left a lot to be desired. Unlike the stars of silent films, who signed agreements with studios for short periods (for two or three films), actors from the Classic Hollywood era signed long contracts, for seven years, which were strictly regulated. Actors were forbidden from working on stage, radio or television while under contract. The contract established rules

¹⁴ *Slide A*. The New Historical Dictionary of the American Film Industry. Lanham, 2001. P. 1.

¹⁵ *Ibid*.

for conduct and even invaded actors' personal lives, establishing rules for their dress, hairstyles and how much they weighed.

All actors were unofficially divided into types of roles. *The Academy Players Directory Bulletin* that came out in 1937 offered a complete list and made special mention of who worked with which studio. It also gave the names of actors who did not have contracts. Actresses were divided into several categories. There were the "ingenues" – young, naïve girls like Lucille Ball, who had a contract with *RKO Radio*. There were character actresses and comediennes like Gracie Allen, who worked with *Paramount*. Finally, there were "leading women", among whom the main one was Marlene Dietrich, also with *Paramount*.

Male categories included "Younger leading men", like John Wayne, with *Universal*; "Leading Men" like Spencer Tracy, at *MGM*; "character actors and comedians" like Edward Everett Horton, at *Universal*. In addition, there were separate categories for child actors, like Judy Garland, at *MGM*; for African Americans, like Stepin Fetchit, at *20th Century Fox*, and "Oriental artists" like Keye Luke, also at *20th Century Fox*. It must be noted that minority actors occupied just five out of 245 pages of the Bulletin, which clearly shows their position in pre-war Hollywood.

An actor's life was not easy, although they were the nation's idols, considered to be Fortune's darlings. They worked six days a week, sometimes up to 14 hours a day. They did not have a private life. On the one hand, their contracts strictly limited what they could do, and penalized them for the smallest infractions. On the other hand, their work took up all their time. During his first contract with *MGM* in 1931 Clark Gable appeared in 14 movies. Bette Davis, who became the first actress nominated for 10 Oscars, participated in eight films in 1932¹⁶. The writers Ilf and Petrov in the book *Little Golden America* (the original Russian title of this book is *One-Store America*) described their meeting with her in 1935:

In another pavilion we saw the actress Bette Davis, whom our audiences know by the picture *The Crime of Marvin Blake*. She sat in a chair and in a law voice, but irately, was saying that in the course of ten days she could not find an hour in which she could have her hair washed. She had no time! The picture had to be "shot". "I have to be photographed every day", she was saying in a tired voice while the habitual grin of a dazzling cinema smile was on her face¹⁷.

¹⁶ Belton J. Op. cit. P. 70–71.

¹⁷ Ilf I., Petrov E. Little Golden America. New York; Toronto, 1937. P. 172.

It was no better for directors. The legendary director Michael Curtiz, who made *Casablanca* in 1942, put filmmaking onto the assembly line at the beginning of the 1930s: he cranked out five films a year when he worked for Warner Bros. That was a condition of his contract.

Actors, directors and other participants in moviemaking began to create professional associations to try and protect their rights. In 1933 the *Screen Actors Guild* was formed, which defended actors' rights in negotiations and collective contracts, establishing a fair system for pay, benefits and working conditions, and honoring copyrights. A two-time president of the Guild was the future 40th President of the U.S., Ronald Reagan.

In 1936 directors followed the actors' example, creating their own organization, the *Screen Directors Guild*. Its first president was King Vidor. All of the country's major studios signed an agreement with the Guild that they could only work with directors who were Guild members, and their pay could not be less than \$8,000 per week.

The most famous directors who are not presently members of the Guild, or who for a long time were not members, are George Lucas, Robert Rodriguez (who left the Guild in 2004), and Quentin Tarantino (who didn't join until 2012, after making six feature films).

The Decline of the Studio System

The "Dream Factory", as they called Hollywood, really was an industry, created according to all the rules of business. The "studio system" was extremely successful, it worked smoothly, providing the company owners with money and the stars with fame and recognition. Even the Great Depression could not halt the triumphal development of the movie industry. It was at this time that the movie business underwent a technological revolution, tied to the appearance of sound and color, which greatly expanded artistic possibilities and made the image on the screen even more realistic. In hard times the "Dream Factory" saved Americans from gloomy reality, from hunger and unemployment. In 1928 the movie industry set a record for the number of movies made in the U.S.: 641. It would not be broken until the 2000s¹⁸.

However, the era of Classic Hollywood was coming to an end. Even before the beginning of World War II the Department of Justice

¹⁸ *Kokarev E.I.* Cinema as Business and Politics: Modern Film Industry in the US and Russia. Moscow, 2009. P. 15. (In Russ.)

opened a case against the Hollywood studios, accusing them of conspiracy and of violating antitrust legislation. In 1948 the Supreme Court forced Paramount to begin the process of separating its production capacity from its distribution channels. After this it was the turn of the other companies in the Big Five. *United Artists*, *Columbia* and *Universal*, although they were named co-conspirators, did not have their own theaters, which allowed them to weather the fall of the studio system with fewer losses. The disintegration process lasted until the end of the 1950s¹⁹.

In addition to the criminal cases, several factors contributed to the end of Hollywood's Golden Age. First, society itself began to change after World War II. Workers, protesting low wages and long hours, organized spontaneous strikes.

Second, Americans found different ways of spending their free time: the automobile revolution made outdoor picnics popular, which lowered theater attendance. Movie distributors adapted to this by creating drive-in movie theaters, which were parking lots with huge movie screens set up. The first such open-air theater appeared in America in 1933, but the peak of their popularity came in the 1950s, when there were around 5,000²⁰.

Third, McCarthyism dealt a serious blow to Hollywood's prestige at the end of the 1940s – beginning of the 1950s, when many American cinematographers were accused of un-American activities and were no longer allowed to work in the movie industry.

Fourth, television, which was developing rapidly, became a significant competitor to movies, gaining more and more of an audience. The rise in the standard of living in the 1950s and the drop in the cost of television sets led to 48 million American families owning televisions by 1962.

Sensitive to these trends, actors and directors began to create their own movie studios and to demand contracts with different rules. While in earlier times contracts were made for a certain time period, now stars signed on for a specific film, and received a percent of the ticket sales.

All of this forced film studios to change their business model. Some went to television, others closed down their production arms. Besides this, in the 1960s film companies turned into huge media empires. For example, the industrial giant *Gulf+Western* bought *Paramount*. It also gained control of *Simon & Schuster* publishers, *Sega Enterprises*, which manufactured video games, and *Madison Square Gar-*

¹⁹ *Belton J.* Op. cit. P. 82.

²⁰ *Slide A.* Op. cit. P. 58.

den, the home court of the *New York Knicks*. As a result, film went from the main form of amusement to just one more way of spending free time²¹.

Because of this transformation, studios were forced to cut down the number of films they released, while at the same time increasing their budgets to please a discriminating public. This, in turn, raised the importance of movie stars. The era of blockbusters began: spectacular pictures made for huge budgets using special effects or extravagant sets. The most vivid examples of this kind of film in post-war Hollywood were the sword-and-sandal films, – movies made from biblical or historical subjects, attracting attention with their expensive costumes, the number of crowd scenes, and huge battle scenes. At first gambling on such huge projects as *The Ten Commandments* (1956) or *Ben Hur* (1959) was justified by the huge box office sales. But by the beginning of the 1960s the classic historical film went out of fashion. In 1963 the movie *Cleopatra* flopped, with one of the most famous pairs of actors in the lead roles: Elizabeth Taylor and Richard Burton. An even bigger failure awaited *The Fall of the Roman Empire* in 1964; ticket sales did not recoup even a fourth of the 20-million-dollar budget, which led to the studio's bankruptcy. A whole era in the history of American film was ending.

Classic Hollywood Is Dead! Long Live New Hollywood!

The French “New Wave” had reached the New World by the middle of the decade. Its chief prophet, Jean-Luc Godard, got his inspiration from two sources: black-and-white silent films from the beginning of the century, made by visionaries like Griffith or Eisenstein, and films from directors like Howard Hawks, John Ford, Alfred Hitchcock and Orson Wells, whose *Citizen Kane* is now recognized as the best film ever made, despite its initial failure in 1941.

Fans of such an approach postulated that the key figure in making a movie masterpiece was not the producer or the lead movie star, but the director. The New Wave celebrated this type of filmmaking, and was not shy about borrowing complicated technical tricks from the directors it idolized, turning the visual canvas into a game of veiled quotations, references, and intertextuality.

The creation of such a complex video production demanded serious theoretical preparation. It's not surprising that the main directors

²¹ *Belton J.* Op. cit. P. 83.

of the French New Wave were critics, who wrote mainly for *Cahiers du Cinéma* magazine, one of whom was Godard. It was also specialists who brought it to the U.S. First of all, it was the journalist Andrew Sarris, who wrote the book *The American Cinema* in 1968, in which he examined the history of cinematography in the New World from the point of view of directors, not studios. It was this book that, to a great extent, “made” the cult figure Stanley Kubrick, who became an icon of independent American film²².

Nevertheless, the era of “New Hollywood” would never have come without the socio-economic changes that were happening in American society. In the 1960s there was a sharp drop in the average age of moviegoers. By 1970, young people made up 43% of viewers. They were not interested in films about classical subjects or about the pre-war years, but they were interested in political problems, were rebelling against the old morality and wanted to see a reflection of real-life problems on the screen. Under these conditions the heroes of the movie industry were not big-budget productions, but independent films that appealed to youth. The harbingers of this new stage in Hollywood’s development were movies like *Bonnie and Clyde* (1967), which made \$70 million with a budget of \$2,5 million, and *Easy Rider*, which came out two years later, shot for just \$400,000 and taking in \$40 million at the box office.

The path to glory for most of the new generation of filmmakers was similar: they became famous not by accident or some fortuitous combination of circumstance, but because of their professional education, which was now required of directors. In 1967, 200 American colleges offered just 1500 courses on the theory and history of film and television. Just 11 years later there were more than 10,000 such courses, and the number of film schools grew to 1,000. Film programs in leading universities turned out such famous directors as Francis Ford Coppola (UCLA), George Lucas (University of Southern California) and Martin Scorsese (New York University), all of whom determined the image of modern Hollywood²³. In addition, the professionalization of filmmaking indirectly made it possible to broaden the audience, which now went to the theater not just for amusement, but to engage in the intellectual pleasure of divining the director’s vision.

By making successful box office hits with small budgets, Hollywood’s young directors won more and more trust from the bosses of the industry, who had been afraid to invest in expensive projects with such an unpredictable market. Such films as *Butch Cassidy and the*

²² Ibid. P. 364–366.

²³ Ibid. P. 368–369.

Sundance Kid and *The Sting*, by director George Roy Hill, *The French Connection* and *The Exorcist*, by William Friedkin, and, of course *The Godfather*, by Francis Ford Coppola, cemented the success of the New Hollywood.

Not many studios from Hollywood's Golden Age were able to weather the crisis of the 1960s–1970s unscathed. RKO closed; *United Artists* was bought out by MGM in 1981, which was itself going through some difficult times, ending in bankruptcy in 2010.

The film companies that were doing well financially quite predictably avoided risky projects, trying to find a balance between originality and conformism. After the failure of the film *Heaven's Gate* (1980), shot for \$15 million by Michael Cimino, who had the success of *The Deer Hunter* under his belt at the time, the studios became extremely cautious in choosing directors, even if they were cult favorites.

Under these conditions young directors either had to agree to make entertaining films for a wide audience, or make independent films for a very low budget, in the hopes that some independent film company would become interested in the work and take on distribution.

This is how *New Line Cinema* and *Miramax* worked. They first attained success with the slasher film *A Nightmare on Elm Street* in 1984. The most successful film to date is *The Lord of the Rings*. *Miramax* studio became a significant player on the movie market at the beginning of the 1990s after it helped with the distribution of Steven Soderbergh's first films, as well as those of Quentin Tarantino and Kevin Smith.

The success of independent pictures was, to a large extent, dictated by the fatigue of the audience with blockbusters that were all similar to each other, all with the same type of traditional heroes. Besides, festivals helped in transforming films made by outsiders for small budgets into box office favorites. The *Sundance* festival, for example, established in 1981 by the actor Robert Redford, was a place where beginning directors could find financing for their future projects or companies that were willing to take on distribution.

By the end of the 1990s the border between independent film and the mainstream was disappearing. The films *Pulp Fiction* and *Good Will Hunting* were made for \$10 million each. This was an unbelievable sum for independent directors' films at that time!

At the beginning of the 21st century, Hollywood continued to place its bets on big-budget blockbusters. However, some aspects of the film industry underwent serious changes. Primarily this was the era of the franchise: a series of films with the same characters and subject lines. Obviously, the pioneer in this type of filmmaking was George

Lucas with his *Star Wars*. In the list of the biggest box office successes in the U.S. between 1999 and 2019, only two are not part of some movie universe. These are James Cameron's *Avatar* (2009), which eventually got a sequel in 2022, and the animated film *Frozen* (2013). In the latter case, however, many critics point to Hans Christian Andersen's fairytale about the Snow Queen as a source of inspiration.

What is the reason for this trend? Producers are afraid of putting big money into risky projects, preferring to choose the "safe" bets, i.e. films whose heroes are already known to the audience from books, comics, national history and classic film. This is why there are so many remakes, sequels, prequels and spinoffs in theaters.

Nevertheless, it's not true that Hollywood has completely lost its imagination, trading only on well-known subjects. Directors at the helm of a large franchise are not above taking an ironic look at their own situation and the genre itself, deconstructing its base and making fun of the tropes (*Deadpool*, *Guardians of the Galaxy*).

Television is major competition; it has come a long way from low-budget, one-camera shows to series like *Breaking Bad* or *Game of Thrones*, which are complex both technically and dramatically. Digital online services are also hard on the heels of cinema and are ready to invest significant funds to shoot their own movies using Hollywood stars.

Independent American cinema also continues to develop and is a constant source of inspiration for the rebirth of dead genres. Nicolas Winding Refn, for example, re-invented the neo-noir genre in his film *Drive* (2011), adding elements of the retro-aesthetics of the 1980s. Synthesized music and neon lights, which made up the unique atmosphere of the picture influenced the latest films of the Marvel Cinematic Universe. In 2009 Oren Peli, who made *Paranormal Activity* for \$15,000 using surveillance cameras and a pseudo-documentary style, founded a whole sub-genre of horror films.

In the 125 years that have passed since the first movie showing, using a film made in Thomas Edison's laboratory, American cinema has gone through several stages in its history. On the cusp of the 19th–20th centuries cinematography was accessible to only a limited circle of people. When feature-length films appeared, along with cheap movie theaters, film became a national pastime. The formation of the studio system transformed film into a major art form in the U.S., and New Hollywood is at once the reaction of the public to internal changes and a rethinking of the experience that has been accumulated by cinematographers.

Hollywood today, just like a century ago, is still the "Dream Factory" and the visual illustration of the myth of the American

Dream, where any hopes can find their embodiment. It would be difficult to overestimate the place of American cinematography in the world film industry; it is the trendsetter, a subject of intense discussion and a source of boundless creative energy, which provokes delight.

Further Reading

- Artjuh A.A.* New Hollywood. History and Conception. Saint Petersburg, 2015. (In Russ.)
- Belton J.* American Cinema/American Culture. 4th ed. New York, 2013.
- Bordwell D., Staiger J., Thompson K.* The Classical Hollywood Cinema. London, 2005.
- Kartseva G.B.* The Birth of a Nation: American History in the Movies. Moscow, 2019. (In Russ.)
- Kokarev I.S.* Cinema as Business and Politics. Modern Film Industry in the U.S. and Russia. Moscow, 2009. (In Russ.)
- Monaco P.* A History of American Movies: A Film-by-Film Look at the Art, Craft, and Business of Cinema. Lanham; New York; Plymouth, 2010.
- Sedgwick J., Pokorny M.* An Economic History of Film. London; New York, 2005.
- Slide A.* The New Historical Dictionary of the American Film Industry. Lanham, 2001.

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

- American Cinema – One Hundred Years of Filmmaking: 1 The Hollywood Style <https://www.youtube.com/watch?v=UN1LGXW43Wc>
- Hollywood – Ep 2: In the Beginning <https://www.youtube.com/watch?v=CpO6aiTjldk>
- Hollywood – Ep 3: Singlebeds and Double Standards https://www.youtube.com/watch?v=WKAq6trYuYs&has_verified=1
- Hollywood & the Stars: The Great Stars https://www.youtube.com/watch?v=EELDW-b_K4A
- Hollywood & the Stars: The Oscars: Moments of Greatness <https://www.youtube.com/watch?v=-0O7sLzv6uQ>
- Martin Scorsese – A Personal Journey Through American Movies (1995). New Hollywood in 23 minutes [In Russ.] <https://www.youtube.com/watch?v=7DiRj65WxNU>

Lecture 2. All Genres Except the Boring Ones: Hollywood – the Dream Factory or an Encyclopedia of American Life

Hollywood is one of America's most recognizable brands. Film plays a major role in Americans' lives; it is a type of mirror that reflects all aspects of society. Gazing into this mirror, Americans see themselves, not only as they are, but as they wish to be. Movie heroes become role models, they elicit sympathy and indignation, laughter and tears, pride and shame. They give us an idea of who Americans are, what they love and what they hate, what their value system is. It's film that creates the image of a country and its citizens in the minds of those outside its borders; it is a vital means of communication with the outside world, allowing it to discover America, its lifestyle, its culture, its history and its daily rituals.

From the very beginning of its existence, American cinema was geared towards a mass audience, and the main criterion of success was the box office. There was no dilemma in the minds of those engaged in the film industry over whether it was art or business. For them making movies was primarily an economic endeavor. Questions of aesthetics were secondary. One might say that the very concept of "festival cinema" (i.e., film as a work of high art, intended for a small group of educated viewers and specialists) did not exist in the U.S., just as film festivals where cinematic achievements were screened did not exist for quite a long time. The first film festival in America did not happen until 1957, in San Francisco (25 years after the first Venice International Film Festival).

Because of this, the main figures in American film production were not the directors or even the actors; it was the producers, who didn't care about the opinions of movie critics, but instead were focused on the tastes of the mass audience. Their task was to understand popular demand, to find a subject that would satisfy that demand, have a screenplay written on that subject, invite the director and the actors, and organize the filming. A director's creativity was limited; he was in essence a hired hand, who could be fired at any stage of the process if the producer wasn't satisfied with the work. It was the producer, as a

rule, who held the rights to the final product, he was the one who received the Oscar for the best film of the year.

One indicator of this was the absence of actors' names from billboards and credits for American films until 1920. The first actress given such an honor was Florence Lawrence, which laid the groundwork for the star system, one of the cornerstones of classic Hollywood. Its founder was Carl Laemmle who established the oldest American film studio, *Universal*. Protest against the dictatorship of the producers was one of the main reasons for the creation of *United Artists* in 1919, an independent movie company formed by famous actors and directors, among whom were Charlie Chaplin, Mary Pickford, Douglas Fairbanks, and D.W. Griffith.

It is Griffith's name that is often associated with the transformation of film from cheap entertainment into art. He began his movie career as an actor and screenwriter, and in 1908 started directing. Over the next five years he made more than 450 short films, but he went down in film history mainly as the author of *The Birth of a Nation* (1915). It was the most technically advanced movie of its time. In addition, it was the longest film of the era: three hours of action recorded on 12 film reels. It was no accident that Griffith turned to the Civil War for his theme: he had touched on it in several of his earlier movies. But *The Birth of a Nation* was a grandiose film epic, dedicated to a major event in American history and its consequences. The film's budget was over \$100,000 (around \$2,5 million in 2019 prices), and up to 1,000 extras took part in the crowd scenes.

In this film Griffith developed the techniques of cross cutting and was the first to use various types of shots, alternating close-ups with wide shots and fade-outs; he used motion and sharp cutaways. *The Birth of a Nation* was the first film with its own special soundtrack, bringing together classical music (Beethoven, Wagner), folk songs from the American South, and music composed especially for the film.

The release of Griffith's film turned into a significant and controversial public event. It had enormous commercial success and brought in a million dollars, becoming the first American film production to be shown in the White House, to President Woodrow Wilson. Its showing, however, was accompanied by protests and demands that it be banned because of its racist themes. The discussions and heated emotions surrounding *The Birth of a Nation* were testimony to the fact that film had begun to play a significant role in American society.

D.W. Griffith's cinematic masterpiece brought together elements of epic storytelling, historical narrative, tragedy, melodrama, and techniques more characteristic of Westerns and adventure movies. It could not, however, change the fact that American cinema was deve-

loping primarily as a genre that corresponded to what movie magnates thought would appeal to a mass audience. Film was supposed to distract people from their everyday cares, entertain them, provoke strong emotion, and, most importantly, bring in the cash. For this reason, the most important elements of a film were an interesting plot, vivid, memorable characters, a colorful spectacle and a happy ending²⁴.

These were the ideas that a producer had to live by when he put a film into production. The main principles of a producer's job were developed by Thomas Harper Ince, who is considered one of the fathers of the most American of film genres – the Western.

Once Upon a Time in the Wild West: The Western in American Cinema

The Western became a popular genre in silent films at the beginning of the last century. It should be noted that at the time the taming of Wild West was not so very far in the past, and the spirit of adventure still hovered over the United States. The Westerns told the stories of the viewers' older contemporaries – the explorers and the settlers, in a dramatic or melodramatic context. Western movies came in on a wave of popular demand for adventure stories about the Wild West, which had appeared in great numbers in the second half of the 19th century.

The first Western in film history is Edwin Stanton Porter's *The Great Train Robbery* (1903), shot in Thomas Edison's studio. This 12-minute film produced a real furor and paved the way for one of the most popular genres in American cinema. The movie was based on a true story – the robbery of a mail train by the legendary outlaw Butch Cassidy. The director used a whole series of artistic techniques, new to the time, which gave the spectacle the sense of real action. The most famous scene in the film was the ending, in which the head of the gang shoots straight at the camera, meaning he was, in fact, shooting at the audience. The effect was as great as that of *The Arrival of a Train* by the Lumière brothers: women fainted; viewers ran out of the theater. The impression was so strong that viewers bought tickets over and over, to again experience such strong emotions. The commercial success of the film surpassed all expectations, which sealed the genre's fate. From that moment the Western assumed the most important spot in American film production.

²⁴ Monaco P. A History of American Movies: A Film-by-Film Look at the Art, Craft, and Business of Cinema. Lanham; New York; Plymouth, 2010. P. 6–8.

The Western has lasted through all the changes in film production: sound, color, the rise and fall of the studio system, the development of made-for-television movies. Directors with widely differing aesthetic senses have turned to the Western and continue to do so. This can be explained by the fact that the Western, for all the simplicity of the plots and the one-dimensional characters, harks back to historical myths, values, emotions and experiences that are important to America and Americans. Numerous remakes, the rethinking of various traditional storylines, even parodies are a sign that the Western as a genre is still relevant in modern cinematography. Quentin Tarantino's *Django Unchained* (2012) and *The Hateful Eight* (2015) showed that the public's interest in the Wild West is still keen, provided that classic clichés are served up with wit and style. Many of these clichés came into being thanks to two kings of the Western: the legendary director John Ford (1894–1973) and John Wayne (1907–1979), an icon of the genre and the embodiment of Hollywood masculinity in the mid-20th century.

John Ford (real name – John Martin Feeney), can in fact be considered the creator of the Western as a cinematic genre. He began his career as a director in 1917, and made 60 movies in the silent film era, of which the most successful was *The Iron Horse* (1924), dedicated to the construction of the Transcontinental Railroad. Real success, however, came to the director after he shot the film *Stagecoach* (1939), which is generally recognized as a classic of world film, raising the Western to the level of high art. To a great extent it was this film that determined the development of the Western over the following decades. Ford managed to unite traditional themes of the Wild West with a psychological study of his characters, setting the action in the majestic landscapes of Monument Valley, Utah²⁵. In *Stagecoach* the creative duo of the two Johns (Ford and Wayne) finally took shape, as did the director's signature style, honed in the 1940s–1950s, the Golden Age of the classic Western. In 1956 John Ford made the epic film *The Searchers*, acknowledged by the American Film Institute as the best Western of all time.

Ford did not limit himself to Westerns, however. All of his record four Oscars for directing he received for other genres, one of which was the screen version of John Steinbeck's novel *The Grapes of Wrath* (1941), which, it should be acknowledged, combined several genres, one of which was the Western. Ford's productivity was incredible: in the almost 50 years of his career as a director he shot around 130 films, many of which are classics of world cinema. Such diverse masters of

²⁵ Monaco P. Op. cit. P. 61–62.

the craft as Orson Welles, Ingmar Bergman, Akira Kurosawa, Martin Scorsese, Sergio Leone and many others have spoken of his influence on their work. Orson Welles insisted that he learned about filmmaking by watching *Stagecoach* more than 40 times.

John Wayne (real name Marion Robert Morrison), who was in essence Ford's co-author and colleague, was born in rural Iowa. His father was a pharmacist, and Wayne never even dreamed of a career as an actor; he wanted to be a naval officer. Fate, however, had other plans: during his studies at the University of South Carolina he happened to meet John Ford. This meeting changed everything, including his name, since the legendary film director invented a professional pseudonym for him. Ford first hired the young Wayne for a crowd scene, and then, sensing his potential, suggested that his friend Raoul Walsh cast him in the leading role of his new film *The Big Trail* (1930). This part made John Wayne famous, but he became a real star after *Stagecoach*.

That was when his fairy tale career began. John Wayne, called "Duke", was the most sought-after actor in American cinema. He appeared in 158 films (he usually shot five films a year). By 1956 he was the most highly paid actor in the world: 20th Century Fox paid him \$500,000 per film, an unheard-of sum for that time. For his role in the Western *True Grit* (1969) he received his only Oscar and Golden Globe award, and he was paid a record \$1 million, plus 35% of the box office take. In 2010 the Coen brothers shot a very successful remake of the film. John Wayne's popularity was so great that he was seriously considered as a candidate for vice-president in the 1968 elections. After his death the Santa Ana Airport in California was renamed to the John Wayne Airport and a monument to the actor was erected in it²⁶.

Another legendary figure in the world of Westerns was the "singing cowboy", Orvon Gene Autry (1907–1998). He made his film debut in 1934, when he was already famous as a country-western singer. In all he appeared in 100 films, becoming one of the biggest names in American show-business at the time. Autry is the only artist to have stars in all five categories on the Hollywood Walk of Fame: film, television, music, radio and live performance. For audiences in the 1940s–1950s, Gene Autry embodied the ideal cowboy hero: simple, honest, reliable and brave, who on top of all that sang catchy, melodious songs while playing his guitar. He actively popularized this image and used his phenomenal fame to educate people. He developed the Cowboy Code, also known as the Ten Cowboy Commandments: The

²⁶ Eyman S. John Wayne: The Life and Legend. New York, 2014.

Cowboy must never shoot first, hit a smaller man, or take unfair advantage. He must never go back on his word, or a trust confided in him. He must always tell the truth. He must be gentle with children, the elderly, and animals. He must not advocate or possess racially or religiously intolerant ideas. He must help people in distress. He must be a good worker. He must keep himself clean in thought, speech, action, and personal habits. He must respect women, parents, and his nation's laws. The Cowboy is a patriot²⁷.

This idealized image became part of the myth of the Wild West, with its particular code of honor, brave, solitary heroes, standing against evil in all its forms. This image, however, did not fit easily into the New Hollywood aesthetic of the 1960s–1970s, when film began to demythologize the history of the American frontier, one result of which was a rethinking of the main traditional elements of the genre. An example of this shift are the films *The Wild Bunch* (1969), by Sam Peckinpah (David Samuel “Sam” Peckinpah); *Little Big Man* (1970), by Arthur Penn (Arthur Hiller Penn); *The Outlaw Josey Wales* (1976) and *Unforgiven* (1992) by Clint Eastwood (Clinton “Clint” Eastwood, Jr.); and *Dances with Wolves* (1990) by Kevin Costner.

Another stage in the development of the Western was its internationalization, with modifications like the Spaghetti-Western, with the films of Sergio Leone, starring Clint Eastwood, serving as the best examples. There were also “Red Westerns”, which showed the American Wild West as seen by the countries of Eastern Europe during the Cold War, and “Easterns”, where the action takes place during Russia's Civil War.

A unique indicator of the renewed popularity of the genre are the numerous Western television series: *Hell on Wheels*, *Deadwood*, *Hatfields & McCoy*s, and others. All of this is testimony to the fact that the themes and ideas that make up the basis of the Western genre in film have not yet been exhausted, and will never be.

Gangster Films

D.W. Griffith gave life to yet another genre that became the calling card of American cinema. In 1912 he made a short film called *The Musketeers of Pig Alley*, a melodrama with a criminal theme. This is considered the first gangster film, whose action takes place on the streets of New York, and the heroes are criminals. The theme of the

²⁷ *George-Warren H. Public Cowboy No 1: The Life and Times of Gene Autry*. Oxford, 2007.

criminal underworld in America's large cities became especially relevant in the 1920s, during Prohibition.

The U.S. film industry could not stand on the sidelines with a subject that had such a potential to attract audiences. The result was a whole series of gangster films in the 1930s, like *Little Caesar* (1930), *The Public Enemy* (1931) and *Scarface* (1932). Their heroes were lightly disguised versions of famous criminals like John Dillinger or Al Capone. The thing that distinguished these films from detective films or police procedurals was the fact that their main heroes were the heads of criminal gangs. It was these films of the 1930s that began to form the romanticized cult of famous gangsters, which had little to do with reality.

As with the Westerns, the 1960s–1970s brought a rethinking and a rebirth of the gangster film, mainly thanks to the work of Francis Ford Coppola. He raised movies about organized crime to the level of high art, of epic storytelling, a genuine “gangster saga.” The three parts of his film *The Godfather* (1972, 1974, 1990) received a total of 50 festival awards and prizes. He inspired many directors who were trying to find their own way of showing this dark side of American life. Among these were Martin Scorsese, with his films *Mean Streets* (1973), *Goodfellas* (1990), and *Casino* (1995); and Brian de Palma, who made *Scarface* (1983), *The Untouchables* (1987) and *Carlito's Way* (1993).

Television could not refrain from engaging with such popular subjects, either, which gave rise to series like *The Sopranos*, *Boardwalk Empire*, *The Making of the Mob: New York*, and others.

Comedy

Without question, the most popular mass genre of American film is, was, and always will be, comedy. Initially it was slapstick comedies that dominated. This genre arose from vaudeville, which was based on farce, and was considered vulgar, amoral and a challenge to social norms. In many cases the comedic effect was reached by using editing tricks, primitive special effects, or gags, which were comedic tropes based on a character's obviously silly behavior. It's no surprise that people adored farces, despite the social condemnation of the genre because of its “low” humor.

The father of American slapstick was Mack Sennett, who began mass production of comedy shorts. In his opinion, the main thing that guaranteed success for a comedian was a memorable character. It is he to whom world cinema owes one of its most famous characters: Charlie Chaplin's “The Tramp”:

...I was hurriedly told to put on a funny make-up. This time I went to the wardrobe and got a pair of baggy pants, a tight coat, a small derby hat and a large pair of shoes. I wanted the clothes to be a mass of contradictions, knowing pictorially the figure would be vividly outlined on the screen. To add a comic touch, I wore a small mustache which would not hide my expression. My appearance got an enthusiastic response from everyone, including Mr. Sennett. The clothes seemed to imbue me with the spirit of the character. He actually became a man with a soul – a point of view. I defined to Mr. Sennett the type of person he was. He wears an air of romantic hunger, forever seeking romance, but his feet won't let him²⁸.

Other stars of American comedy in the silent film era also created unique images and styles: Buster Keaton, Harold Lloyd, and the Marx Brothers.

Beginning with buffoonery, American comedy continued its triumphal march on national and world movie screens, taking on new forms and finding various ways of playing on the viewer's emotions. It evolved through synthesis with other genres, which significantly expanded the arsenal of comedic tropes, acting techniques and dramatic methods.

Sound, Color and Cinema Scope

Film as an art form developed hand-in-hand with technological progress. Spawned by the Industrial Revolution, every technological innovation spurred its development, gave it new possibilities and means of expression. The United States, which was the world economic leader, also overtook everyone else in film technology. The most important innovation was sound.

Experiments with sound began at the end of the 19th century, but it did not become technologically possible until the end of the 1920s. The first film with sound was *The Jazz Singer*, made by *Warner Bros.* in 1927.

Legend has it that *Warner Bros.*, which was responsible for making the film, was going through a major financial crisis when the film came out and was on the verge of bankruptcy. The movie saved it.

In reality, this was not the case. *Warner Bros.* was doing relatively well, but the studio was unable to catch up to its bigger rivals like

²⁸ And the Little Tramp is Born // Charles Chaplin Blog [Electronic Resource]. URL: <https://charleschaplin.wordpress.com/2009/03/21/and-the-little-tramp-is-born/> (accessed 02.04.2021).

Paramount and *Fox*, which owned a large string of movie theaters in major American cities. *Warner Bros.* needed a big hit to open up that market. The solution was the creation of a musical with an already famous star – Al Jolson²⁹.

The film's success exceeded all expectation. The reason for this was not just the singing, but the first synchronized dialogue. The future star, who was born in the Russian Empire in a Jewish family, later recalled:

“The Jazz Singer” appealed to me more than any other role because it was a story of my own experiences. I was reliving part of my own life – my early environment and upbringing, my refusal to follow in my father's footsteps and become a Rabbi, my unbreakable preoccupation with singing and acting. As I started making the picture in 1927, I was thrilled by the fact that it was to be the first picture to have singing in it, but I didn't dream that it would also introduce dialogue to the screen. The speaking was accidental. When I sat down to the piano as we began work on a singing scene, I adlibbed: ‘Wait till you hear this, mamma! If I'm a big hit, I'm gonna take you to Coney Island and I'll buy you a black silk dress that'll make a noise when you walk!’ The Warners decided the words might be effective, so several takes were made – and the moving pictures had begun to talk³⁰.

The first line by the film's hero turned out to be symbolic and prophetic: “Wait a minute, wait a minute, you ain't heard nothin' yet”.

After the release of *The Jazz Singer* the film industry was forever changed. By 1929 talking films were the majority. The transition to the new format was not painless, however, since not everyone was thrilled by the innovation. The arrival of sound made new demands on actors, who now had to have good diction. Many stars of silent films were unable to adapt to the new reality and had to end their careers. Others went to speech courses, which opened in Hollywood. An adamant critic of talking films was Charlie Chaplin, who continued to make silent films that became classics: *City Lights* and *Modern Times*. In the end, however, even he had to acknowledge the superiority of the new technology. In 1940 Chaplin made his first completely talking film, *The Great Dictator*.

With the arrival of sound came new film genres that had been impossible before, such as musical comedy and musicals; also new film professions, such as sound operator, film score composers, and others.

²⁹ Monaco P. Op. cit. P. 24–26.

³⁰ Cit. on: Ibid. P. 25.

In addition, dialogue became an extremely important element, which fundamentally changed how screenplays were made. Hollywood began to attract leading American writers to work on screenplays, such as William Faulkner, F. Scott Fitzgerald, John Steinbeck, and others.

Because of the various types of sound technology requiring different types of equipment, the problem of standardization arose. The American Motion Picture Academy solved this in 1932, adopting the “academy” format of sound cinematography, which became the world standard. Thanks to this it was possible to show talking pictures in any movie theater in the world. The only problem was having to re-outfit the theater network, since a set of sound equipment with installation at the beginning of the 1930s cost between \$10,000 and \$20,000, which was expensive even for film distributors. One result of this was a rise in the price of movie tickets, and the end of the nickelodeon era.

After sound came color. There had been attempts in many countries to make color films, using various technologies, from colorizing the film by hand to using color filters. It was not possible, however, to make movies using natural color until the *Kodak company* began producing multilayered color movie film in 1935. The film *Becky Sharp* (1935) opened the color film era, directed by Rouben Mamoulian and made by *RKO Pictures* using themes from William Makepeace Thackeray’s novel *Vanity Fair*.

Finally, another important innovation that had a major influence on cinema was the appearance of the wide screen, or *CinemaScope*. This was an answer to the serious competition from television, which forced filmmakers to look for new technical means of retaining their audiences. The first to make the transition to the wide screen format was *20th Century Fox*, on the initiative of its president, Spyros Scouras. This gave the movie goer much more of a sense of being present than the classic format. The first movie shot in *CinemaScope* was *The Robe* (1953), with brilliant performances by Richard Burton and Jean Simmons.

Sound, color and *CinemaScope* changed more than just the process of movie making; it exponentially widened the array of visual techniques, making film into an unprecedented spectacle. This had special significance for such genres as musicals and animated films.

Musicals

There is a difference between normal films with songs and musicals. If the main characters start singing and dancing, it does not automatically make the film into a musical. Sometimes song and dance are part of the unfolding plot.

A musical is quite different. Musical numbers help us to better understand the characters, they become part of their nature. In addition, the action in a musical unfolds in two different realities: the narrative and the musical. People walk and talk in the first, then suddenly begin to sing and dance in the second. Sometimes the same action is expressed by both methods³¹.

For example, in the 1936 movie *Swing Time*, Fred Astaire plays an adventurous young man nicknamed 'Lucky', who has to earn \$25,000 to show his fiancée's father that he is serious in his intentions. By chance he meets a dance teacher, Penny, (played by Ginger Rogers) and falls in love, which puts him in a moral dilemma. In the end, Lucky's fiancée runs off with someone else, and he understands that it's Penny that he needs. The final scene begins with the two main characters telling each other how they feel, but the dance teacher is not convinced that her former student is sincere. The Lucky begins to sing, trying to tell her how strong his love is.

The dramatic effect attained by singing could certainly be attained by dialogue, but a musical doesn't work that way. The vocal numbers are supposed to strengthen the audience's emotional involvement and are a clear sign that something important is happening on screen. The union of Lucky and Penny, according to the laws of the genre, is not heralded by a kiss, but by a dance, whose intensity mounts towards the end. In this manner dialogue and the musical number, intertwining, make a new reality³².

The star of the film – Fred Astaire was himself quite “lucky.” His real name is Frederick Austerlitz. He was born in a German-Jewish family in Milwaukee in 1899 and demonstrated his talent as a dancer at a young age. Astaire and his sister went off to conquer Broadway, where his skills were much in demand. However, Hollywood remained just a dream. After the talking picture era began, and his sister ended her stage career, Astaire decided to move to California, to try his hand at acting. He was certainly not an immediate hit. At the start producers did not see any great potential in him, describing him thus: “Can't act. Slightly bald. Also dances”³³.

It's true that Astaire's face was not typical of a movie star: long nose, protruding ears, pointed chin. It was the experienced producer

³¹ Bolton J. Op. cit. P. 143–145.

³² Monaco P. Op. cit. P. 46–47.

³³ “Can't Act; Slightly Bald; Can Dance a Little”: Studio Report? David O. Selznick? Apocryphal? [Electronic Resource]. URL: <https://quoteinvestigator.com/2014/08/07/bald/#:~:text=On%20its%20completion%2C%20Grady%20sent,screen%20test%20in%20the%201930s> (accessed 02.04.2021).

David O. Selznick who made him famous, deciding that in spite of his external flaws, Astaire had something special, a charm and grace that the public would love. Selznick turned out to be right. Astaire became a legend in musicals, and his lyrical partnership with Ginger Rogers still inspires filmmakers like Damien Chazelle, who created the Oscar-winning *La La Land* in 2016.

The musical in the 1930s becomes an important film genre not only because of the ingenious use of new technology, but also as a result of the serious socio-economic situation of the country during the Great Depression. Simplicity of presentation, humor and a happy ending helped Americans forget their troubles.

Animation

Along with “grownup” films, movies geared towards children began to appear on screen. The king of the genre, Walt Disney, established his studio in 1923, to make family-oriented movies. However, he did not have the success in that field that he had in animated films. Large movie companies at the time did not see Disney as major competition, because he was making short cartoons with characters like Mickey Mouse or Donald Duck, who appeared in one cartoon after another.

Everything changed in 1937, when *the Disney Company* presented its first feature-length animated film, *Snow White and the Seven Dwarfs*. It took the studio five years and \$1,5 million to make, which was triple the original budget. The bosses of the other film studios were extremely skeptical about Disney’s prospects.

In fact, *Snow White* was a huge success, aided by several circumstances. First, the plot was known to all children from the fairy tale of the same name, so the creators did not have to expose the psychology of the heroes; they just had to paint the well-known story in the most vivid colors. Second, Disney forced the animators to work hard, in order to create depth on the screen. Third, *Snow White* was, in effect, an animated musical. All the songs performed on screen played an important part in exposing the characters. Along with this, it was the songs that, to a great extent, helped to promote the film by becoming popular hits³⁴.

Snow White was a turning point in the history of Walt Disney’s studio. After that came *Pinocchio*, *Fantasia* and *Dumbo*, which once and for all cemented the position of feature-length animated films as a full-fledged part of American cinema.

³⁴ Monaco P. Op. cit. P. 52–54.

Not even World War II, which the U.S. entered in December 1941, could interrupt its rapid development. Participation in such a large-scale military conflict, the deaths of family members and the return of loved ones from the front could not help but influence which films the studios produced. Even though dark films were made in the U.S. before the 1940s, it was during this decade that a new genre was formed – film noir.

Noir, American-style

The term “film noir” comes from the French and became popular in the post-War years. Critics used the term for films in which the central plot revolved around a serious criminal act, and the artistic treatment was characterized by dark, ominous tones. The hero of a film noir is a detective with a complicated war history, who is going through a personal psychological crisis. It’s important to note that the main focus is not on investigating the crime, but on analyzing the characters. This is helped by the hero’s voiceover, as he reflects on the events taking place around him. Films of this type usually have a femme fatale, who uses the hero for her own ends. A characteristic setting for a film noir is a rainy night in an industrial town, designed to underscore the oppressiveness of the post-War period and the depressive nature of the protagonist³⁵.

General opinion holds that the first film noir was *The Maltese Falcon* (1941) with Humphrey Bogart in the leading role. This was the third attempt to put Dashiell Hammett’s novel on screen, a classic of hard-boiled detective fiction. Although the term “film noir” did not yet exist when the film was released, *The Maltese Falcon* contains many of the traits of the genre: gloom, a restrained pessimism and a measured pace.

This film also became a turning point in the career of Humphrey Bogart, who played the protagonist. Up until *The Maltese Falcon* the actor, although considered talented, was seen as the star of cheap gangster B-films. He was not at all young for a rising star; by 1941 he had passed 40. He had already a career in the Navy, dozens of second-rate roles in Broadway shows, alcoholism, depression and the movie image of a dark gangster. *The Maltese Falcon* turned Bogart into a movie star, and his next film, *Casablanca*, into a legend³⁶.

³⁵ *Belton J.* Op. cit. P. 221–226.

³⁶ *Monaco P.* Op. cit. P. 83–85.

The film by Michael Curtiz, released in 1942, is an example of the phenomenal intuition that Hollywood sometimes exhibits. *Casablanca*, shot from a play that had not yet been staged, to a large extent formed the image of World War II for millions of Americans, and Bogart, who played the hero, became a tragic symbol of anti-Nazi resistance. The opinions of viewers and critics of *Casablanca* are so diametrically opposed that at times it seems they are talking about different films. One side notes the surprisingly beautiful and sentimental story taking place against the backdrop of a world at war. The other side points out the numerous clichés that Curtiz's film uses. In any case, *Casablanca* became a cult movie, and can be found close to the top of almost any list of great movies³⁷.

Post-War frustration, the onset of the Cold War, the decline of Hollywood's studio system and the popularization of other leisure activities besides cinema led to a rethinking of priorities in filmmaking. In the 1950s the main genres were light comedies, Westerns and films noir. Characteristic of this period were films based on pre-War themes, or where the action takes place in the past. The musical *Singin' in the Rain* uses popular themes from the 1920s, and its heroes are silent film stars. In turn, the popular comedy *Gentlemen Prefer Blondes*, with Marilyn Monroe, was based on a book of the same name that came out in 1927.

The *New Hollywood period* made a contribution to genre development in American cinema, re-examining many clichés and movie traditions. The result was the appearance of the "revisionist Western", neo-noir, road-movies, and political cinema.

The general developmental trajectory of the American film industry from the mid-1970s was set by *Jaws* (1975) by Steven Spielberg and *Star Wars* (1977) by George Lucas.

In essence, these two movies invented a success formula for the ideal Hollywood film. They were geared to a mass audience, which might know nothing about the theory of filmmaking and just wants to spend a fun couple of hours at the movies. The films were, however, made with intelligence and wit, containing many references and quotes from other films, understood only by specialists and cinema buffs. In addition, Spielberg and Lucas showed that Americans love genre films. Finally, *Star Wars* and *Jaws* are considered to be the founders of the so-called "summer blockbusters", geared towards a young audience and shown as widely as possible.

³⁷ Rokotov V. Hollywood. From "Gone with the Wind" to "Titanic". Moscow, 2001. P. 32–35. (In Russ.)

Jaws was the first low-budget film by an independent director, who used a new distribution system. Before this, films were shown first in one or two theaters in major cities to minimize the risk. Producers waited for the first reviews. If they were good, then several weeks later the number of theaters showing the movie increased. Spielberg's film about the killer shark did everything differently. From the very beginning it was shown in 464 movie theaters all over the country. In addition, its release was accompanied by a large advertising blitz on radio, television and in newspapers, organized by *Universal*, the studio that produced the film. The result exceeded all expectations: with a budget of \$7 million, *Jaws* made \$123,1 million in its first release³⁸.

Spielberg's and Lucas' success symbolized the changes in the studios' approach to filmmaking. From now on the studios would gamble on big-budget movies made by trusted directors, with themes having nothing to do with present-day reality. During the political crises that rocked the U.S. beginning in the 1960s, this approach was justified: viewers wanted to dream about other dimensions (*Star Wars*, *Close Encounters of the Third Kind*), reminisce about the good old days (*Back to the Future*, *Indiana Jones*), or play around with future technology (*Terminator*, *Ghostbusters*).

Film for Export

Almost from the very beginning, the American film industry was geared not only to its domestic audience, but to the external market as well. Active penetration of American cinema, first to European screens, then to other regions, began in the 1920s. By the end of the 1930s American movies accounted for up to 70% of European film distribution. After World War II there was a major expansion of American film productions to world markets, supported by the government as part of public diplomacy.

More than 100 years after the invention of the movie camera, film has become a major industry in the U.S., providing around 2 million jobs. Total revenue from the movie business topped \$105 billion in 2016. The export of American films and audio-visual products is valued at \$16,5 billion³⁹.

³⁸ *Artyukh A.A.* New Hollywood. History and Conception. Saint Petersburg, 2015. P. 155–161. (In Russ.)

³⁹ The U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account (1998–2016): A National Summary [Electronic Resource]. URL: https://www.arts.gov/sites/default/files/BEA2019_Final_National_Summary_Report.pdf (accessed 01.04.2021).

The influence of American film on the world cannot be measured in numbers alone; it must be gauged by how it has influenced directors on other continents. Jean-Luc Godard, for example, greatly admired the American directors of the first half of the 20th century, and he built his style, in large part, by looking to D.W. Griffith, John Ford, Alfred Hitchcock and Orson Welles. The French “New Wave”, of which Godard was a leading representative, was not just a national phenomenon; it changed all of Western cinematography. In terms of its influence on America, the entire aesthetic of “New Hollywood” was formed with a view to the French experience.

The American film industry still sets the example for all the rest. Hollywood attracts cinematographers from all over the world, and the possibility of working there is a dream for many of them, the crowning glory of their professional careers. What is the secret of American cinema’s popularity in the world? Is it just the spectacle, the technical expertise, the limitless fantasy of the writers that brings hundreds of millions of people on all continents into the movie theater? Why is it so appealing and understandable to people of different cultures, who speak different languages, and have different histories? Perhaps it is because American cinema is universal, as universal as the American Dream, built on the belief in human possibility, in man’s right to life, liberty, and the pursuit of happiness.

Further Reading

- Artyukh A.A.* New Hollywood. History and Coception. Saint Petersburg, 2015. (In Russ.)
- Belton J.* American Cinema/American Culture. 4th ed. New York, 2013.
- Kartseva G.B.* The Birth of a Nation. American History in the Movies. Moscow, 2019. (In Russ.)
- Kuchmii V.M.* Old New Hollywood: Film Encyclopedia. Vols. 1–2. Moscow, 2010. (In Russ.)
- Monaco P.* A History of American Movies: a Film-by-Film Look at the Art, Craft, and Business of Cinema. Lanham; New York; Plymouth, 2010.
- Rokotov V.* Hollywood. From “Gone with the Wind” to “Titanic”. Moscow, 2001. (In Russ.)
- Slide A.* The New Historical Dictionary of the American Film Industry. Lanham, 2001.

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

American Cinema – One Hundred Years of Filmmaking: 1 The Hollywood Style <https://www.youtube.com/watch?v=UN1LGXW43Wc>

Hollywood – Ep 2: In The Beginning <https://www.youtube.com/watch?v=CpO6aiTjldk>

Hollywood – Ep 3: Singlebeds and Double Standards https://www.youtube.com/watch?v=WKAq6trYuYs&has_verified=1

Hollywood & the Stars: The Great Stars https://www.youtube.com/watch?v=EELDW-b_K4A

Hollywood & the Stars: The Oscars: Moments of Greatness <https://www.youtube.com/watch?v=-0O7sLzv6uQ>

Martin Scorsese – A Personal Journey Through American Movies (1995).

Lecture 3. The Cultural Heritage of the Wild West

On May 17, 1883 William Frederick Cody, better known as Buffalo Bill, led a procession of Pawnee Indians and cowboys onto a market square in Omaha, to applause from the crowd. This was the start of the most successful of the numerous shows dedicated to the Wild West. These shows, along with the growing popularity of Western-style novels, laid the groundwork for the formation of the image of the Wild West that still dominates in popular culture and the national consciousness.

The Wild West: From Reality to Myth

The concept of the “Wild West” has several aspects; it is simultaneously territory, a historical period, and a collection of all sorts of myths, legends, stories and cultural stereotypes. It’s fairly easy to determine the geographical borders of the region: the Wild West is the entire western part of the U.S., from the Mississippi River Valley to the shores of the Pacific Ocean. Chronologically it existed as a socio-cultural phenomenon from the time the territory was settled in the first third of the 19th century until 1890, when the history of the American frontier was complete. This relatively short historical period had an enormous influence, not only on the country’s development, but on the formation of the national identity, the American national character, the concept of the real American struggling for freedom, explorers, adventure seekers, energetic, courageous people who stoically bear all trials and believe in a bright future.

The Wild West is tied to the images of pioneers and explorers, Indians and cowboys, bandits and lawmen-sheriffs, who oppose each other but also work together to make the frontier culture with its characteristic contradictions: the concept of honor and a cult of violence; a sense of duty and a disregard for the law; an urge to create and an instinct for destruction; individualism and solidarity; senti-

mentality and cruelty. The Wild West provided an endless supply of material for literature and cinema, which then created the romantic legend around it.

The West was the homeland of many heroes of American folklore: Paul Bunyan, the giant lumberjack, and Davy Crockett, the great hunter, the “king of the wild frontier”; the noble hunter and explorer Daniel Boone and the cruel braggard Mike Fink; Johnny Appleseed and cowboy Pecos Bill, who invented the lasso. Stories about them blurred the line between reality and fiction, which in general is characteristic of life in the Wild West in historical memory.

The mythologization of the settling of the West started at the very beginning. Artist George Catlin in the 1830s and 1840s organized several art exhibitions and then a show dedicated to the Wild West, in the U.S., Great Britain and France. They were not very successful, however. At almost the same time magazines and newspapers in the U.S. began to publish stories about the adventures of the frontiersmen. Their popularity led to a whole new literary phenomenon – “dime novels,” fiction geared to the non-discriminating tastes of the mass reader, printed in large editions on low-quality paper. A few are vying for the right to be considered the first: *Maleska, the Indian Wife of the White Hunter*, by Ann Sophia Stephens, and *Seth Jones*; or *The Captives of the Frontier*, by Edward Sylvester Ellis. Both books had a resounding success, selling incredible numbers of copies for that time – more than 60,000 in the first week, then going into numerous reprints (the latest edition of Edward Ellis’ bestseller came out in 2013). The novel about Seth Jones is known to have been one of Abraham Lincoln’s favorite books.

The Western as a significant element of mass popular culture thus became part of American literature. Cheap editions recounting heart-stopping adventures on the frontier were in high demand and were produced in huge numbers. Ellis is the author of at least 250 books (some of them published under various pseudonyms), but the record-holder was Prentiss Ingraham, who wrote more than 600 dime novels.

The height of the Western’s popularity as a mass literature genre is to a great extent linked to the name Ned Buntline (real name Edward Zane Carroll Judson). He himself was a man of the frontier, an adventurer who tried many types of activity from journalism to head-hunting (he somehow managed to detain two criminals, for which he received a reward of \$600). Kicked out of the military for drunkenness, he traveled around the country giving lectures on the dangers of alcoholism. He spent time in prison and was almost lynched. In the end, however, his vocation was writing Westerns. The heroes of his novels were the famous hunters James Butler Hickok,

known as Wild Bill Hickok, and William Cody, known as Buffalo Bill. Buntline insisted that he is the one who came up with William Cody's nickname, under which Cody became world famous. The series of novels about the adventures of Buffalo Bill were popular with readers and brought the author a fairly big income⁴⁰. On the wave of his success Buntline wrote a play about Cody called *Scouts of the Prairie*.

The play's premiere, in which the main roles were played by the author and by Buffalo Bill himself, was held in Chicago in December 1872. Despite scathing reviews, it was a success with audiences and ran for several years in various theaters around the country. William Cody served as a scout in the summer with the American Army, and in the winter came back to the stage⁴¹. The frontier thus came to the stages of American theaters. It is likely that this stage experience gave Cody the idea of organizing his big show "The Wild West".

Buffalo Bill's Wild West

By this time William "Buffalo Bill" Cody was famous throughout the country. He began his military career at 17, during the U.S. Civil War (1861–1865), but he became famous as a hunter and tracker after the War's end. In 1867 he got a contract to supply construction workers on the Kansas-Pacific railroad with buffalo meat, and in a year and a half killed 4280 buffalo (one version says that this is how he got his nickname), thereby contributing to the mass destruction of these animals in America. In 1872 William Cody participated as a guide in organizing the famous buffalo hunt for Prince Aleksei Aleksandrovich (the son of Russian Emperor Aleksandr II) during his visit to America. Thanks to the dime novel Westerns the glory of his real and imagined feats made Buffalo Bill the most famous of all frontier heroes.

All of this allowed Buffalo Bill to create the most popular show dedicated to the Wild West, and to become one of the most recognizable symbols of American mass culture in the world. His image was the embodiment of the Wild West: a Stetson hat, a deerskin jacket, leather boots, a Springfield rifle, which he called "Lucretia Borgia", long wavy hair, his famous moustache and beard. The posters for the show presented him as "the most romantic figure in American history, the idol of every man and boy"⁴².

⁴⁰ See: *Buntline N. Buffalo Bill and His Adventures in the West*. New York, 1886.

⁴¹ *Reis R.A. Buffalo Bill Cody*. New York, 2010. P. 53–54.

⁴² Cit. on: *Moses L.G. Wild West Shows and the Images of American Indians: 1883–1933*. Albuquerque, 1999. P. 250.

According to Buffalo Bill, he was motivated by “an honorable ambition to instruct and educate the Eastern public to respect the denizens of the West by giving them a true, untinselled representation of a page of Frontier history that is fast passing away”⁴³. In addition, of course, very pragmatic interests also played a not-insignificant role: the Wild West craze was an opportunity to make money. William Cody and his team showed wonderful organizational and promotional skills, and he himself became a real show-business star.

In order to make the show more realistic, Native Americans had a significant part in it; among them were the famous chiefs Sitting Bull, Kicking Bear, Red Cloud, Long Wolf, and others. Several times Geronimo came on as a guest star. The show opened with a parade of the whole troupe, followed by performances by cowboys, marksmen, and acrobats. There were also scenes from life in the Wild West included in the program: an attack on a post coach, hunting for buffalo, robbing a train, episodes from the Indian wars. One of the show’s centerpieces was a reconstruction of the Battle of the Little Big Horn, in which General George Armstrong Custer and his men were destroyed. The situation had added piquancy due to the fact that some of the Indian showmen had participated in the battle. The final act was the Indian Attack on the Burning Cabin, in which Buffalo Bill himself took part, along with cowboys and Mexicans⁴⁴.

In fact, *Buffalo Bill’s Wild West* combined elements of a circus performance with rodeo, shooting competitions, races, and theatricalized scenes that illustrated various aspects of frontier life. The show, which lasted for three or four hours, was amazing for the skill of the cowboys, the numerous wild animals that performed as full-fledged partners, and the exotic appearance of the Indians with their strange headgear made of feathers, shooting bows and arrows. Tens of thousands of spectators saw live buffalo for the first time (the few who were still alive after the mass destruction of the herds), had the chance to get to know, at least a bit, the lifestyle and culture of the Wild West. One of the biggest stars was Annie Oakley, a female shooter – the “Peerless Lady Wing-Shot”, as she was portrayed in the posters. She embodied the women of the frontier – real American women, who were just as good as men, and in some ways even better.

The show was a colossal success. Buffalo Bill took it all over the country. In 1885 alone around a million people saw it. Among them was President Grover Cleveland, who expressed a desire to

⁴³ Ibid. P. 8.

⁴⁴ Ibid. P. 22–25.

meet the legendary Indian Chief Sitting Bull. The next year the show visited New York's Madison Square Garden, where it was a great success and ran for several months, receiving rave reviews from General William Tecumseh Sherman, Phineas Taylor (P.T.) Barnum, and Mark Twain.

Mark Twain wrote to Cody:

I have now seen your Wild West show two days in succession, and have enjoyed it thoroughly. It brought back vividly the breezy, wild life of the great plains and the Rocky Mountains and stirred me like a war song... It is often said on the other side of the water that none of the exhibitions which we send to England are purely and distinctively American. If you take the Wild West show over there you can remove that reproach⁴⁵.

The Wild West Conquers Europe

After his triumph on the national level, Buffalo Bill decided to follow the writer's advice and begin his conquest of Europe. The first step was the participation of the show in ceremonies marking Queen Victoria's Golden Jubilee in London. On March 31, 1887, the ship *State of Nebraska* sailed out of New York. On board were 218 members of the show (out of which 97 were Native Americans), 18 buffalo, 2 deer, 10 moose, five Texas bulls, four donkeys and 180 horses. The trip took more than two weeks, after which it required three whole trains to transport the participants and equipment to London, where "Buffalo Bill's Wild West" was the main attraction of the American exhibit⁴⁶. The public came in droves, to see with their own eyes the America they had read about in the news, in the works of James Fennimore Cooper or in dime novels (depending on their interest and education). The Prince of Wales (the future King Edward VII) asked for an exclusive showing, after which he became an ardent fan of the show.

Cody became a celebrity in London; everyone wanted to meet him, from Queen Victoria to Oscar Wilde. He became the prototype for one of the characters in Bram Stoker's *Dracula*. James McNeill Whistler wanted to paint his portrait.

⁴⁵ Cit. on: *Corbett Ch.* Orphans Preferred: The Twisted Truth and Lasting Legend of the Pony Express. New York, 2004. P. 162.

⁴⁶ *Moses L.G.* Op. cit. P. 42–43.

After attending the show Queen Victoria wrote in her journal:

We sat in a box in a large semicircle. It is an amphitheatre with a large open space, all the seats being under cover. All the different people, wild, painted Red Indians from America, on their wild bare backed horses, of different tribes, cow boys, Mexicans, &c., all came tearing round at full speed, shrieking & screaming, which had the weirdest effect. An attack on a coach & on a ranch, with an immense deal of firing, was most exciting, so was the buffalo hunt, & the bucking ponies, that were almost impossible to sit. The cow boys, are a fine looking people, but the painted Indians, with their feathers, & wild dress (very little of it) were rather alarming looking, & they have cruel faces... Their War Dance, to a wild drum & pipe, was quite fearful, with all their contorsions [sic] & shrieks, & they came so close. "Red Shirt" the Chief of the Sioux tribe, was presented to me & so were the squaws, with their papooses (children), who shook hands with me⁴⁷.

The Indians were tremendously popular and were always surrounded by a crowd of the curious. One could say that there was a mutual learning process at play: the British got acquainted with this exotic life of the Wild West, and the Native Americans, who for the first time in their lives had traveled so far away from home, discovered new worlds for themselves. One participant in the performance, Sioux Chief Red Shirt, told reporters:

I started from my lodge two moons ago knowing nothing, and had I remained on the Indian Reservations, I should have been as a blind man. Now I can see a new dawn. [I have seen] the great houses [ships] which cross the mighty waters, the great villages which have no end where the pale faces swarm like insects in the summer sun... Our people will wonder at these things when we return to the Indian Reservation and tell them what we have seen⁴⁸.

In their six months in London, the troupe put on more than 300 shows, which were attended by more than 2,5 million people. The success of this tour made the American showmen welcome guests in any European capital. Altogether, during its existence (1883–1913), *Buffalo Bill's Wild West* toured Europe eight times, always to great acclaim. The trip to Paris in 1889 to the World's Fair was a special triumph, where William Cody's show almost overshadowed the Eiffel

⁴⁷ Ibid. P. 54.

⁴⁸ Ibid. P. 44.

Tower as the main attraction. It made an enormous impression on Edward Munch. In a letter to a friend Paul Gauguin called it “hugely interesting” and even got himself a wide-brimmed Stetson “Boss of the Plains” hat, which had become fashionable. The famous female artist Rosa Bonheur painted Buffalo Bill astride a horse⁴⁹. It was in Paris that Cody met Thomas Edison, as a result of which a scene from “The Wild West” show is among the first movie clips in history. In the following years the troupe went back to Paris several times, where their shows always met with great success. The memory of their tours lives on even today: in modern Parisian Disneyland, one of the most popular attractions is *Buffalo Bill’s Wild West*, a reconstruction of the original program as a circus performance.

While touring in Italy Buffalo Bill met Pope Leo XIII. Cody had planned to put the show on in the Roman Coliseum, but this did not happen because of the poor condition of the arena. In Verona, however, the show did take place in a Roman amphitheater, the famous Verona Arena. The American performance elicited equal delight from crowned heads of state, intellectuals and ordinary Europeans, and it helped to form the romantic image of the country and its inhabitants that was characteristic of the late 19th – early 20th century.

The European triumph added to William Cody’s popularity in his homeland as well. The most successful year for him was 1893, when 18,000 spectators came to his show at the Chicago World’s Fair – an unheard-of number for that time⁵⁰. It is symbolic that it was in Chicago, during the fair, that a young historian from Wisconsin, Frederick Jackson Turner, delivered his famous speech *The Significance of the Frontier in American History*, in which he announced the completion of the history of the Wild West⁵¹. The Wild West, finishing its real-life history, became one of the basic elements of American mass culture. A key role in this transformation, without a doubt, belongs to *Buffalo Bill’s Wild West*.

On the wave of interest in the history of the frontier, similar troupes began to form all over the country (at the beginning of the 20th century there were around 50), but not one of them was able to reach the kind of popularity that belonged to Buffalo Bill. Interest in such spectacles began to wane, in part because of an increase in pos-

⁴⁹ Jones J. *Eiffel’s Tower and the World Fair Where Buffalo Bill Beguiled Paris, the Artists Quarreled and Thomas Edison Became a Count*. New York, 2009. P. 144.

⁵⁰ Moses L.G. *Op. cit.* P. 134.

⁵¹ Turner F.J. *The Frontier in American History*. New York, 1921. P. 1.

sibilities for spending one's free time. The decline of such attractions, however, did not signify a loss of interest in the Wild West among the public. On the contrary, the romantic images of frontier settlers that they created were accepted and amplified by other genres of mass culture in the U.S. and abroad.

The Wild West in Mass Culture of the 20th century

Out of cowboy competitions, where they break horses, hobble bulls and tame wild animals, the rodeo was born – a most popular spectacle and a real symbol of America. The invention of cinematography led to the rise of the Western – that most American of movie genres. Right up until the end of the 1960s Westerns made up around a quarter of all Hollywood movie productions. Those who wished to get more familiar with the customs of Native Americans could take part in a pow-wow, and commercial ranches with hikes through forests and along mountain trails made the Wild West lifestyle accessible for anyone willing to pay for the experience.

The “Wild West” show romanticized and ennobled the image of the cowboy. Instead of an uneducated man engaged in hard and risky physical labor, a hired hand barely able to make ends meet (it's no accident that among cowboys in the 1880s, about one-third were black), the cowboy became a romantic hero, the ideal man, a noble defender of the weak, a role model, a U.S. national symbol. It's completely obvious that the Marlboro man had nothing in common with reality, but he was extremely attractive, eliciting positive emotions and associations.

That's why the cowboy image was actively exploited by American mass culture. The demand for literary Westerns and the popularity of everything associated with the Wild West in American society at the end of the 19th – beginning of the 20th century encouraged respectable authors who wrote for an educated public to take up the genre.

The first such Western was *The Virginian*, a novel by Owen Wister published in 1902. The prototype of the hero was Buck Taylor, who took part in Buffalo Bill's show. Wister, a graduate of Harvard, where he studied with future President Theodore Roosevelt (whose obsession with the Wild West is reflected in his authorship of the historical research document *The Winning of the West*, published in four volumes), made the hero of his book a cowboy who was trying to stand up to evil. The novel was reprinted many times, it was made into a movie six times, becoming a classic of American litera-

ture. Wister, along with such writers as Zane Grey, Max Brand and others brought cowboys, trappers, bandits – some noble and some a lot less so – who robbed stagecoaches and trains, into the realm of high literature.

The most productive author of Westerns in the history of American literature is Louis L'Amour (born Louis LaMoore, 1908–1988). He published three or four books a year, and the combined print run of his books is over 250 million copies. The Western was acknowledged as a full-fledged genre of serious literature in 1950, when Alfred Guthry was awarded the Pulitzer Prize for his novel *The Way West*. In 1986 another Western got the same prize: *Lonesome Dove*, by Larry McMurtry. Both novels were made into movies.

According to Jane Tompkins, a researcher of American mass culture,

From roughly 1900 to 1975 a significant portion of the adolescent male population spent every Saturday afternoon at the movies. What they saw there were Westerns... People from all levels of society read Westerns: presidents, truck drivers, librarians, soldiers, college students, businessmen, homeless people. They are read by women as well as men, rich and poor, young and old. In one way or another Westerns – novels and film – have touched the lives of virtually everyone who has lived during the first three quarters of this century⁵².

This does not involve just American society; the popularity of literary and movie Westerns has long since gone beyond U.S. borders. The author of the first Western published in hardback was not an American at all, but the German writer Karl Friedrich May, and the artistic techniques and images of Western heroes are used in the cinematography of various countries all over the world, including those that are quite far from the Anglo-Saxon cultural tradition. Among these we can mention Italy, Russia, India and Japan.

The influence of images of the Wild West is not limited by the popularity of classic Westerns. In the wider sense the cowboy as a noble solitary hero, fighting evil and defending justice, is a universal figure in American mass culture. George Lucas, for example, said that *Star Wars* was, in essence, an “action-adventure film in the tradition of the American Western”⁵³.

⁵² Tompkins J. *West of Everything: The Inner Life of Westerns*. New York, 1992. P. 5.

⁵³ Wright W. *The Wild West: The Mythical Cowboy and Social Theory*. London, 2001. P. 9.

The image of the Wild West has spread to other areas of culture: clothing, music, dance, rodeo, festivals, leisure, furniture, magazines, advertising, and art. Western-style clothing, from hats to boots, jewelry, furniture, and décor, have assumed a stable place in the fashion industry. Many colorful cowboy magazines are also being published, devoted to style and accessories in the spirit of the Wild West. This fashion spread beyond the U.S. years ago; it is no longer strictly an American phenomenon.

Even more obvious is the Wild West's legacy in the country's music culture. Country or hillbilly music, which was born in the 19th century in the western states of the U.S. as a synthesis of various musical traditions, has taken English, Welsh, Irish and Scottish ballads and given them Mexican and African American rhythms. The simple melodies and texts of these ballads are easy to remember, and were sung around the campfire after a hard day's ride, during rare hours of leisure, accompanied by the guitar, the mandolin, the fiddle, the banjo and the harmonica. The heroes of these songs were cowboys, Indians, frontiersmen. In the eastern part of the country they were almost unknown; interest in these songs grew only at the end of the 19th century. Here, again, we can't forget Buffalo Bill's show.

His performances were accompanied by a musical group playing Western songs. *Buffalo Bill's Cowboy Band* (the name that the group performed under) was led by William Sweeney, who did all the arrangements and wrote original music for the show. As a rule, the performance began with the *Star Spangled Banner* long before this song became the national anthem in 1931.

The cowboy songs performed during the show became fashionable, like everything to do with cowboys, at the beginning of the 20th century. In 1910 the famous American folklorist Joe Lomax published the first collection of Western music, *Cowboy Songs and Other Frontier Ballads*⁵⁴. After that, country music's popularity grew, and it began to be looked at as an important part of America's national culture. The wide use of romantic cowboy ballads in Hollywood Westerns turned them into part of the musical mainstream, constantly playing on the radio, in movie theaters, and later on television. The country-western style in the 20th century is yet another significant part of the legacy of the Wild West in American society.

These cultural traditions have become so ingrained in American life that it's impossible to imagine American society without jeans and Westerns, country music and cowboy boots, the banjo and the rodeo. These attributes are a source of pride as well as an object of irony, used

⁵⁴ Lomax J. *Cowboy Songs and Other Frontier Ballads*. New York, 1910.

as symbols and instruments of cultural diplomacy. In 1997 Secretary of State Madeleine Albright wore a cowboy hat during her diplomatic tour of Europe, and President Bill Clinton brought such hats as gifts for world leaders at the economic summit.

The Wild West is, perhaps, the most popular myth of modern world culture. The myth of freedom, of unlimited possibilities and genuine human relationships, of good and evil, eternally battling it out, and of the inevitability that good would win. The myth of noble, courageous men, beautiful and equally courageous women, of honor and glory. It has long since lost any direct link to a concrete historical period or geographic region; the myth is deeply integrated into ethical and aesthetic concepts of the ideal, and in this sense, it is timeless and international.

Further Reading

Carlin R., Ching B. American Popular Music: Country. New York, 2005.

Cody W.F. The Wild West in England. Lincoln, 2012.

Griffin Ch.E. Four Years in Europe with Buffalo Bill. Lincoln, 2010.

Moses L.G. Wild West Shows and the Images of American Indians: 1883–1933. Albuquerque, 1999.

Reis R.A. Buffalo Bill Cody. New York, 2010.

Stukalin Yu.V. The First Encyclopedia of the Wild West, from A to Z. Moscow, 2014. (In Russ.)

Wright W. The Wild West. The Mythical Cowboy and Social Theory. London, 2001.

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Buffalo Bill (1908) – *William F. Cody* on Horseback – Wild West Show Tour https://www.youtube.com/watch?v=_pZ8k00qyLk

Buffalo Bill's Wild West <https://www.youtube.com/watch?v=g3meHAqxuDI>

Epic Wild Western Music – Cowboys & Outlaws <https://www.youtube.com/watch?v=hUXf1TDEuFM>

The Life of Buffalo Bill. 1912. <https://www.youtube.com/watch?v=sXTulInVO8U>

The William F. Cody Archive: Documenting the Life and Times of Buffalo Bill <http://codyarchive.org/>

Lecture 4. All the World's a Stage: Broadway as a Symbol of American Culture

On March 3, 1899, a rainy spring evening in New York, dozens of carriages with elegantly dressed men and women came from various neighborhoods to the corner of 42 Street and 7th Avenue. Here the newly built Victoria Theater awaited them, which belonged to Oscar Hammerstein I, a German immigrant who had grown rich producing cigars and had invested his money in the theater business. This is how *The New York Times* described the new theater and the success of the premiere:

Everybody was there who reasonably have been expected to go there. The audience filled every seat and crowded the capacious lounge back of the orchestra stalls. A list of selected names would be quite superfluous. Even the gallery was filled with well-dressed women and men in evening dress⁵⁵.

Audiences who had been enjoying vaudeville in which the popular Rogers brothers performed, had no idea that they were participating in an historic process of forming a new center of world theater arts: the famous Theater District at Times Square (up until 1904 known as Longacre Square).

However, before becoming the acknowledged standard of theater culture and business, American theater had to travel a long and complicated path.

The Birth of American Theater

The history of American theater goes back to the Colonial period. European settlers brought with them not only their economic and technical knowledge and customs, but their cultural traditions, habits, and ways of spending their free time. Theater, as spectacle and entertainment, was one of those traditions and a popular means of

© Okun A.B., 2023

⁵⁵ The New York Times. 1899. March 3. P. 6.

relaxation. That is why theaters began to open in the first half of the 18th century: first in 1709 in Williamsburg, Virginia, then in 1736 in Charleston, South Carolina. Dock Street Theater in Charleston was the first building built especially for theater performances. It was here that the first audiences in what is now the United States saw the opera *Flora*.

However, a theater is not so much a building as a troupe of actors capable of breathing life into walls and dusty stage sets, entertaining audiences, forcing them to laugh and cry. This is where the problem lay, since, in the best case, only rare foreign troupes on tour made it to the American stage, not always with the highest professional level. But it is a well-known fact that demand gives rise to supply. In 1752 the brothers Lewis and William Hallam gathered a professional troupe in Europe and brought it to Williamsburg, establishing the first-ever theater company in the Colonies.

The Hallam Theater opened the season on September 15, 1752 with a performance of *The Merchant of Venice*, by William Shakespeare. The repertoire consisted of shows that had enjoyed success in London, predominantly Shakespearean plays and English comedies of the era. However, America's first professional theater did not last long; the reason for this was the extremely negative attitude of various denominations of the conservative Protestant Church to the theater. Under pressure from the Church, theater performances were banned by law in Massachusetts (1750), Pennsylvania (1759) and Rhode Island (1760). In the other colonies there was no official ban, but even there the Church was actively opposing theater. In New Hampshire in 1762 a troupe of actors was denied entry to Plymouth because their plays had a "peculiar influence on the minds of young people and greatly endanger their morals by giving them a taste for intriguing, amusement and pleasure". One of the consistent opponents of theater, a Congregational minister, theologian and rector of Yale College, Timothy Dwight IV, justified this negative attitude thus: "We have seen the final issue of Stage obedience, the loss of the most valuable treasure, the immortal soul"⁵⁶.

As a result, the Hallams' theater was forced to move to Jamaica. In 1758 Lewis Hallam, Jr. established the *American Company*, which opened a theater in New York. The biggest star, and later the director of the theater was Lewis Hallam, Jr. himself, who was long considered the best Shakespearean actor in America, and the first American Hamlet. It was in this theater that American playwright Thomas Godfrey's *The Prince of Parthia* was first performed in 1767. Hallam went

⁵⁶ Dwight T. *An Essay on the Stage*. Middletown, 1824. P. 164.

down in the history of American theater as the first actor to perform in “blackface”: in 1769 he sang the song “Dear heart! What a Terrible Life I am Led” in dark makeup⁵⁷. The *American Company* kept a de facto monopoly on theater right up until 1790.

Tough times for American theater continued for a while. During the War of Independence, the Continental Congress banned all theatrical performances along with “horse-racing, and all kinds of gaming, cock-fighting, exhibitions of shews, plays, and other expensive diversions and entertainments”⁵⁸. This ban, nevertheless, was unable to stop American theater from developing, and it did not shut down amateur productions. Moreover, in the American Army itself the officers encouraged theatrical performances on historical and revolutionary themes to raise the soldiers’ morale. In April 1778 George Washington and his army saw a production of Joseph Addison’s play *Cato*, one of the most popular plays in America in the 18th century. It is thought to have been Washington’s favorite play; he equated himself with the hero of the play, Cato, who stood up to Caesar’s tyranny⁵⁹. This was testimony to the fact that bans cannot stop the demands of the public.

The end of the 18th century was an important stage in the history of American theater. The end of the period of bans and restrictions, the rapid development of every aspect of life in the young republic, opened new opportunities for development. William Dunlap played a prominent role in this development and is known to history as “the father of the American theater”. He was the first professional American playwright (he earned his living by writing plays); besides this, he was an actor, an artist (among other things, he painted a portrait of George Washington), a producer (he managed two theaters in New York), and an art historian (in 1834 he published his three-volume *History of the Rise and Progress of the Arts of Design in the United States*). He wrote more than 60 plays, some of which were authorized translations from French or German. Dunlap’s original plays were based on American themes and they had historical figures as characters. The most successful of these were *The Father* (1789) and *André* (1798), the first plays he published and performed in New York theaters. Thus, by the beginning of the 19th century, the basis for a national theater culture had been laid in the U.S., closely tied to European (mainly British) traditions, but gradually acquiring originality and a unique combination of various diverse trends.

⁵⁷ Lhamon T. *Jump Jim Crow: Lost Plays, Lyrics, and Street Prose of the First Atlantic Popular Culture*. Cambridge; London, 2003. P. 412.

⁵⁸ Brown J. *The Theatre in America During the Revolution*. Cambridge, 1995. P. 6.

⁵⁹ *Ibid.* P. 58.

From “Wandering” Theaters to Theater Syndicates: American Theater in the 19th Century

The rapid rise in immigration and the wave of settlers moving Westward, where cities were springing up, changed the theatrical geography of the country. Along with their potential audiences, troupes of actors also headed West. Since maintaining a permanent theater was too expensive, the public's need for entertainment was met by traveling troupes. They moved from town to town, as a rule, performing one play that ran as long as people kept coming. One particular type of traveling show were the “floating theaters”, that in summertime traveled by riverboat along the waterways, putting on their show in every population center along the banks, big or small. The liveliest theater route was the Mississippi River, and the boat's captain was usually the director of the floating theater troupe. The repertoire ranged from crude farces to naïve melodramas, which perfectly suited the simple, undemanding tastes of the poorly educated provincial public.

“Floating theaters” lasted until the end of the 19th century and left their mark on American culture. The events depicted in the famous Broadway musical *Show Boat* took place on board a river theater, and satirical descriptions of performances can be found in Mark Twain, in *The Adventures of Huckleberry Finn*.

At the same time, permanent theaters were being created in the country's large cities, and special buildings were being put up. The oldest of the theaters still operating in the U.S. today is the Walnut Street Theatre in Philadelphia. It was established in 1809, but the first performance, *The Rivals*, a comedy by the English playwright Richard Brinsley Sheridan, was not staged until 1812. President Thomas Jefferson and the Marquis de Lafayette were present at the première⁶⁰. This theater was the first in America to have gas lighting and air conditioning, and in 1892 they installed electricity. The other theater capitals in the U.S. were New York and Boston. The repertoire at these theaters was geared towards a more respectable public: Shakespearean plays were popular, as were melodramas by American authors, including plays adapted from novels by contemporary authors, for example, *Uncle Tom's Cabin*, by Harriet Beecher Stowe.

Brilliant actors shone in these plays, among whom was Junius Brutus Booth (he was named in honor of Marcus Junius Brutus, who

⁶⁰ Halvard B., *Sylvester M.D.* Walnut Street Theatre. Charleston, 2008. P. 7.

killed Julius Caesar), who arrived in 1821 from England and founded a whole acting dynasty. One of his sons, Edwin Booth, was the leading American tragic actor of the second half of the 19th century, attaining particular renown in the role of Richard III. Another son, also a well-known actor, John Wilkes Booth, went down in history, not for his success in the theater, but as the assassin of President Abraham Lincoln in a loge at Ford's Theatre in Washington, D.C. In this tragic manner the history of American theater is intertwined with U.S. political history.

Other stars of the stage at that time were Edwin Forrest and Charlotte Saunders Cushman, who specialized in Shakespeare.

However, drama theaters were more the exception than the rule. Right up until the end of the 19th century the main genres were simple melodramas, burlesque, farce, basic comedies and minstrel shows. At the end of the century the era of vaudeville began, shows without a central theme, made up of separate musical numbers, singing and dancing.

The new wave of European immigration that began in the 1880s brought new trends in the life of the theater. Immigrants from Italy brought with them their love of opera. The history of the Metropolitan Opera began in New York in 1883, after which opera theaters were opened in Chicago, New Orleans, Boston and other cities. A real opera boom was connected to the American tours by famous European directors and singers, the most famous of which was Enrico Caruso. From 1903 to 1921 he was the leading soloist of the Metropolitan Opera.

Industrialization, the rise of cities and the urban population, technical innovations were reflected in the evolution of the theater business. A developed transportation system made it much easier to arrange tours throughout the country. Permanent theaters were being built even in small cities, the spread of electricity not only allowed the stage and theater to be lit, but made lighting effects possible, as well as an improvement in theater design, both the building itself and the interior. All of this raised the attractiveness of theater productions and increased the revenues of entrepreneurs. Audiences were especially interested in seeing famous actors, which led to the formation of the "star system", anticipating a similar practice in cinema several decades later. Famous actors brought in the money, so they became the masters of the situation, dictating their conditions and determining the repertoire, as well as receiving high fees.

The monopolization that occurred in various spheres during the "Gilded Age" of the 1870s to the 1890s could not help but affect the growing theater business. In 1896, six major American theater ma-

nagers merged into the *Theatrical Syndicate*, which controlled the activities of the theaters, the sale of tickets, the hiring of actors and the organization of tours throughout the country. It received a commission from every ticket sold, and without its permission it was impossible to rent a theater or gather a troupe of actors. One of the creators of the Syndicate, Mark Klaw, described it this way: "The Theatrical Syndicate has brought order out of chaos, legitimate profit out of ruinous rivalry"⁶¹.

However, far from everyone agreed with his assessment. Independent theater managers and many actors attempted to resist its dictates, but in the end they were forced to submit. In one thing, though, Mark Klaw was right: the monopoly allowed the Syndicate to get the lion's share of all income in the theater industry. This was achieved using a tactic already proven successful by the traveling theaters: putting on a successful show in various theaters as long as it was bringing in audiences. After that it was taken down and a new project begun. Such a practice did not leave room for experimentation, limited the creative opportunities for directors and actors, but allowed for maximum profit.

Such a situation could not last long; the Syndicate's competitors took advantage of the theater workers' mass dissatisfaction. In 1900 brothers Lee, Sam and Jacob Shubert, sons of an immigrant from the Russian Empire, founded their own company, *The Shubert Organization*, and went into the theater business. After starting their venture in New York, over the next several years the Shubert brothers became the owners of a string of theaters throughout the country. The final blow to the Syndicate came in 1910, when a large group of the country's leading actors and playwrights left it and went to the Shuberts, after which 1200 theater managers united in the *National Association of Theater Owners*. This meant the end of the *Theatrical Syndicate's* omnipotence, and the beginning of a new era in the history of American show business.

By the beginning of the 20th century, the process of forming a national theater system was completed. The system had its own principles of organization and management, an extensive network of theaters throughout the country (1752 registered theaters), popular genres and the star system, formed by the traditions of drama and the school of acting. The era of Broadway had begun, turning New York into a world theater capital.

⁶¹ Cit. on: *Holmes S.P. Weavers of Dreams, Unite! Actors' Unionism in Early Twentieth-Century America*. Chicago, 2013.

Broadway: Symbol and Brand of American Culture

The Theater District, known all over the world as Broadway, is located in central Manhattan between 40th and 54th Streets from north to south and between 6th and 8th Avenues from East to West. Here, in a relatively small area is the heart of American theater. The beginning of the Theater District's history can be traced to the 1883 opening of the Metropolitan Opera on Broadway. After that Oscar Hammerstein I built several of his theaters here, one of which was the Victoria in 1899. At the present time there are 41 professional theaters in the Theater District, each of which can accommodate at least 500 persons. Most of them were established in the first half of the 20th century, and the oldest of those still operating are the Hudson Theatre, the Lyceum Theatre and the New Amsterdam Theatre, all built in 1903.

Broadway remains the most commercially successful theater project in the world. In the 2018–2019 season the total audience for Broadway theaters was 14,768,254 persons, which brought in more than \$1,8 billion. The main figures who determine the repertoire are the producers, many of whom are in *The Broadway League*, along with theater owners. The League coordinates relations with various theater groups and professional guilds and chooses the winners of the Tony theater awards. Broadway is dominated by monopolies. Most of the theaters belong to one of only three organizations: The Shubert Organization has 17 theaters, *The Nederlander Organization* has nine and Jujamcyn has five.

Broadway shows are commercial projects, whose main task is to bring in a profit for the producers and investors (the so-called “angels”) who finance the production. This has led to the practice where the run of a show is not determined at the outset; it runs until it stops being popular and no longer brings in the money. The star system attracts the audience: as a rule, during the opening season stars of film and television – well-known and popular actors – are engaged. Their contract is for several months, and, if the show is a hit, they are replaced by other actors. For example, in the 2012–2013 season the biggest stars on Broadway were Al Pacino and Scarlett Johansson, while in the 2018–2019 season it was Denzell Washington.

Since putting on a modern show requires huge expenditures, producers try and squeeze out the maximum revenue before replacing it with a new show. This has led to the practice of a theater putting on one show throughout the week, from Tuesday through Saturday, as long as it is attracting an audience. The most successful productions then go on the road, increasing the audience.

American theater, of course, is more than just Broadway. In the past few decades it is Off-Broadway and Off-Off-Broadway that are playing a major role in developing theater in the country, and serve as the venue for stage experiments, for the search for new means of expression. However, the indicator of success for these projects is their later transfer to a Broadway theater. Just as in earlier times, seeing one's name in lights on Broadway is the dream of many playwrights, directors and actors.

There is a special theater prize, the Tony, for Broadway shows. It was introduced in 1947 as a counterpart to the Oscar for film. In 2019 the award for Best Play went to *The Ferryman*; *Hadestown* got the award for the Best Musical, as well as awards in seven other categories. For the first time in history the Tony went to an actress confined to a wheelchair. This was Ali Stroker, who received the award for best featured actress in a musical, in a new version of the classic musical *Oklahoma!*⁶²

The musical has become the most popular genre on Broadway, occupying around 70% of all theater space; it is the real king in the world of U.S. theater. The history of the American musical is in itself an entertaining show. The curtain rises...

His Majesty the Musical
(A presentation in three acts with two intermissions,
a change of set and characters)

Act One: The Making of the Genre

The musical is different from other types of musical theater in the organic union of action, dialogue, music, song and dance in one theme. All of these elements serve one goal: to attain the greatest degree of expression, act on the audience's emotions, make them empathize, laugh, identify with the heroes and as a result be delighted with the brilliant spectacle, the catchy tunes and the actors' skill. In this sense the musical is the ideal form of entertainment for everyone, attracting the most diverse audience from millionaires to the unemployed, from university professors to school students, from businessmen to housewives. Most likely this is why the musical has become the most American of all theater genres, the calling card of American

⁶² Tony Awards [Electronic Resource]. URL: <https://www.tonyawards.com/winners/year/2019/category/any/show/any/> (accessed 01.04.2021).

show business, and has had a huge influence on the development of mass culture all over the world.

Theater historians are still arguing about how and when the musical was born as a specific genre of musical theater. Traditionally *The Black Crook*, produced in New York in 1866, is considered to be the first show to contain all the elements of a musical. The show, which lasted for more than five hours, combined the Faust story with French ballet, songs and grandiloquent dialogue. The audience was most surprised by the ornate scenery and the costumes on the huge cast of characters, which consisted of 263 actors. Despite disastrous reviews calling the production tasteless and vulgar, it enjoyed great success with the public and was shown 474 times over 16 months, a record for that time. It then completed a successful tour around the country and was revived several times in subsequent years. In 2016, in honor of the 150-year anniversary of its première, *The Black Crook* was once again produced on Broadway.

Nevertheless, this show cannot be considered to be a real musical in the modern sense. The action, music, song and dance are united mechanically; they are not well connected. This allowed later productions to swap out numbers, include new songs and cut the action. However, the success of the show set the course for the development of Broadway theater: the public wanted entertainment, and it got just what it was looking for.

In later years the musical became an independent genre. It included elements of operetta, comic opera, burlesque and vaudeville, putting them together in various proportions and combinations. One of the most successful examples of this synthesis was *A Trip to Chinatown*, produced on Broadway in 1891 and running for 652 shows over two years (this was a new record, which held until 1919). *The Belle of New York*, in 1896, became the first American musical to be shown with great success in London, Paris and Berlin. These tours were a harbinger of the future triumphal procession of this new American theater across the stages of the entire world.

After World War I, the entertainment industry began to develop rapidly in the U.S.; the public was trying to forget recent tragic events. Besides this, the period of prosperity in the 1920s was accompanied by a growth in the urban population, and a rise in its wealth. Musical theater was the ideal genre to answer the public's demands and possibilities. The première of the musical *Irene* was proof of this; it was shown on Broadway in 1919, setting the record for the greatest number of performances (675) until 1938. For a while the traditional revue, which contained separate songs and numbers unrelated to each other, provided competition to the musical. The most famous

of these was the *Ziegfeld Follies*, a series of shows put on annually from 1907 to 1931. Their producer, Florenz Ziegfeld, relied on colorful musical numbers, extravagant costumes, and beautiful actresses, and he was able to attract talented writers. At various times he had prominent composers like George Gershwin, Irving Berlin and Jerome Kern working with him.

The musical finally won out, however, incorporating ragtime rhythm and jazz, which opened new possibilities for development. *Shuffle Along*, the first Broadway musical created by African Americans, deserves special mention. It was rooted in jazz, and the songs became instant hits. The most famous of them, "I'm Just Wild About Harry", was used in 1948 for Harry S. Truman's election campaign. This musical launched the careers of such outstanding singers as Josephine Baker, Paul Robeson, Florence Mills, Adelaide Hall and others. But its most important role was in the desegregation of the theater stage, laying the groundwork for the destruction of many racial taboos and opening the way to success and recognition for many black artists.

The 1927 production of *Show Boat* was an important step in the creation of the modern musical. Its authors were Jerome Kern and Oscar Hammerstein II (grandson of the famous theater magnate and founder of a dynasty of theater figures in the U.S.), both acknowledged masters of the classic genre. The production, which brought the audience back to the time of the traveling theaters, was a single unified work, whose musical numbers were an organic part of the action, necessary for developing the characters and advancing the plot. This is why *Show Boat* is considered the first real musical, different from all other forms of musical theater. It set the course for the further development of the most popular and the most American of theater genres.

An Aside: Theater During the Great Depression

The age of prosperity and the "Roaring Twenties" ended in an instant, with the stock market crash of 1929, which grew into the Great Depression. The theater business, like the entire American economy, went through difficult times. People had to tighten their belts and could not waste money on entertainment. Many theaters closed down, thousands of actors, directors, playwrights and musicians were out of work. Theater companies went broke, and one of the most successful producers on Broadway, Florenz Ziegfeld, lost all his money. Under these conditions the state came to the aid of the country's ailing theater industry. The administration of President Franklin Delano Ro-

osevelt developed a special program to support theaters – the Federal Theatre Project under the management of director, playwright and university professor Hallie Flanagan. In her words,

The primary aim of the Federal Theatre Project is the reemployment of theatre workers now on public relief rolls: actors, directors, playwrights, designers, artists, stage technicians, and other workers in the theatre field. The far-reaching purpose is the establishment of theatres so vital to community life that they will continue to function after the program of this Federal Project is completed⁶³.

As a result of this program in 1935–1939, around 15,000 persons got work in theaters, 200 theaters were reopened in various cities, more than 1200 shows were produced that were seen by 30 million viewers. A significant portion of these shows were free. The total expenses for the Federal Theatre Project amounted to \$46 million⁶⁴.

In this difficult time musical theater, along with Hollywood, played the role of the “Great Consoler.” Revues became popular again, with their simple plots and colorful musical numbers performed by stars. Examples of such programs were *Band Wagon*, with the duet of Fred Astaire and his sister Adele, and *Anything Goes*, with music by Cole Porter. The most successful revue of this type in the 1930s was *Hellzapoppin*, which set a new record for popularity on Broadway (1404 performances).

However, the new reality left its mark on musicals, which, it would seem, were far removed from social and political problems. The musical by George and Ira Gershwin, *Of Thee I Sing*, was a fairly vicious satire of the American political system. This was the first musical to receive the Pulitzer Prize, in 1932. In justifying its decision, the Pulitzer Committee announced:

Of Thee I Sing is not only coherent and well-knit enough to class as a play, but it is a biting and true satire on American politics and the public attitude towards them... The play is genuine and it is felt the Pulitzer Prize could not serve a better purpose than to recognize such work⁶⁵.

⁶³ Cit. on: *Kazakoff G.* Dangerous Theatre: The Federal Theatre Project as a Forum for the New Plays. New York, 2011. P. 17–18.

⁶⁴ *Osborne E.A.* Staging the People: Community and Identity in the Federal Theatre Project. New York, 2011. P. 4.

⁶⁵ Cit. on: *Toohey J.L.* A History of the Pulitzer Prize Plays. New York, 1967. P. 99.

This meant that the musical received recognition as a genre that deserved to be taken seriously. However, the prize was given only to the authors of the playbook, not to the composer, since the Pulitzer Prize was awarded only for achievement in literature. The injustice was not removed until 1998, when, to honor the 100th anniversary of George Gershwin's birth, he was posthumously awarded the prize.

Another example of how real life intruded onto the stage was the innovative revue *As Thousands Cheer*, by Irving Berlin and Moss Hart, in which every number is based on a satirical interpretation of newspaper headlines, news, and events in the lives of famous people: U.S. President Herbert Hoover, John D. Rockefeller, members of the British royal family, heroes of the social world. It used the well-known principle that what was in the papers in the morning could be on the stage by evening, and invariably elicited great interest from the public and a lively reaction of recognition. One peculiarity of the show was the participation of Ethel Waters, a prominent African American singer and actress, who for the first time in the history of Broadway was given the same honorarium as the white actors.

The musical *The Cradle Will Rock*, produced in 1937 by a young Orson Welles with the support of the Federal Theatre Project, caused quite a stir. The show, which exposed corruption and corporate greed, and which defended workers' rights, made history also because it was the first theater production recorded in a shortened version and released in 1938. The project was almost closed down on the eve of the première, and in general work on the show was accompanied by dramatic events vividly and accurately portrayed in the Tim Robbins film *Cradle Will Rock*, shot in 1999.

American musical theater gradually shed the image of mindless light entertainment and acquired new forms and themes, expanding its arsenal of expressive techniques, thereby winning new audiences. After weathering the difficult times of the Depression era, suffering a few losses along the way, the musical came into its own. The Golden Age of the musical had begun.

Act Two: The Musical's Golden Age

Several decades of searching, destroying stereotypes, widening the limits of the genre could not help but lead to a qualitative breakthrough to an entirely new level. The inevitable happened on March 31, 1943, with the historic Broadway première of the musical *Oklahoma!* Over the next five years it was shown a record 2212 times, and in 1944 received the Pulitzer Prize, after which it was shown on

stages throughout the world, and translated into many languages, including Russian. *Oklahoma!* was so far outside the usual canon for musical comedy that it was necessary to invent a new definition for its genre. They did not have to think too long; the authors, composer Richard Rodgers and Oscar Hammerstein II, at first called it simply a “musical play”, and then cut the term to just “musical”. From that moment the musical separated itself definitively from other trends in musical theater and became an independent and very bright artistic phenomenon.

The word “first” can be applied to many things about *Oklahoma!* In 1944 it was the first Broadway show to be recorded in full, the way it ran on stage with the original cast and orchestra. In 1953 the state of Oklahoma for the first time in history chose the title song of a musical as the official state anthem. *Oklahoma!* was the first musical in whose honor a commemorative postage stamp was issued.

What is the secret of such an astounding success? Apparently, it is because the authors were able to find an ideal combination of theatrical conventions along with a simple and understandable human story. Beautiful music, memorable vocal numbers, the innovative choreography of Agnes de Mille, who became a full-fledged co-author of the production, combined with a serious dramatic basis to create a new standard for musical theater. The main principle of this theater is the harmonious combination of all the elements, which have an equal significance in the creation of the production as a whole, appealing not only to the emotions, but to reason, not only to aesthetics, but to the audience’s sense of morality.

Oklahoma! was the start of the real golden age of the classic musical. Rodgers and Hammerstein II played a prominent role in its history, creating a whole series of brilliant productions, such as *Carousel* (1945), *South Pacific* (1949) *The King and I* (1951), *The Sound of Music* (1959). One characteristic of their work was the new role that dance played in the show. While in earlier times the choreography was inserted as separate episodes, illustrations or a way to fill the gap between events, in the new musicals dance became an integral part of the action, helping to learn more about the characters, their relationships, and plot development. This made additional demands on actors; they now had to be able to sing, dance, and play comedy or drama, all equally well. Along with this the role of the choreographer also increased: he or she now had equal responsibility with the composer, librettist and director for the success of the show. The classic musicals of the 1950s–1970s launched the successful careers of such outstanding Broadway choreographers as Agnes de Mille, Jerome Robbins, Bob Fosse, and others.

One could say that Rodgers and Hammerstein had managed to create the ideal recipe for a successful musical. The next big Broadway hit was *My Fair Lady* (1956), by Frederick Loewe and Alan Jay Lerner, based on the play *Pygmalion* by George Bernard Shaw. The musical set a new record for popularity, running constantly from 1956 through 1962, during which time there were 2717 performances which brought in around \$10 million in revenue. The show used the same recipe: a serious dramatic basis, vivid characters, beautiful melodies, songs that became instant hits, and top-level choreography by one of the creators of modern American dance, Hanya Holm.

The experiment continued with a show that touched on burning social issues, not at all typical of the traditional musical: the status of immigrants, ethnic conflict, street gangs in New York. This was perhaps the most important show of the decade, proving that it is possible to discuss such problems in this format – *West Side Story* (1957) by Leonard Bernstein, Arthur Laurents and Stephen Sondheim. Its literary basis was William Shakespeare's *Romeo and Juliet*, with the action transposed to modern New York. Bernstein's innovation and experiments, with a score that combined classical music with jazz and Latin American rhythms, were too bold for the time, and were not properly appreciated by either the public or the critics. The musical received only one Tony (Jerome Robbins, for choreography), and after a respectable, but by no means record-setting 732 performances it was shut down. Only after the famous film *West Side Story* was made in 1961, winning 10 Oscars, did the musical become a cult favorite, touring world stages, including in the Soviet Union.

Musicals in the 1960s continued to address social and political problems. One man who played an important role in the development of American musical theater during this period was Jerry Herman. The themes of the musicals he created were quite unusual: the first of them, *Milk and Honey* (1961) was devoted to the formation of the state of Israel. After that came a big hit: *Hello, Dolly* (1964), based on the play *The Matchmaker* by Thornton Wilder, and which ran for 2844 performances. The title song of the musical, performed by Louis Armstrong, became one of the greatest jazz standards, and in 2001 was inducted into the Grammy Hall of Fame. In 1969 Herman became the first composer to have three musicals running simultaneously on Broadway.

Other successful shows of the 1960s were *Fiddler on the Roof* (1964), based on the works of Sholem Aleichem, which ran 3242 performances over eight years and won nine Tonys in 1965; *Funny Girl* (1964), with 1348 performances; *Man of La Mancha*, based on *Don Quixote*, by Miguel de Cervantes, with 2328 performances. A special place on this list belongs to *Cabaret* (1966), staged by the famous

Broadway director Harold Prince, which received 8 Tonys.

Despite a whole string of successful shows, by the end of the 1960s the classic musical was undergoing a serious crisis. There was an absence of new and original ideas, numerous repetitions of the same stage techniques, stereotypical themes and a lack of relevance to the problems facing society. All of that led to the public (especially young people) leaving theaters, which began to lose out to the movies. The genre needed new blood in order to emerge from this crisis, something to pique the interest of a new generation of audiences. This innovation was the breakthrough of rock music onto the Broadway stage.

An Aside: Breaking the Rules

The first rock-musical in Broadway's history was *Hair* (1968). The sight of long-haired hippies on stage, using drugs, preaching free love, speaking out against the War in Vietnam, was a shock for some audiences and a delight for others. The fierce debates and criticism in the press just stimulated greater interest in the fundamentally new show that was destroying the canons of the classic musical. Rock music, the social relevance of the problems discussed, the invitation to the audience to come up on stage at the end of the show to demonstrate solidarity with the principles expressed – all of this created an absolutely new atmosphere in the theater. *Hair* opened the way for new musical directions in theater, doing for musicals of the 1970s what jazz did for the musicals of the 1920s and 1930s.

In the 1970s Andrew Lloyd Weber and Tim Rice came to the world of the musical. *Jesus Christ Superstar* was a genuine sensation. The contradictory reviews, with religious organizations criticizing the show, while audiences were delighted by it, made it the main musical and theatrical event of the decade.

The 1970s ended with another Weber and Rice musical on Broadway, *Evita* (1979), a romantic biopic about the life of Evita Peron. The score was an extremely eclectic combination of classical music, Latin American rhythms, rock music and sentimental ballads. This was a lucky call; everyone could find a melody he liked. The musical ran on Broadway for four years, had 1567 performances and consolidated the reputation of the author as one of the most talented and successful composers of the modern age.

Other Broadway hits from this period were *A Chorus Line* (1975) and *Chicago* (1975). The first held the record for longevity for quite a while: 6137 performances over 15 years. *Chicago*, with original choreography by Bob Fosse, became one of the most popular musicals in

history, and the most often performed of any American musical. For longevity (7486 performances), it is surpassed only by *The Phantom of the Opera*, which was first produced in London and only later made its way to Broadway.

Act III: The Era of Blockbusters

The 1980s were a time of theatrical megaprojects with huge budgets, a large cast, and special effects on a grand scale. One characteristic of this period in the development of American musical theater was the transfer to Broadway of musicals that had enjoyed success in Europe, usually England. The start of this trend was the famous *Cats* (1982), a musical by Andrew Lloyd Weber based on verses by T.S. Eliot, which long held the record for number of performances (7485). This record was broken by another Weber masterpiece, *The Phantom of the Opera*, brought to Broadway in 1988 and becoming the longest-running musical in history (more than 13,000 performances). Another mega-musical of the 1980s was *Les Misérables* (1985), based on the novel by Victor Hugo, and *Miss Saigon* (1989), based on the opera *Madama Butterfly* by Giacomo Puccini, with the action transposed to Vietnam.

The appearance of musical blockbusters with multi-million-dollar budgets could not fail to affect theater policy. While in earlier times it was possible to recoup the cost of production and return a profit after a few hundred shows, now it was necessary to show the same show for years, and organize world tours, trying to expand the audience as much as possible. Broadway theaters today are geared towards large numbers of tourists, which allows them to attract the public to famous productions that run for decades.

Because of this new situation, theaters have begun to interest large corporations that used to work in other areas of show business. One of these is the Disney Theatrical Corporation, which has led to the adaptation of famous Disney animated films for the stage. The first production of this type was *Beauty and the Beast* (1994). After that came *The Lion King* (1997) and *Aida* (2000), written by Elton John and Tim Rice. *The Lion King* was the most financially successful musical in history, bringing in a profit of \$1,65 billion.

Today the American musical is in search of new sources of inspiration, ideas, a musical language, means of expression. At the start of the 21st century one of the main trends in the development of musical theater is the adaptation of popular Hollywood productions for the stage, although traditionally it was the other way around: it was Hollywood that tried to make movies out of successful musicals after they closed down. Results of this new practice are musicals such

as *Lord of the Rings* (2007), *Gone with the Wind* (2008), and *Spider-Man* (2011).

Another direction in the evolution is the use of modern musical styles, such as rap and R&B in new musicals, even those dedicated to events of a long time ago – *Hamilton* (2015). Its author, Lin-Manuel Miranda, is a brilliant example of the new generation of composers (he was born in 1980) who are working in this genre. He began composing his first musical, *In the Heights*, when he was a sophomore in college. His heroes were people from the Latin American immigrant neighborhoods of New York, which allowed Miranda to include hip-hop numbers and salsa rhythms in his music to expose his characters. After a successful staging of the musical in an off-Broadway theater it was moved to Broadway and became a hit, running for three years. In 2008 it won four Tonys (out of 13 nominations), and then received a Grammy for “Best Musical Show Album”, and even made the short list for the Pulitzer. In 2019, shooting began on the film version of *In the Heights*, with Miranda himself participating. Its premiere was scheduled for June 2020, but due to the COVID-19 pandemic it has been postponed.

The success of his debut convinced the composer that he was on the right path and that the modern musical should conform to modern musical trends and audiences’ tastes. The result was *Hamilton*, produced on Broadway in 2015 and running to packed audiences ever since. It occasioned a rare unanimity among critics and the public, who saw the musical as a real breakthrough in American musical theater, an explosion of new forms and rhythms. Created on the basis of the biography of one of the Founding Fathers of the U.S., Alexander Hamilton, written by a prominent American historian (Ron Chernow), the show is innovative both in its music and in its portrayal of historical heroes, known to every American school child.

Political discussions in the forms of rap battles between the Founding Fathers, recitative and ballads performed by leaders of the American Revolution, a plot full of love, betrayal, treachery, political intrigue and nobility – all of this transformed the musical into one of the biggest modern cultural phenomena in the U.S. Proof of this lies in its 11 Tonys (out of a record 16 nominations), a Grammy and a Pulitzer Prize, along with many other awards. In March 2016 the cast of *Hamilton* was invited to the White House, where it performed selections from the musical, and Lin-Manuel Miranda rapped with President Barack Obama.

Everything points to the musical remaining a relevant genre of the modern theater. It is far from having exhausted its potential; in addition to its rich past and brilliant present, it has a bright future ahead of it.

The history of American theater, which began more than 300 years ago, is inextricably linked to the country’s history, going from an

overseas colony of a European Empire to a world leader, in many ways determining the main directions in global development. It is the same with American theater, which was for many years a provincial imitation of European examples, but has become a national brand, one of the best-known symbols embodying modern mass culture, not only in the U.S., but all over the world.

Further Reading

- Cliff N.* The Shakespeare Riots: Revenge, Drama, and Death in Nineteenth-Century America. New York, 2007.
Federal Theatre, 1935–1939: Plays, Relief, and Politics. Princeton, 2015.
Hurwitz N. A History of the American Musical Theatre: No Business Like It. New York, 2014.
Mordden E. Anything Goes: A History of American Musical Theatre. Oxford, 2013.
Saxon Th. American Theatre: History, Context, Form. Edinburgh, 2011.
Smirnova L.H., Galperina G.A., Dyatleva G.V. A Popular History of the Theater. Moscow, 2008. (In Russ.)
Viertel J. The Secret life of the American Musical: How Broadway Shows Are Built. New York. 2016.
Wilmeth D., Bigsby C. The Cambridge History of American Theatre. Vols. 1–3. Cambridge, 2000.

Electronic Resources

- See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>
Backstage Pass – ALADDIN on Broadway <https://www.youtube.com/watch?v=B2QkcGcnpB8>
Broadway History – The Shubert Theatre <https://www.youtube.com/watch?v=Bcgv8xQoeao>
Broadway Theatre – New York <https://www.youtube.com/watch?v=fk-2mEY-tOXQ>
Disney's New Amsterdam Theatre: A Broadway Icon (Access Granted) <https://www.youtube.com/watch?v=12bcw245RLU>
Inside Broadway's Secret Laboratory: 'Hamilton', 'Frozen,' and So Much More <https://www.youtube.com/watch?v=GxG0AvoXcbA>
Internet Broadway Database <https://www.ibdb.com/Musicals.Ru> <http://musicals.ru/world>
National Black Theatre Celebrates 45 Years https://www.youtube.com/watch?v=XGym_ZMqabkSpotlight on Broadway – 40 videos
Tony Awards <https://www.tonyawards.com/>
Tony Awards 2019: the pre-Telecast Awards Ceremony <https://www.tonyawards.com/tonyawardsvideos/>

Lecture 5. A Mirror or a Window to the World – American Television

“It is with a feeling of humbleness that I come to this moment of announcing the birth in this country of a new art so important in its implications that it is bound to affect all society. It is an art which shines like a torch of hope in a troubled world”⁶⁶.

With these words, delivered live on air on April 20, 1939, during the first real television program in the U.S., David Sarnoff proclaimed the start of the television era.

Sarnoff knew what he was talking about. A significant portion of the brilliant career of the Russian immigrant was tied to the development and promotion of new communications technology. He went down in history as one of the creators of television.

The Birth of American Television

The road to this truly landmark event was long and difficult. Dreams of the possibility of transmitting an image and sound over distance appeared soon after the telegraph was invented, which in 1844 heralded mankind’s entry into a period of rapid development of new communications technology. However, for many years these dreams were the province of fantasy writers and were considered utopian. It required decades of hard work by scientists, inventors and engineers in many countries to bring them to life. Such complex technology, requiring significant investment, numerous experiments, laboratory research and technological resources, could not be created by a lone inventor. For this reason, the debates raging to this day about who is the real “father of television” are fruitless. Television had many fathers, who made their contribution to the creation of a phenomenon that has changed society. A whole series of inventions on the cusp of the 20th century prepared the ground for the breakthrough in communications tech-

© Okun A.B., 2023

⁶⁶ Cit. on: *Edgerton G.* The Columbia History of American Television. New York, 2007. P. 12.

nology that led to television. The most important of these were the telephone, the phonograph, electricity, radio, and film. These innovations made it possible to make dreams a reality, to go from theoretical discussions to practical work on solving a problem.

Russian military engineer Consantin Perskiy was the first person to use the term “television”, in his report *Television by means of electricity* at the IV International Electrotechnical Congress in Paris during the 1900 World’s Exposition. It is symbolic that this happened just as mankind was entering a new century, a century of unprecedented change, happening at previously unheard-of speed. Television was one of the brightest manifestations, and at the same time a catalyst, of these changes. It is no accident that the U.S. – a country of advanced technology and innovative development – was among the leaders in the development of new means of communication as well.

The first decades of the 20th century were a time of searching for the best solutions, of trial and error, competition and patent wars between various companies and developers in the U.S., Great Britain, Germany, and Russia. At first in the U.S., as in other countries, it was the mechanical television project that took precedence, based on technology proposed by the German scientist Paul Nipkow. This project was developed by several competing groups of developers. One of them was headed by the prominent American scientist and engineer Herbert Eugene Ives, who worked at AT&T. It was he who, in 1927, directed the first television transmission in the U.S., with the participation of Herbert Hoover, then Secretary of Commerce, who later became President.

It was another American who in 1925 received the patent for “transmitting pictures over wireless” – Charles Francis Jenkins. It was he, too, or, more accurately, his company, Jenkins Television Corporation, that began regular television transmission in 1928. By 1931 there were already 21 television stations operating on U.S. territory. The main problem that the developers of mechanical television encountered was the poor quality of the image. At first it was just silhouettes, then they managed to get a clearer 2” X 3” black-and-white picture, but further improvement of the technology came up against almost insurmountable obstacles. All of the expensive attempts to attain a stable, quality televised image on a bigger screen came to naught. The situation was exacerbated by the stock market crash in 1929, and the start of the Great Depression. Jenkins’ company went bankrupt, most experimental television stations stopped working. As a result, mechanical television lost out to electronic.

The prominent Russian inventor Vladimir Zworykin, who emigrated to the U.S. in 1919, played a huge role in the creation of elec-

tronic television. It was he who created two important elements necessary for transmitting images: the iconoscope, which transformed the image into an electronic signal, for a television camera and the kinescope for a television receiver. However, he did not receive the first patent for electronic television; that honor went to the American inventor Phylo Taylor Farnsworth. A native of Utah, he had been devouring sci-fi magazines since childhood, and devoted his whole life to making one of its themes a reality – the technology of transmitting images over distance.

Farnsworth began working on a design for electronic television when he was still in school. On September 7, 1927, at the age of 21, he conducted the first successful experiment of the electronic television camera he had created, using it to transmit the image to a receiver. This date can be considered the birthday of modern television. However, there was a long way to go before real success. In perfecting his camera, Farnsworth began to organize public showings for the press and potential sponsors. He exhibited a unique sense of humor in doing so: in answer to a question from one of his investors, as to whether he would ever see a single dollar as a result of his investment, Farnsworth displayed the image of a dollar bill on the screen.

At the same time, he was waging a fairly lengthy and complicated patent war with his competitors, one of whom was Zworykin. As a result, in 1930 Phylo Farnsworth received a patent for a fully electronic television system. *Collier's* magazine wrote:

One of those amazing facts of modern life that just don't seem possible – namely, electrically scanned television that seems destined to reach your home next year, was largely given to the world by a nineteen-year-old boy from Utah⁶⁷.

But the wunderkind from Utah turned out to be a failure as an entrepreneur: he was unable to find investors. Refusing to sell his patent to the Radio Corporation of America (RCA), he was not able to get financial support from other electro-technical companies; even Paramount Pictures refused him, as did newspaper magnate William Randolph Hearst. The movie business and media magnates looked on television more as a potential competitor and were not keen on helping it develop. As a result, Phylo Farnsworth lost the competition, went bankrupt and after the patent expired lost exclusive rights to his invention.

⁶⁷ *Collier's*. 1936. V. 98. October-December. P. 19.

Unable to reach an agreement with Farnsworth, RCA began to look for other developers. The result of this was the historic meeting between David Sarnoff, who became president of RCA in 1930, and Vladimir Zworykin. Sarnoff gave him carte-blanc, appointing him director of a laboratory in his company. The union of the inventor-genius and the almost unlimited financial and technical resources at RCA's disposal bore fruit fairly quickly. By 1933 a working fully electronic television system had been created. The work was concentrated in RCA's daughter company, the National Broadcasting Company (NBC), which then became America's first television company. Its studio and television antenna were installed on the tallest building in the world, the Empire State Building, whose construction was completed in 1931.

It required several more years, and quite a lot of money, to complete the experiments and proceed to regular transmission. At the beginning of his work, Zworykin estimated that it would cost \$100,000; in later years Sarnoff confirmed that RCA spent \$50 million on the project. In any case, by 1939 everything was ready for the start of the television era in the U.S. On April 20, 1939, Sarnoff solemnly announced the opening, and 10 days later they broadcast the opening of the New York World's Fair, which had the symbolic motto "The World of Tomorrow". Mankind stepped into this new world with a new means of finding out about it. The broadcast included the speech of President Franklin Delano Roosevelt, who opened the Fair. He thus became the first acting U.S. president to appear on television. At that moment there were just 200 television receivers in New York, enabling around 1,000 people to see the broadcast. After this NBC began regular transmission according to an announced schedule, which included three basic types of programs: studio (news, concerts, cooking shows, etc.); movies, and on-site reporting, shot using mobile television stations. In this last category, broadcasts of sporting events were the most popular.

The transition from experimental to commercial television was hampered by the absence of a wide demand for televisions, and their technical imperfections. The first model manufactured by RCA had a screen that measured just 5" X 9" and it cost \$199 (which for that time was a lot of money). The television had no sound; to receive a voice signal you had to connect it to a radio receiver tuned to a specific frequency. Another problem was the limited reach of the television signal; for example, the radius of the television antenna installed on the Empire State Building was just 40 miles.

It took around two years to solve these problems. In 1941, ten stations in large cities were already broadcasting regular television programs in the U.S., and a few dozen more were working in expe-

rimental mode. By this time 7,500 televisions had been sold. The increasing pace of development of television broadcasting demanded the establishment of a single technical standard and a legal basis for regulating the relationship between the new industry and the government. These questions were taken up by the Federal Communications Commission (FCC), which established technical standards in 1941 that are still in place today. In addition, a fateful decision was adopted: television received the ability to develop on a completely commercial basis, earning money by selling airtime to advertisers. American television thus from the outset was an exclusively private business, receiving no subsidies from the government. This differentiated the American model of development from the European one, where television was created as a state enterprise.

The first commercial advertisement was broadcast on American television on July 1, 1941. A ten-second ad for Bulova watches was aired during a baseball game. The image of the watch was placed over a map of the U.S., and a voice intoned: "America runs on Bulova time". The creation and placement of this ad cost the advertiser just \$9,00. This modest sum was the start of a long road to the huge ad revenues that American television reaps today – \$45 billion, according to 2017 figures. The most watched, and therefore the most expensive ad time is traditionally during broadcasts of major sporting events. The cost of creating and airing a 30-second ad during the Super Bowl 2020 ran as high as \$5,6 million.

World War II had a contradictory effect on the development of American television. On one hand, during the war the number of active TV stations was reduced to 6, and the production of televisions was stopped. Factories that used to produce TVs were refitted for military production, and RCA started assembling radar installations. On the other hand, research continued, as well as the development of new technology, and the generalization and dissemination of accumulated knowledge.

All of this led to a real television boom in the years immediately following the war. By the beginning of the 1950s there were more than 100 TV stations broadcasting throughout the U.S., and the number of televisions was over 15 million, with various models on the market: big screen, cabinet models, etc. In 1962, 90% of American homes had at least one television. In a short period of time the television had gone from a luxury item to a normal part of the décor, and American families began spending more and more time watching TV. New technology was developed and introduced just as quickly. The era of color television began in 1953, and the National Television System Committee (NTSC) standard was developed, which resolved the issue of com-

patibility of black-and-white and color broadcasting (broadcasts that were in color could be watched in monochrome using black-and-white receivers). The first color television produced by RCA cost \$1,000 and was out of reach for most people, so introducing color television into the mainstream took around a decade. In trying to stimulate demand for programs in color, the company applied the following advertising strategy: customers could buy a color television for \$495, and the first customers were promised compensation. This made mass sales possible, and part of the money was returned to the consumer.

Mass production also made it possible to reduce the price and improve the technical and consumer qualities of the television set. Beginning in 1953, all televisions more than 13 inches long on the diagonal came equipped with decoders for the deaf, which displayed subtitles on the screen as teletext. In 1956 the first remote control was created, so that changing the channel or adjusting the sound could be done without getting up from the sofa or abandoning one's bucket of popcorn.

The Formation of National Television Networks

The completion of the development of American television came with the formation of national television networks, which united hundreds of stations in various regions of the country. RCA was once again a pioneer, transforming its daughter company, the National Broadcasting Company (NBC), headed by David Sarnoff, into the first national network. NBC was created in 1926, and in 1940 became an inter-regional network as a result of the merger of stations in New York and Philadelphia. One of the first signs of the new network system was the broadcast from the Republican National Convention during the 1940 presidential campaign. Viewers in Philadelphia (the site of the convention) and New York could watch the convention simultaneously. NBC became a full-fledged national network in 1951, when stations on the Eastern seaboard were linked by cable with stations in the Midwest, and transcontinental broadcasting began.

NBC's main competitor was the Columbia Broadcasting System (CBS), created in 1927. The leading role in taking it from a small network of radio stations into a huge radio-television corporation went to William Samuel Paley, the son of a Russian immigrant, who made his money in cigars. By the end of the 1940s CBS managed to overtake its competitor in ratings and revenue, after which Paley directed the same energy toward creating his own television network.

The third major television network in the U.S., the American Broadcasting Company (ABC), can trace its history back to 1943, when, as a result of anti-trust legislation NBC was forced to sell one of its radio stations. Edward John Noble, who bought it, was a candy manufacturer; he created ABC. By the end of the 1940s it began its television project. After several reorganizations and mergers, ABC became a full-fledged television network in 1953, owning dozens of stations across the country.

As a result, the “big three” dominated the airwaves in the 1950s. They formulated the general principles of broadcast programming, the most important of which were ratings, series, and seasons. The new season began in September, and it was at this time that radical changes in programming occurred, with new shows and series. These principles later became universal and were adopted by the television companies in most countries. The commercial nature of television led to the dominance of entertainment shows, comedies and serials. The most important indicator of success were the ratings, which ascertained the popularity of the content with the audience. Ratings technology was also developed in the 1950s by the Nielsen Media Research Company. It combined a survey of television viewers with the use of the People Meter, a device that was distributed to a chosen group, and which made it possible to determine the popularity of a specific show. The ratings decided the cost of advertising during these programs, as well as how long a show would run.

The profitability of the television business attracted many players, but the necessity for major capital investment and the high level of competition ensured the complete dominance of the three television giants for quite a long time. It was not until 1986 that Australian media mogul Rupert Murdoch was able to break into this market. One year earlier he had purchased the movie company *20th Century Fox*, and several American television companies after that, which he united into Fox Broadcasting, becoming the fourth major television network in the country. The “Big Three” became the “Big Four,” and they divided the market among themselves, competing for viewers, advertising contracts and revenue.

The race for ratings led to the disappearance of programs not geared to a mass audience. A solution to this situation was found through the creation in 1969 of the non-commercial public broadcaster PBS (*Public Broadcasting Service*). It brought in 350 non-commercial television stations, specializing in educational content. It was financed by donations from companies and private individuals, as well as by grants from regional and federal structures such as the *National Telecommunications and Information Administration*, or the

Corporation for Public Broadcasting, which was created in accordance with the Public Broadcasting Act of 1967. PBS itself does not produce content; it buys from private producers, or it commissions it. The stations forming the PBS retain their independence and make their own programs, consisting of educational programs, lectures, school lessons, etc. In the 1980s PBS launched an adult education project, made up of a system of distance learning classes, in which around 1500 colleges took part.

Uniting separate stations into a network made it possible to create a national information space. The first news program to be broadcast all over the U.S. was on CBS in September 1951. Gradually television became the number one source of information and entertainment. A direct result of television's growing popularity was the demise of national radio networks, which could not compete with the television corporations that they themselves had spawned. In large cities the demand for newspapers fell, and many publications closed down. Television also had an enormous influence on the development of film. At the beginning of the 1950s the American film industry was in crisis: movie theater attendance had declined drastically (by a factor of five between 1950–1955). Viewers now preferred to watch movies and entertainment programs without leaving the house.

The American Television Boom

The 1960s–1980s saw a real boom in American broadcast television. During this period, it completely dominated the country's information space, had a determinative effect on public opinion, formed the tastes and the interests of American society, and created or destroyed stars and idols in the eyes of the public. By 1963 more than half of all Americans named television as their main source of information about events in the country and the world. It was then that the basic genres took shape, as well as the formats and principles of programming that remain in place to this day.

As a rule, in the a.m. there are morning shows on all channels: a block of local news, interviews, the weather forecast, cultural news. Daytime television, geared mainly towards housewives, is filled with cooking shows, soap operas, game shows and talk shows. Prime time, the space with the highest ratings, is devoted to news, sitcoms or reality shows. After that come the drama series, and then the late-night talk shows. This is the typical broadcasting schedule for the most popular American television channels. It is geared towards a target audience, considering its demands and aimed at en-

asuring the highest possible ratings. Competition between television channels can be seen in program scheduling. As soon as one channel launches a successful project in any format, the others try to create something like it, showing it at the same time, thereby drawing off part of the audience.

The most American television genres, which have made a triumphal tour of TV screens around the world, are various talk-shows, reality shows, sitcoms and soap operas.

The Talk Show

The classic talk show is a program in which one or more invited guests discuss a topic proposed by the host. There may be spectators in the studio, who participate directly in the program, asking questions or voicing their opinions. The first talk show in history was the *Joe Franklin Show*, first shown on ABC in 1951, which ran until 1993. Franklin made it to the Guinness World Records as the longest-working show host in television history. During his career he hosted 21,425 shows, and, in his own words, interviewed more than 300,000 guests. Among his interviewees were Marilyn Monroe and Elvis Presley, John Wayne and Frank Sinatra, Andy Warhol and Salvador Dali, John Lennon and Yoko Ono. It was on his show that stars like Woody Allen, Liza Minelli, Julia Roberts, Bruce Springsteen and many others first appeared on TV screens. Five U.S. presidents took part in the *Joe Franklin Show*.

However, the longest-running talk show in history is NBC's *The Tonight Show*, which has been on air since 1954. Its first host was Steve Allen, who had previously worked in radio. It was he who created the format of the late-night talk show, and the basic outline has remained to this day. The program is made up of the host's opening monologue, and interview with a famous guest, the participation of the studio audience, comedy skits and music. Throughout its history *The Tonight Show* has only six hosts. For 30 years (1962–1992) this position belonged to Johnny Carson, while at present the host is comedy actor Jimmy Fallon. A record 20 million people watched the February 20, 2019 show on YouTube.

Over the course of its existence, the television talk show has undergone a significant evolution. There are several sub-genres that are traditionally cited.

The Tabloid Talk Show

The special feature of this type of talk-show is the active participation of the studio audience in discussions of controversial, sensational, sometimes scandalous topics. The father of this format is traditionally considered to be Phil Donahue, one of the most successful American talk-show hosts. He became widely known in the Soviet Union during perestroika, when he ran the first Soviet-American “space bridges” with Vladimir Pozner. It was during these space bridges that this famous phrase came out of the mouth of one of the participants: “There is no sex in the Soviet Union”. The Soviet public was able to publicly discuss subjects that had formerly been taboo in society, one of the hallmarks of a tabloid talk-show.

Phil Donahue was the first to invite the public to take an active part in the show; legend has it that this happened by accident. At the very beginning of his television career, during a live program he ran out of things to ask his guest. Trying to save the situation, Donahue turned to the studio audience and suggested that they ask questions. There were enough questions among the public that the show was a success, after which the direct participation of the public in the discussions became a trademark of *The Phil Donahue Show*.

There was plenty to talk about. In his 29 years as the host of his own show (1967–1996), Donahue was able to destroy many taboos, publicly discussing problems of deviant behavior, non-traditional sexual orientation, feminism, atheism, etc. One special feature of the show was the fact that it was not famous guests at the center of attention, it was pressing social issues.

The most famous host of tabloid talk shows, however, is undoubtedly Oprah Winfrey. Debuting in 1986 with a show on the topic of “How to marry the man or woman of your choice”, she proclaimed that her show “is a show about and with everyday people”. In its 25 years, *The Oprah Winfrey Show* has become the most popular show of its type, with the highest ratings among viewer audiences. It has been broadcast in 149 countries and has received 49 Emmys – the highest television award in the U.S. Oprah Winfrey has on numerous occasions been acknowledged as the most influential person in show business and the most influential star; she became the first black female billionaire in history.

Another type of tabloid talk show is *The Jerry Springer Show*. Failing as the host of a serious political talk-show, Springer changed the format of his program, making it one of the most scandalous and, at the same time, most-watched shows on American television. His guests are people ready to discuss their personal problems in an ex-

tremely open manner. The topics chosen for the show were issues that were galvanizing the public, such as spousal cheating, pedophilia, prostitution, homophobia, racism, etc. The discussions took on a deliberately hysterical tone, and were accompanied by conflict, even fighting among the participants, which just excited more interest among the public and raised ratings.

There is a fairly wide spectrum of formats, topics and ways of conducting a tabloid talk-show, one of the most typically American ways of discussing significant social problems on television. It is this variety in American talk shows that has made them the most popular programs of their type in the world, occupying a significant place in the television schedule of many countries, including Russia.

Late-Night Talk Shows

Their special feature is, as a rule, the combination of the host's ironic commentary on current affairs with interviews of famous guests, musical numbers, comedy sketches and practical jokes.

One of the first shows of this type was *The Ed Sullivan Show*, shown on Sundays on CBS from 1948 to 1971. Guests on *The Ed Sullivan Show* included Elvis Presley, The Beatles, Janis Joplin and other famous musicians of the 1950s and 1960s. For many of them participation in the program was their first appearance on American television, which led to a rise in their popularity. Sullivan played a big role in giving airtime to black performers, who up until then had few chances to perform on national networks. Among them were Louis Armstrong, James Brown, Diana Ross, Michael Jackson, Tina Turner and a host of other prominent artists. *The Ed Sullivan Show* was for many years one of the most-watched shows on television, drawing record audiences of more than 60 million when stars like Elvis Presley or The Beatles appeared.

The final format of late-night talk shows was set by the longtime host of *The Tonight Show*, Johnny Carson. He organized the studio space in the manner that has since become classic: the host sits at a desk, and the guest is on a sofa. This created the atmosphere of a relaxed conversation, where people felt comfortable to make jokes, use irony, in short, to do everything that has become the hallmark of late-night talk shows. In the early years of Carson's career politicians were frequent guests, including U.S. President Richard M. Nixon, Attorney General and presidential candidate Robert F. Kennedy and Vice President Hubert H. Humphrey. Later the program became more of an entertainment show, with actors, musicians and writers dominating the guest list.

The format, which made the genre a success, remains largely in place to this day. Examples of successful talk shows include programs by David Letterman and Jon Stewart.

David Letterman was a host for 33 years, first on NBC and later on CBS, making more than 6,000 shows during that time. Letterman's show was characterized by his provocative manner of conducting an interview, his unpredictability, and his use of various gimmicks (for example, making videos with a camera mounted on his dog). His guests were actors, musicians, politicians, including Presidents William Jefferson "Bill" Clinton and Barack Hussein Obama, Senator John McCain, and others. All of this made David Letterman one of the most popular TV hosts in the country. He received a record 67 Emmy nominations, winning 12 times, and he was the host of the Oscar ceremony. For three decades his show had high ratings; at the height of his popularity his audience exceeded 7 million.

Popularity makes talk-show hosts into figures who can influence public opinion and even affect political decisions. Every decade of American television history has such a landmark figure. In the 1950s the host of CBS' *See It Now*, Edward R. Murrow, was one of the most popular people in the U.S., and he played an enormous role in resisting McCarthyism. George Clooney made a feature film about Murrow that won a host of nominations and prizes. It was called *Good Night and Good Luck*, the words that Murrow used to close his program.

In the 1960s and 1970s it was Walter Cronkite, the anchor of *CBS Evening News*. According to public opinion polls he was the most trusted man in America for many years. Cronkite was an active opponent of the War in Vietnam, playing a significant role in forming American society's negative attitude towards the war. President Lyndon B. Johnson uttered a famous phrase apropos of this: "If I've lost Cronkite, I've lost Middle America", after which he declined to run for a second term⁶⁸. The phrase "and that's the way it is", that Cronkite used as a sign-off, was his trademark and was adopted many times by other hosts.

In 2000–2010 the role of molder of young minds belonged to Jon Stewart, who for 16 years hosted *The Daily Show* on Comedy Central, a cable channel belonging to CBS. This was also a sign of the transition from information programs to entertainment. Jon Stewart does not consider himself a journalist and often says that his goal is merely to entertain the viewer. This he does extremely well. Having begun his

⁶⁸ Willis WJ. *The Media Effect: How the News Influences Politics and Government*. Westport, 2007. P. 127.

career as a comedy actor, he went on to become a successful talk-show host on MTV, after which he began to host *The Daily Show*. This program's trademark was its biting satire: Stewart did not stand on ceremony with his guests, whether they were politicians or show-business stars. He gave everyone a hard time – Democrats, Republicans, the military, senators, fellow entertainers. He did not avoid controversial issues or problems plaguing the country, covering them in a vivid, polemical, satirical style.

As a result, Jon Stewart's show, despite its being shown on a paid cable channel, became one of the most popular programs among audiences between 18 and 49, according to data from the Pew Research Center in 2010, many of them attracted by the satire in particular. In 2010 Stewart was recognized as the most influential man of the year. This selection was undoubtedly influenced by his shows devoted to social issues: his support for war veterans as well as for the victims and first responders of 9/11. Stewart's programs forced the American government to reexamine its policies on these issues. He was one of the initiators of a broad public discussion about the problem of present-day racism in the U.S. Senator John McCain, with whom Stewart sparred many times on his program, said of him: "He is like Mark Twain... He is a modern-day humorist of that genre, on that level"⁶⁹.

Technological Revolutions in Television, and Their Consequences

At the end of the 20th – beginning of the 21st century, American television, like in much of the rest of the world, went through two technological revolutions. The first was cable and satellite broadcasting. The first cable system in the U.S. had been laid in 1949 in Pennsylvania by a TV salesman, dissatisfied with the poor signal quality that lowered demand for his product. He raised an antenna on the hill that was blocking the signal and ran a cable from it to the city. However, up until the 1970s, this technology was not widely developed, due to the limited bandwidth of the cable connection as well as the expense. The boom in cable television in the U.S. did not begin until 1975, when tariffs on satellite connections were lowered significantly

⁶⁹ Samuelsohn D. Jon Stewart's Secret White House Visits // Politico. 2015. July 28 [Electronic Resource]. URL: <https://www.politico.com/agenda/story/2015/07/jon-stewarts-secret-white-house-visits-000178/> (accessed 01.04.2021).

and the technology was improved. As a result, by 1990 cable networks already reached two-thirds of the population. Unlike network television, where most of the revenue came from advertising, cable channels at first earned their money through subscription, which meant that their profitability depended on the number of subscribers. Trying to increase their audience, cable companies began to form specialized channels: sports (*ESPN, Fox Sports*), music (*MTV*), family (*Disney*), children (*Nickelodeon, Cartoon Network*), documentary (*Discovery Channel, Animal Planet*), women (*Lifetime*), etc.

The appearance of cable television, which did not require permission from the *Federal Communications Commission* to create new channels, allowed new players to enter the television business. One of the most active was Ted Turner, a billionaire, sportsman, philanthropist and media mogul. The history of his media empire began in 1970, when he bought a television station in Atlanta. The appearance of cable networks gave him almost unlimited opportunity to develop and diversify broadcasting. In 1976 Turner began to carry out his projects, at first on a regional level, and then nationally. One of them was *Turner Network Television (TNT)*, launched in 1986. At first it positioned itself as a movie channel, with the rights to air Hollywood classics. His first broadcast was *Gone with the Wind*. After winning over an audience, the channel began producing original content, shooting popular serials.

The most famous and most successful project of the *Turner Broadcasting System*, however, was the creation of the first 24-hour *Cable News Network (CNN)* in 1980. Five years later it was being broadcast via satellite to Europe, and then to the rest of the world. CNN International is the largest information network in the world, having bureaus in 37 countries. Its total audience in 212 countries is more than 200 million. The channel's trademark is the greatest possible speed in covering breaking news, live reports from all corners of the globe. CNN's motto is "Facts First", which made it America's most popular source of information about the country and the world. The first 24-hour news channel established new standards for reporting, which are now embraced by the world of modern television journalism.

CNN's main competitor in the U.S. is *Fox News*, which began broadcasting in 1996. Fox, however, does not have as wide an audience. According to data from late 2018, CNN has more than 90 million subscribers in the country, which is 97,7% of the entire cable news audience.

In 1996 NBC and Microsoft launched another cable news channel, *MSNBC*, with a clearly defined liberal political orientation. For

the first 15 years of its existence, it actively fought to win an audience, experimenting with various formats, presenters, and networks. As a result, in 2010 MSNBC surpassed CNN in the ratings, and in May 2017 was ahead of all of its competitors, becoming the most-watched primetime cable news channel. According to 2019 data, the leader among American news channels was Fox News, followed by MSNBC, with CNN down to third place.

A special place in American cable television belongs to *Home Box Office* (HBO), which began in 1972 by showing new movies on cable networks. It is now the oldest and largest cable company in the U.S., with 140 million subscribers all over the world (according to 2018 data). HBO has 24-hour broadcasting on eight channels, giving its subscribers unlimited access to its production, as well as the opportunity to make their own schedule, choosing and watching any program at any hour. HBO's original content is mostly high-quality serials, which are popular far beyond the U.S.: they are bought by 150 countries. The company's revenue in 2016 was almost \$2 billion.

HBO is the most expensive paid television service in the U.S.: the monthly fee for a complete package is between \$15 and \$20, depending on the provider. The company does not broadcast advertisements, a principles position of HBO. The most famous serials made by HBO are *Sex and the City*, *The Sopranos*, *Tales from the Crypt*, *Boardwalk Empire*, and many others that have gained popularity all over the world. HBO's biggest hit of the past several years was, undoubtedly, *Game of Thrones*.

The second technological revolution was linked to the introduction of Internet technology. Conveying a television signal through the Internet freed the viewer from a strict broadcast schedule and gave him the opportunity to form his own television schedule independently. The most important innovation of this type was the appearance of streaming technology, which changed the access model itself. Over the past decade subscriptions and various streaming services have developed rapidly, giving the consumer access to any video content on demand. The largest of these – *Netflix*, *Hulu*, *Amazon Video* and others – compete successfully with traditional networks, taking a significant portion of the market away from them. Their revenues are in the billions, and they are gradually moving from streaming to providing original content.

All of this leads to greater competition in the American television market and is becoming a basis for discussion about the future of television. Predictions of the imminent death of traditional television

are being heard more and more often, since it cannot stand up to the competition. However, despite all the upheaval and changes in the media space, television remains the main source of information about the country and the world for most Americans. Traditional network companies, who survived the crisis, are actively exploring new possibilities in the 1990s and 2000s, creating their own streaming services, and just as before are still dominant in the production of new television programs. It is still programs such as major sports events, entertainment shows, and awards ceremonies like the Oscars or the Grammys that attract the largest audiences.

All of this means that television is not dying; it is transforming itself, taking into account consumer interests. It is becoming more interactive and varied. Under these conditions the viewer ceases being a passive consumer of the product on offer and takes an ever-greater role in the formation and production of television content.

Further Reading

- Cummings W., Gordon G.* Programming Our Lives: Television and American Identity. Westport, 2006.
- Edgerton G.R.* The Columbia History of American Television. New York, 2007.
- Edwards L.H.* The Triumph of Reality TV. The Revolution in American Television. Santa Barbara, 2013.
- Golyadkin N.A.* A History of Domestic and Foreign Television. Moscow, 2014. (In Russ.)
- Kubey R.* Creating Television. Conversations with the People Behind 50 Years of American TV. Mahwah, 2004.
- Makeenko M.I.* U.S. Radio and Television in the New Century: Structure, Economy, Strategy. Moscow, 2010. (In Russ.)
- Paprocki Sh.B.* Oprah Winfrey. Talk Show Host and Media Magnate. New York, 2006.
- Ponce de Leon Ch. L.* That's the Way It Is: A History of Television News in America. Chicago, 2016.
- Timberg B.M., Erler R.J., Newcomb H.* Television Talk. A History of the TV Talk Show. Austin, 2002.
- Wilik M.* The Golden Age of Television: Notes from the Survivors. Silver Spring, 1999.

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

The Evolution of Television, 1920–2020 <https://www.youtube.com/watch?v=PveVwQhNnq8>

First Television Broadcast NBC/RCA July 7, 1936 <https://www.youtube.com/watch?v=6iWJ5LObN2o>

The History of Television https://www.youtube.com/watch?v=bW_rnc6_FaE

The Invention of the Television: A Turning Point in American Culture <https://www.youtube.com/watch?v=c52xh94gJ64>

The Origins of Television <https://www.youtube.com/watch?v=uM7ZD5f9Pb8>

PHILO FARNSWORTH: the most famous man you never heard of <https://www.youtube.com/watch?v=HHy04aN0jfI>

The World's First TV Commercial 1941 Bulova <https://www.youtube.com/watch?v=0Q4KfvlzXu0>

*Lecture 6. The World in Pictures:
How the Comics Won
Over America and the World*

The desire to tell stories dates from the dawn of man. The most universal way of doing this became the image, which could be understood without translation. Stories in pictures, which appeared in the caves of the first humans, survived all the technological revolutions in communications, and what's more, each new revolution just added more means of expression and increased the audience. The genealogy of comics includes drawings in the Neolithic caves of Spain and France and the temples of Ancient Egypt, Mayan writings and Ancient Greek painting, the lives of the saints in medieval Europe and a series of satirical etchings by the 18th-century English artist William Hogarth.

There are many variations in the definition of comics: “stories in pictures”, “sequential art”, “sequential images”, “unity of narration and visual action”, etc. One of the most original attempts to explain the phenomenon came from Scott McCloud, creator of the comics called *Understanding Comics: The Invisible Art*. Examining the evolution of the comics in its historical development and in the context of other art forms, he gave it the following definition: “Juxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence, intended to convey information and/or to produce an aesthetic response in the viewer”⁷⁰. McCloud suggests that we view comics as a separate art form, having a particular format, capable of containing any set of ideas and images, whose character depends completely on the imagination of the authors: “The artform – the medium – known as comics is a vessel which can hold any number of ideas and images. The ‘content’ of those images and ideas is, of course, up to creators”. So let's try and follow his advice.

© Okun A.B., 2023

⁷⁰ *McCloud S. Understanding Comics: The Invisible Art*. New York, 1993. P. 9.

The Birth of Modern Comics and Their Arrival in the U.S.

Traditionally the father of modern comics is thought to be the Swiss writer and artist Rodolphe Töpffer, who began to draw amusing pictures with captions for his friends and students. One of these friends was J. W. von Goethe, who had a very high opinion of Töpffer's work. With this kind of support, the artist decided to publish his drawings as graphic albums. This how, first, *L'Histoire de Monsieur Jabot* appeared, and after it in 1837 *Les Aventures de Monsieur Vieux-Bois* (*The Adventures of Mr. Wooden Head*). The publication was a series of illustrated satirical stories about the adventures of the hero, made up of individual drawings with captions.

By 1842 there was a pirate version of this book in English, titled *The Adventures of Mr. Obadiah Oldbuck*, which became the first comics published on the American continent. Töpffer himself became a theoretician of this new art form, insisting that the drawings without text would have only a vague meaning, and the text without the drawings would mean nothing at all. He wrote:

To make literature in prints, it is not necessary to establish oneself as an artisan given to drawing and everything that entails to the bitter dregs. It is not meant to be put at the service of uniquely grotesque fantasy from the pencil of a simple jester. It is also not to stage a proverb or a representation of a pun; it is really to invent some kind of drama, whose coordinated parts are successfully designed as a whole; it is, good or bad, tragic or lighthearted, crazy or serious, to make a book.

He also reflected on the place of comics in the history of culture: "The picture-story, which critics disregard and scholars scarcely notice, has had great influence, perhaps even more than written literature". Töpffer explained his own mass popularity by saying "the picture-story appeals mainly to children and the lower classes"⁷¹.

This could also explain the popularity of comics in the U.S. In the second half of the 19th century a large part of the country's population was made up of first-generation immigrants, many of whom did not know English well. Stories in pictures with a minimum of text were understandable and accessible to all, which guaranteed them a high

⁷¹ Cit. on: *Figueiredo S.C.* The Rhetorical Invention of Comics: A Selection of Rodolphe Töpffer's Late Reflections on Composing Image-Text Narratives [Electronic Resource]. URL: http://imagetext.english.ufl.edu/archives/v8_4/figueiredo/ (accessed 01.04.2021).

demand. The first original American comics was *Journey to the Gold Diggins by Jeremiah Saddlebags*. It was published in 1849 in Cincinnati and New York. Its authors, the brothers James A. and Donald F. Read, based it on Töpffer's text, but the action takes place in America during the California Gold Rush.

Another source of inspiration for American authors were the works of German poet and artist Heinrich Christian Wilhelm Busch, about the adventures of Max and Moritz, published in 1865. The illustrated history of two mischievous boys, accompanied by captions in verse became an acknowledged humor classic while the authors were still alive. According to the legend, the American newspaper magnate William Randolph Hearst brought a copy of Busch's book to the U.S. from his trip to Europe. The result was the addition of *The Katzenjammer Kids*, a comic strip by Rudolph Dirks, to the humor supplement to the *New York Journal*. It was an American adaptation of Max and Moritz. The strip's popularity was so great that it continued to be published up until 2006.

The real father of American comics, though, is rightfully considered to be Richard Felton Outcault (1863–1928). His career as an artist began quite far from the entertainment world. He worked in Thomas Edison's company as the official artist of the traveling exhibit dedicated to electric lighting in 1889–1890. After that, having moved to New York, Outcault began working with various publications as an illustrator of scientific and technical articles. That was when he began publishing his caricatures, and it was as a caricaturist that he was offered employment at *New York World*, a newspaper belonging to the prominent American publisher Joseph Pulitzer. As a result, Outcault was in the right place at the right time. At the end of the 19th century the U.S. was in the midst of a newspaper boom and a fierce competition among publishers, primarily Joseph Pulitzer and William Randolph Hearst, who were fighting for readers. Cartoons and comics were an important weapon in this fight. Not every resident of New York could read newspaper articles, but stories in pictures were understandable to all. As a result, they began to take up more and more column inches in the newspapers, especially after color print was introduced. All of this created ideal conditions for Outcault's talent. His debut on the pages of *New York World* came in 1894, with the publication of the humorous strip *Origin of a New Species*, whose characters were a clown and his dog.

Real success came the next year, after he published *The Yellow Kid*, thanks to which Outcault earned the title of "the father of American comics". At first the Yellow Kid was one of the characters in the successful comic strip *Hogan's Alley*, a made-up New York street in-

habited by strange and funny people, whose lives were full of various adventures. The bald little boy with protruding front teeth in a yellow night shirt became the best-known resident of Hogan's Alley.

Working on this project, Outcault perfected his style and gave his comic strip a modern look. This happened, however, in a different publication. Hearst was able to poach a group of artists from *New York World*, offering them better working conditions. Among them was Outcault. The struggle over the artist's rights to use the characters he created in his new workplace almost reached the courts. In the end, however, a compromise was adopted: the rights to *Hogan's Alley* remained with Pulitzer's publication, but this did not extend to all of its inhabitants. The Yellow Kid, therefore, continued to live on the pages of two competing newspapers until 1898. The popularity of this character allowed the papers to increase their circulations significantly, and in a certain sense he became their symbol. It is thought that it was because of this kid, dressed in a bright yellow night shirt, that the terms "yellow press" and "yellow journalism" came to be used to signify newspapers geared to the unsophisticated tastes of the mass reader.

A new series of comic strips that Outcault made for Hearst's *New York Journal*, was named after the central character, *The Yellow Kid*. In it the artist combined the techniques used by his predecessors and the basic elements of the comics: a sequential strip of individual pictures, separated by a frame and linked by the characters and the plot development, dialogue and speech bubbles, and the comic nature of the topics. The predominance of comedy in the images and stories gave the name to this new art form – "comics". In 1995, to mark the centennial of the first episodes of *Hogan's Alley*, the U.S. Postal Service issued a series of postage stamps, the first of which was dedicated to the Yellow Kid. The next year was the official centennial of American comics, with the kickoff date of October 25, 1896. That was the day that the comic strip *The Yellow Kid and his New Phonograph* first appeared on the pages of the *New York Journal*, containing all the components of modern comics. Its fame extended far beyond the U.S.: from 1970–2005 the Italian city of Lucca conducted a yearly festival of comics, at which *The Yellow Kid Awards* were handed out.

Outcault began another tradition as well, which later became the norm for mass culture production. He was the first to begin the commercialization of his brainchild. The image of the kid in his yellow night shirt appeared on an endless number of keychains, buttons, various souvenirs, chewing gum wrappers and even on cigarettes. It was honored by the publication of a special publication, the *Yellow Kid Magazine*, and his adventures served as the basis for several vaudeville shows and silent films. At the beginning of the 20th century Outcault

repeated his success with a new character, Buster Brown. All of this demonstrated the high commercial potential of comics, as a result of which they began to be circulated widely in the press throughout the country. A real comics boom began in the U.S., later called the Platinum Age, and continuing up to the 1930s.

Another innovator who transformed comics into a high art form was Winsor McCay. The comics he created, *Little Nemo in Slumberland* (1905), told about the adventures of a little boy in his surrealist dream world. The comic strip was distinguished by the brilliance and sophistication of the graphic sequence, and the inexhaustible fantasy of the author, whose artistic talent was indisputable. It was enormously successful and laid the groundwork for a whole trend in sequential art, in which the entertainment value was combined with an almost academic level of artistic execution. This success was also commercialized, and Little Nemo appeared on fast-selling post cards, in books, in games and on children's clothing.

In 1908 a play was staged on Broadway, based on the theme of the comic strip, and in 1911 McCay created a cartoon film based on it. Nemo became the first comic strip character to make the transfer to the silver screen. The strip ran until 1947, but even after that it was not forgotten. In 1966 it became part of the W. McCay exhibit at the Metropolitan Museum in New York (an extremely rare honor for the author of a comic strip). *Little Nemo in Slumberland* became one of the first American comic strips to receive wide international recognition and dissemination, which has continued up to this day. One testimony to this was a full-length Japanese feature film, shot in 1989, followed by a video game. In January 2020 Netflix announced production of a new film based on the Little Nemo comic strip.

Gradually the comics became a key element in everyday American culture. Newspapers geared towards a mass audience could no longer dispense with daily editions of these stories in pictures. Most of them began to publish Sunday supplements in color, devoted almost entirely to comics. Moreover, many people (mostly children) bought newspapers just for the adventures of their favorite heroes, paying no attention to the rest of the content. The mass culture industry was sensitive to this development, and began to publish separate editions of original comics, geared towards children and adolescents. The first of these was a weekly called *The Funnies*, published in 1929 by George Delacorte, followed by numerous sequels and variations. This is how special magazines first appeared, followed by comics in book form, which over time assumed a central place in American popular culture. During this period the comics began to embrace new genres: detective stories, Westerns, science fiction. Among the characters were

Dick Tracy, the detective hero (1931), Tarzan (1929), and Buck Rogers (1929). It was in the Buck Rogers comics, set in the far future, that space ships, robots, laser weapons and other elements of science fiction were first pictured in American mass culture.

It was at that time as well that the tradition was established of close cooperation between film and the comics; at first it was characters from popular films (mostly cartoons) who became heroes of print editions of picture stories. The first of these was the famous *Felix the Cat* (1923), followed by Disney's *Mickey Mouse* (1930) and others. Things changed fairly quickly, and then it was Hollywood that began actively using comics as a source of inspiration.

The 1920s were a period of active export of American mass culture. American film, music, and popular literature successfully captured the European markets. Comics were not excluded from this, although their path to Europe was more difficult. The first attempts to send American comics across the Atlantic were undertaken at the beginning of the 20th century; however, they were unsuccessful. In 1904 the Italian newspaper *Il Novellino* published *The Yellow Kid*, but it did not catch on in Italy: the characters were too alien, their adventures too far from local reality. The format itself, however, was recognized and adapted to European conditions. In 1908 the *Corriere dei Piccoli* began publication; it was a weekly illustrated supplement to the *Corriere della Sera*, and its main content was stories in pictures. Italian comic strips appeared – “fumetti” – as an adaptation of American examples to the traditions and particular nature of the country's popular culture.

From the very beginning, along with original stories and characters (the first of whom was a black boy, Bilbolbul, created by the artist Attilio Mussino), American comics were published after they underwent a type of “Italianization”. *The Katzenjammer Kids* became *Bibi e Bibò*, *Happy Hooligan* became *Fortunello*, *Felix the Cat* became *Mio Mao*, and *Bringing Up Father* became *Archibaldo e Petronia*.

Unlike the U.S., where the target audience were children as well as adults, Italy geared their comics mostly to the younger readers. They actively used the pedagogical and propaganda potential of the format: simplicity and clarity of message, delivered in a bright and entertaining form. Another characteristic of the early Italian (and European in general) comics was the rejection of speech bubbles. Instead, they used traditional captions underneath the pictures, often in verse. Bubbles did not begin appearing in European comics until the second half of the 1920s.

As nationalist and militarist propaganda began to spread in Italy in 1939, foreign comics were banned. The only character for

whom an exception was made was Mickey Mouse (in Italy he was called “Topolino”, or “Little Mouse”), which was explained by the special love that Benito Mussolini’s children felt for the Walt Disney character. Many editions got around this ban, however, by using the same simple method of renaming the American heroes of these picture stories in the Italian style. An inspired description of the role that comics (including American ones) played in the lives of Italian children and adolescents can be found in the novel by the renowned writer and scholar Umberto Eco *The Mysterious Flame of Queen Loana*.

The integration of American comics into France’s cultural space followed a slightly different path. This was tied to a long-standing tradition of political and social caricature that was one of the sources for the unique French “bande dessinée”. Historically the first French comics was *Becassine* (1905), whose heroine was a young servant (nanny or housemaid). She is the first female central character in a graphic story. Her success with the public led to the appearance of more and more new comics, which creatively used American images and format.

In 1925 in the comic strip *Zig et Puce*, speech bubbles were used for dialogue, and in 1929 the most popular character in French comics was born, the young journalist Tintin, invented by the Belgian artist Georges Prosper Remi, who used the pseudonym Herge. The first comics from *The Adventures of Tintin* were dedicated to his trip to Soviet Russia (*Tintin in the Land of the Soviets*) and was clearly political. In all Herge created 24 albums on the adventures of the reporter and his dog; one was devoted to his trip to America. American comics had a great influence on Herge. He, in turn, influenced American popular culture. Andy Warhol, in one of his interviews, said that Herge had influenced his work as much as Walt Disney had. Moreover, Warhol painted a series of portraits of Herge, while another American pop-art classic, Roy Lichtenstein, used Tintin’s image in one of his paintings. Tintin’s popularity was so great that Charles De Gaulle once said: “My only international rival is Tintin”⁷². In 2011 Steven Spielberg made a feature film based on three albums about Tintin.

An even more obvious example of American influence on Francophone popular culture could be found in the publication *Journal de Mickey* (*Mickey Mouse’s Journal*) (1934). It was a direct analogue of American comic books and was devoted almost completely to the adventures of Mickey Mouse and other Disney heroes, placed in a French

⁷² Grove L. Comics in French. New York, 2010. P. 11.

context. The creator of the journal, Paul Winkler, adapted other popular American comics of the 1930s for French readers as well. This gave the publication unprecedented commercial success, with a circulation of 400,000 copies per week, which was several times higher than any competitors. During World War II, when the Nazis were occupying France, Paul Winkler was forced to move to the U.S. After the war the journal again began publication, and it is still the most popular magazine in France for children between 8 and 13.

American comics gave European mass culture images associated with the possibility of resisting evil, tyranny in all its forms, a yearning for individual liberty and self-expression. One consequence of this was suspicion and hostility towards this art from Europe's dictatorial regimes. After coming to power in Germany, the Nazis declared comics to be degenerate art, much like impressionism, expressionism, surrealism and other modernist trends. The result was a de facto ban on comics in Germany, and later in the countries it occupied.

In the United States, on the contrary, the 1930s were a "Golden Age" for comics. On one hand, a whole series of publications ceased to exist, while on the other, the demand rose for cheap entertainment capable of distracting the mass consumer from his daily cares, troubles and fears. Comics were the best answer to this demand, and in 1933 a new format appeared, which later became the main one. The firm Eastern Color Printing published the first comic book "Famous Funnies," which contained 36 pages of original as well as reprinted newspaper comic strips. This spurred the production of graphic stories, transforming this art into an independent sector of the entertainment industry.

The next year another epic event occurred: Malcolm Wheeler-Nicholson founded the company *National Allied Publications, Inc.*, which began to publish *New Fun: The Big Comic Magazine*, the first comic book made up entirely of original works. It was in this publication that Jerry Siegel and Joe Shuster debuted in 1935. They were the future creators of Superman, who launched the era of superheroes in the comics. In 1937 the company was turned into *Detective Comics*. Thus began the history of one of the two largest publishing houses in the U.S. specializing in comics – *DC Comics*. In all, by the end of the 1930s there were 18 publishing houses issuing 322 comic books, which were distributed through newspaper kiosks, grocery stores, apothecaries and convenience stores. All of this transformed the production of comics into a rapidly growing industry, geared towards an enormous internal market.

The Golden Age of American Comics: The Era of Superheroes (1938–1955)

The start of the Golden Age of Comic Books is traditionally considered to be June, 1938, when the first edition of the new DC Comics anthology appeared, titled *Action Comics*, in which readers first met Superman. This meeting was fateful, both for the character and for the entire sector. Superman became the most popular comics character in history, the de facto personification of comics, the archetype of American mass culture. His creators, Jerry Siegel and Joe Shuster, were able to sense, in a society that was going through difficult times, the need for a superhero who would embody all the best qualities, an all-powerful defender and savior who would come to the rescue at a difficult moment. His superhuman powers were placed at the service of truth and morality. They were the guarantee that good would triumph over evil, and justice would be done.

Superman's popularity increased from decade to decade; he became the hero of dozens of feature films and cartoons, videos and computer games. Examples of the first comics featuring Superman are collector's items, and a target of capital investment on a par with the most famous works of art. In 2014 one was sold on eBay for a record \$3,2 million.

Superman launched the superhero era in the comic book world. Following his shining example came the Dark Knight, the crime fighting Batman, who first appeared on the pages of *Detective Comics* in May, 1939. Its authors, Bob Kane and Bill Finger, apparently created their character as the antithesis of Superman. Unlike him, Batman is a creature of Earth, does not have superhuman powers, acts under cover of night, and in a costume that has negative associations. His strength is based on his intellect, his knowledge, new technology and completely human qualities: compassion, unbending will and faith in his own rightness. Just like Superman he fights evil, embodied in criminal gangs, corrupt politicians and dastardly villains who threaten the well-being of ordinary citizens. Almost as soon as he appeared, Batman became one of the most popular characters in comics, and remains so to this day. Many films, serials and games have been devoted to him; they continue to come out, attracting millions of viewers and users all over the world. In January 2020 filming began of the latest movie, featuring Robert Pattinson in the lead.

The third cult hero of the Golden Age of Comic Books was Captain America, who made his appearance during World War II, which had a defining influence on his image. From the beginning he was envisioned by his creators, Joe Simon and Jack Kirby, as a patriotic cha-

racter, dressed in a red-white-and blue costume to mirror the American flag, protected from enemies by his supershield. On the cover of the first edition that contained his strip, Captain America dealt Hitler and knock-out blow.

Other popular comics superheroes were the Human Torch, Plastic Man, the detective Spirit, Captain Marvel, Wonder Woman, and many others.

Wonder Woman occupied a special place among them as the first female superhero, the reflection of the feminist idea in popular culture. She was created by William Moulton Marston, a psychologist, creator of the famous polygraph (lie detector), and one of the theoreticians of feminism. In 1940 an interview he gave was published, titled *Don't Laugh at the Comics*, in which he discussed the greater educational potential of comics. Afterwards, comics publisher Maxwell C. Gaines invited him to join his company as a consultant. Marston proposed giving comics an additional impetus for development with the help of a fundamentally new character – a female superhero.

This idea gained support, with the result that in December 1941 Wonder Woman appeared. In her image Marston (who published the comic strip under the pseudonym Charles Moulton) embodied his concept of the ideal woman, who would change society's preconceived notions. He wrote:

Not even girls want to be girls so long as our feminine archetype lacks force, strength, and power. Not wanting to be girls, they don't want to be tender, submissive, peace-loving as good women are. Women's strong qualities have become despised because of their weakness. The obvious remedy is to create a feminine character with all the strength of Superman plus all the allure of a good and beautiful woman⁷³.

Marston openly spoke about the educational goal he had set: "Frankly, Wonder Woman is psychological propaganda for the new type of woman who, I believe, should rule the world"⁷⁴.

As a result, Wonder Woman, with her superhuman powers and her Lasso of Truth, which could make anyone tell the truth (a direct allusion to the lie detector, Marston's invention), became one of the most popular characters in the history of American comics. Her image is captured in radio and television shows, in souvenirs, dolls, video

⁷³ Cit. on: *Berlatsky N.* Wonder Woman. Bondage and Feminism in the Marston / Peter Comics, 1941–1948. New Brunswick, 2015. P. 115.

⁷⁴ Cit. on: *Lepore J.* The Secret History of Wonder Woman. New York, 2014. P. 421.

games and in animated and feature films, which are hugely successful all over the world. In the 2017 film *Wonder Woman* she was played by Israeli actress Gal Gadot. A sequel is planned for 2020 – *Wonder Woman 1984* – featuring Gadot. The popularity of the character and the message that she brings induced *Time* magazine to include Gadot in its list of the most influential people of 2018 and has made her one of the highest paid actresses in the world.

Altogether around 400 superheroes were created during the Golden Age, many of whom fought fascism during the war in the pages of these graphic stories, promoting patriotism and raising morale at home and at the front. The circulation of comic books during this era reached record numbers.

The Golden Age of Comic Books was not limited to superheroes, however. The adventures of Disney characters continued to be published, with Mickey Mouse and Donald Duck being the most commercially successful. A relatively new phenomenon during this period was the appearance of a series of educational comics, *True Comics*, which began publication in 1941. The initiator of the publications, George J. Hecht, founder and publisher of *Parents' Magazine*, explained the series this way:

There are many comic magazines. Originally the comic strips in newspapers and the comic magazines tried to be funny, and in a few cases succeeded. But nowadays most of the comic magazines no longer even try to be funny. They consist largely of exciting picture stories which everyone recognizes as not only untrue but utterly impossible. We are happy to present herewith a new and thoroughly different comic magazine... We have adopted as the slogan of True Comics, "Truth is stranger and a thousand times more interesting than fiction!"⁷⁵

A special feature of *True Comics* was the presence of an editorial board, which contained historians, educators, and psychologists. The project included biographies of prominent persons (Winston Churchill, Simon Bolivar), comics devoted to the development of medicine, sports, etc. Between 1941–1950, 84 magazines were published. The series was commercially successful, but it could not compete with the popularity of superheroes.

Another attempt to give comics more respectability was the adaptation of classic works of literature to this format. One fan of this trend was Albert Lewis Kanter, an immigrant from the Russian Em-

⁷⁵ Cit. on: Mitchel K., Thomas R. American Comic Book Chronicle. Raleigh, 2019. P. 115.

pire, who began his *Classic Comics* project in October, 1941 with the publication of *The Three Musketeers* in the form of a comic strip. The project was quite successful: almost all of the 169 publications required additional print runs to satisfy demand, and some were reprinted up to 25 times. The publisher, Maxwell C. Gaines, published comics about the Old Testament, about U.S. history, and, in 1946, opened a new publishing house, *Educational Comics*.

After the war the comics industry continued to grow rapidly, as a result of which the total circulation in 1952 reached a billion copies. This was made possible by several factors: the low price of 10 cents, which had remained unchanged since 1933; the increased birth rate of the previous decade, which meant a constant rise in demand for comics. The appearance of new genres that attracted adults also played an important role: crime comics, horror comics, love-story comics. Along with this the popularity of superheroes declined; by the end of the 1940s only a few of them continued to interest the public (Superman, Batman, Wonder Woman, Captain Marvel and a few others). The newly vacant niche was filled with crime topics and horror stories that engulfed the pages of comic books. William Maxwell Gaines, son and heir of *Educational Comics*, was especially successful in this; inheriting a debt of \$100,000 along with the publishing house, he radically changed its publishing policies, going from educational products to horror, suspense, science fiction and “adult” humor.

All of this dealt a serious blow to the reputation of comics, provoking sharp criticism and accusations of amorality, of corrupting children and adolescents. One book caused a special furor: *Seduction of the Innocent* by psychiatrist Frederic Wertham, published in 1954. In it the author insists that it is comics that were to blame for the rise in adolescent crime, that they promote violence and deviant behavior⁷⁶. Under the influence of this criticism, Senator Estes Kefauver initiated hearings on comics in Congress. As a result, the *Comics Magazine Association of America* (CMAA) adopted the *Comics Code*, which was an act of self-censorship of the sector similar to the Hays Code in Hollywood. The Code’s articles introduced harsh restrictions on the content of comics linked to the depiction of crime, cruelty, extreme violence, blasphemy, racism, sex, nudity, etc. According to the demands of the Code, “In every instance good shall triumph over evil and the criminal punished for his misdeeds”. Publishing houses that signed up to the Association had to send their

⁷⁶ *Beaty B.* Frederic Wertham and the Critic of Mass Culture. Jackson, 2005. P. 136–137.

product to the *Comics Code Authority*, to check whether the content conformed to the Code's demands⁷⁷.

Observing these demands was voluntary, and a whole series of publishers refused to join. The major comics producers, however, who controlled distribution, were able to impose the Code on the industry. Formally the *Comics Code* existed until the beginning of the 21st century (the last company to stop observing it was *DC Comics* in 2011). In fact, however, by the end of the 1970s the Code has ceased to have any defining influence on the development of the industry.

By the first half of the 1950s, the American comics industry was undergoing a serious crisis, caused by a decline in public interest in traditional themes, which led to a sharp drop in circulation. The adoption of the *Comics Code*, with its harsh demands on content, led to the departure from the market of a whole series of small publishers specializing in crime, horror and suspense. Besides, the sector was not ready for competition from the rapidly growing television industry, which gradually came to dominate the entertainment business. Americans were spending more and more time in front of their television screens, and spent less and less time reading comics. The era of the superheroes came to an end, and with the Golden Age of Comic Books.

The Silver Age of Comics (1956–1970)

Under these new conditions it was necessary to seek new ways of attracting audiences. These searches took several different directions. *DC Comics* inaugurated the *Silver Age of Comic Books* with an attempt to resurrect the superhero theme. In October 1956 the company introduced a new version of the Flash comic strip, about the lightning-man, who possessed superpowers. His success made it possible to relaunch a selection of classic characters from the Golden Age: the Green Lantern, Aquaman, Atom, and others. They retained only their well-known names. Everything else (clothing, biographies, location and circumstances of the action) was completely new. The main genres forming their environment were science fiction and fantasy, parallel worlds and magic. Uniting in 1960 to form the Justice League of America, they defended the Earth from alien invaders and supervillains that were threatening to destroy it.

The success of *DC Comics* inspired competitors from *Marvel Comics*, who in 1961 created their own group of superheroes, the

⁷⁷ Pulp Demons: International Dimensions of the Postwar Anti-comics Campaign / Ed. by J.A. Lent. Madison, 1999. P. 270.

Fantastic Four, each of whom has some kind of superpower. The epic struggle between the two largest companies in the comics industry began at this moment.

The result was the appearance of an entire Pantheon of new superheroes, who transformed and reinvigorated the genre. *Marvel Comics* dominated in this endeavor, thanks to the talent of its creative team: Stan Lee, Jack Kirby and Steve Ditko. The characters they created – Spider-Man, Iron Man, Thor, the Hulk, X-Men and many others, differed from traditional superheroes in that they functioned in the real world, they faced internal problems, loneliness, daily difficulties. The authors paid special attention to developing the heroes' character, which gave the action a sense of drama and attracted readers. This approach came to be called "superheroes in the real world," and became one of the elements of success, eliciting interest from people of various ages and education levels. In 1965 Spider-Man and the Hulk were on *Esquire Magazine's* list of the 28 most popular personalities among university students, alongside John F. Kennedy and Bob Dylan. As a result, by the end of the 1960s *Marvel Comics* was selling 50 million copies a year.

Another direction in the development of American comics was the appearance of "Underground Comix". This was a response to the restrictions introduced by the *Comics Code*. Underground Comix became an important element of the American counterculture in the second half of the 1960s. It dealt with topics that were taboo in the mainstream, such as drugs, sex, violence, rock music and current politics. The first comic strip of this type was *The Adventures of Jesus*, created in 1962 by the Texas artist Frank Stack.

San Francisco became the center of this new direction in the comics art form; the majority of the publishing houses that issued them were concentrated here. In addition, San Francisco was the unofficial capital of the American youth counterculture, the hippie movement and social activism. Central figures in the Underground Comix movement were the artists Gilbert Shelton and Robert Crumb. Shelton created a whole series of iconic Underground Comix figures: "Wonder Wart-Hog" (a parody of Superman), "Fabulous Furry Freaky Brothers", and "Fat Freddy's Cat".

Robert Crumb formulated the main creative principle for the authors of Underground Comix, which, in his opinion, was the absence of any type of censorship:

People forget that that was what it was all about. That was why we did it. We didn't have anybody standing over us saying "No, you can't draw this" or "You can't show that". We could do whatever we wanted⁷⁸.

⁷⁸ Cit. on: *Sabin R. Comics, Comix & Graphic Novels: A History of Comic Art*. New York, 2001. P. 95.

Crumb was most famous as the author of a series of comics about the adventures of Fritz the Cat in a city inhabited by anthropomorphic animals. This series was published in the magazines *Help!* and *Cavalier*, later coming out in a separate edition. The comic strip parodied real problems of American society and reimagined tropes of popular culture. In various editions Fritz is seen as a beatnik, a pop-music star, a secret agent, a radical revolutionary, etc. All of this was flavored with an explosive mixture of sex, drugs, and discussions of racism and political problems. The character became so popular that in 1972 a feature-length animated film was made using the themes of the comic strip, the first animated film in American cartoon history to be rated X (not recommended for children under 17). This did not prevent it from becoming the most successful independent animated film ever, earning \$190 million in worldwide sales.

Underground Comix did not have access to traditional distribution networks, and therefore circulated either by subscription or through specialized stores, or “head shops.” Despite the limited print runs and the difficulties in dissemination, it was an important cultural phenomenon, pushing the format of comics to the limit, demonstrating its limitless potential to deal with any problems and use any aesthetic in doing so.

An acknowledgement of this was the first U.S. exhibit of Underground Comix in 1969, the “Phonus Balonus Show”, in Washington’s Corcoran Gallery. The curator of the exhibit was Bhub Stewart, who is considered to be the author of the term “Underground Comix”. The exhibit displayed works by Robert Crumb, Gilbert Shelton, Kim Deitch, Art Spiegelman and other artists.

An important legacy of the Silver Age of Comics was the willingness to take on real social and political problems in American society; comics ceased being limited to fantasy or fairy tale characters. As a format of mass popular art, comics began to be used as a means of political expression on important topics. One of the first examples of this was the comic strip *Martin Luther King and the Montgomery Story*, published in 1957 by the *United States Fellowship of Reconciliation* (FOR USA). It told the famous story of the movement for the desegregation of public transportation in Montgomery, and its characters were Martin Luther King, Jr. and Rosa Parks. Published with a print run of 250,000, the comic strip was distributed among groups of social activists, in churches and schools, promoting the idea of non-violent protest and the struggle for civil rights.

An indirect reflection of the African American civil rights movement and the struggle for equality was the 1966 appearance of the first black superhero in Marvel Comics. This was the Black Panther. It is

symbolic that this was the year that the famous radical Black Panther Party was established (the Black Panther Party for Self-Defense).

Another special feature of this period is the interplay between comics and other trends in popular culture. Its indisputable influence on pop-art was most clearly expressed in the works of Roy Lichtenstein, who used characters, themes, the aesthetic and techniques of comics in his work, including speech bubbles. This gave graphic stories the status of art, not just a type of mass entertainment, as witnessed by the 1967 comics exhibit at the Musée des Arts Décoratifs Louvre (Louvre Museum of Decorative Arts) in Paris. Comics became the object of serious study by art historians, and the center of numerous discussions dedicated to various aspects of this socio-cultural phenomenon. Finally, comics were acknowledged as a separate art form. In 1971 French writer and journalist Francis Lacassin first called comics “the ninth art”. This term caught on and is now commonly used.

The Bronze Age of Comics (1971–1984)

On the cusp of the 1970s there was yet another crisis brewing in the American comics industry. There was a decline in demand for products, along with a generational shift in the authors, and the system of distribution was changing. Instead of mass sales of cheap publications at newspaper stands, grocery stores and supermarkets, there were now specialized stores geared towards various groups of consumers. This made it possible for small publishing houses to get a foothold in the market, and for adult comics to emerge from the underground.

As a result, the Comics Code lost some of its influence. Even members of the Association stopped adhering strictly to its rules. One indicator of this was that the theme of drugs crept into classic comic strips. In 1971 the Department of Health asked Stan Lee, Editor in Chief of Marvel Comics, to make a comic strip about the danger of drug abuse as part of an anti-drug campaign among young people. The publisher included a story in the Spider-Man strip in which one of the characters was a drug addict. Even though the comics did not receive the blessing of the *Comics Code Authority*, it was published and was successful. After that *DC Comics* published its own comic strip on the same theme.

A key event in the Bronze Age was the increasingly fierce competition between the major players in the market. In 1970 Marvel published its first comic book about Conan the Barbarian, followed by other characters from the works of Robert Howard. *DC Comics* answered with Warlord, Beowulf and Tarzan. It did not take long for the

competition to react: in 1972 Marvel published a new successful series *The Tomb of Dracula*. During this standoff the publishers began to experiment with various genres: Westerns, horror, fantasy, martial arts, monster stories, adaptations of cheap novels.

Social themes, once having crept into the comics, became an integral part of the genre. Even superhero stories touched on real-life problems: drugs, alcohol, racism, the environment, minorities, women, etc.

The popularity of comic book heroes could not fail to attract the attention of other media, primarily Hollywood and television. After the first successful experiment – the *Batman* TV series (1966–1968), others followed in the second half of the 1970s there were series about Wonder Woman, the Hulk, Spider-Man, which could not duplicate the success of *Batman*. Quite a different response awaited Richard Donner's film *Superman*, shot in 1978 and based on the *DC Comics*. It won numerous awards, including an Oscar, a Golden Globe and BAFTA, and earned \$300 million, appearing on screens all over the world. It launched the era of Hollywood films about comic book superheroes. As a result, almost all popular comics have been put on the screen, and, in turn, Hollywood blockbusters have become the basis for comic strips, published in enormous numbers. The first such case was *Star Wars* (1977).

The mid-1980s were marked by the start of a new period in the development of the comics industry. The rise of independent publishers, the broadening of genre diversity and the broad spectrum of artistic techniques transformed comics into a full-fledged trend in modern art, capable of taking on any serious topics and influencing mass consciousness. In 1992 Art Spiegelman received the Pulitzer Prize and many other awards for his series of comics about the Holocaust: *Maus: A Survivor's Tale*. It was translated into 18 languages, and included in university and school curricula. Another one of his comics series – *In the Shadow of No Towers*, 2004, is devoted to the events of September 11 in New York. "Journalism comics" was a new phenomenon, with Joe Sacco its most brilliant representative. He received the American Book Award for *Palestine* (1996), his book of comics reporting.

In 2013–2016 Congressman Joe Lewis, along with writer Andrew Ayden, published *March*, an autobiographical trilogy in the form of a graphic novel about the civil rights movement of the 1960s. It won a whole series of prestigious prizes. All these examples demonstrate the universality of the comics format, which makes it possible for an author to express thoughts of any depth or complexity.

Today the comics-industry is a giant sector that employs tens of thousands of representatives of many professions. The most complete

of all existing comics data bases, the *Grand Comics Database*, contains information about more than 13,000 publishers, 26,000 artists, 1,6 million editions of comic books, and 2,7 million themes. These lists are constantly being updated. The annual turnover is in the billions. In 2009 the *Walt Disney Company* bought Marvel for \$4 billion.

The comics industry is once again on the rise, thanks to the technical re-equipping of the sector, the use of computer technology, the mastering of new genres, the formation of a unique global subculture with exhibits, festivals, millions of fans united in fan clubs. Comics festivals like Comic-Con have been held all over the world since 1970 and bring in hundreds of thousands of participants, all of whom want to join the comics universe, to feel like one of its heroes.

Comics play a huge role in the daily life of society, and are an important part of modern mass culture. Films and children's clothing, TV serials and souvenirs, computer games and instructions for household appliances, textbooks and advertisements – it would be difficult to find a place on the map or in our lives that has not yet been touched by the format and characters of the comics.

Further Reading

- Booker M.K.* Encyclopedia of Comic Books and Graphic Novels (In 2 Vols). Santa Barbara, 2010.
- Booker M.K.* Comics through Time: A History of Icons, Idols, and Ideas. Vols. 1–4. Santa Barbara, 2014.
- Dmitrieva D.* The Age of Superheroes: Sources, Stories and Ideology of American Comics. Moscow, 2015. (In Russ.)
- Duncan R., Smith M.J.* The Power of Comics: History, Form and Culture. New York; London, 2009.
- Gabilliet J.-P., Beaty B., Nguyen N.* Of Comics and Men: A Cultural History of American Comic Books. Jackson, 2009.
- Gordon I.* Superman. The Persistence of an American Icon. New Brunswick, 2017.
- Lepore J.* The Secret History of Wonder Woman. New York, 2014.
- Rhoades Sh.* A Complete History of American Comic Books. New York, 2008.
- Sabin R.* Comics, Comix & Graphic Novels. London, 1996.
- Tsyrkun N.A.* American Film Comics: The Evolution of the Genre. Moscow, 2014. (In Russ.)
- Williams P., Lyons J.* The Rise of the American Comics Artist: Creators and Contexts. Jackson, 2010.

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Comic-Con 2018: All the most interesting events in San Diego <https://www.youtube.com/watch?v=JpJ3wus8fTg>

COMIC-CON SDCC 2019 SAN DIEGO <https://www.youtube.com/watch?v=0onwPwldz1U>

Comic Con Russia 2019: Cosplay <https://www.youtube.com/watch?v=QTI-JqZuu8I>

Comic Videos (12 Videos) https://www.youtube.com/playlist?list=PLRTz5xOqUSCTA_zmFS0Tlpbc5RS8s5G4m

Don Markstein's Toonopedia <http://www.toonopedia.com/>

Gilbert Shelton and the Underground Comix: EXCLUSIVE INTERVIEW <https://www.youtube.com/watch?v=yXaHUMESoM4>

Great Comic Database <https://www.comics.org/>

NEW YORK COMIC CON 2019 NYCC https://www.youtube.com/watch?v=6QBfDGz_0xc

Videos/DC – DC Comics <https://www.dccomics.com/videos>

Lecture 7. Music for All Tastes and Seasons – from Jazz to Rap

Introduction

Music, like any other art form, is a reflection of the national character. American popular music is no exception. It has all the qualities that we associate with Americans: resourcefulness, inventiveness, the ability to build on others' experience and combine several successful solutions, a democratic base.

It is impossible to describe the entire history of American music, but it is possible to choose an important theme and illustrate it with clear examples. This lecture will deal with how Americans created new musical genres, mixing various traditions and starting from the surrounding social conditions. The heroes of our story will be jazz, country, rock n' roll and rap. Let's start at the beginning...

The Roots of American Popular Music

Up until the mid-19th century, American popular music was almost entirely European in origin. The cultural and linguistic dominance of Americans of English origin meant that music born in the mists of Albion established the "mainstream" very early on, which was later influenced by other musical cultures.

During the American Revolution, professional composers of popular English songs wrote ballads. Although they were originally circulated orally, by that time the texts were being printed on large sheets of paper, called "broadsides". While some ballads traced their roots to traditional folk songs, many were completely modern and described the urban mores of the 18th century. The broadside usually contained the ballad's lyrics, with a note on the melody: usually this was some well-known folk song. This guaranteed the popularity of the ballads, making them easy to remember. In order to make a song

even more catchy, the composers would also invent a refrain that repeated every few lines.

In England ballads could be heard everywhere, from dirty alleyways to elegant amusement parks. The latter were the most popular sites for leisure activities from the mid-17th to the mid-19th centuries. These were large city parks crisscrossed by paths shaded by sprawling trees, which allowed residents of the industrializing cities to return to a pastoral setting, quiet and full of fresh air. These amusement parks became one of the main venues for the dissemination of printed songs by professional composers. As for the future United States, the first leisure parks opened in Charleston, New York and other cities in the 1760s.

At the beginning of the 19th century, the English tradition of the ballad opera was also popular. Possibly the most famous of these is John Gay's *The Beggar's Opera* (1728). The heroes of ballad operas were ordinary people, not high-born personages with royal blood. The songs were familiar in form and content, since they were performed in English, not Italian, which was the main language of opera at the time. The English folk ballad tradition flourished in America.

In addition to this, early American popular music was influenced by Irish, Scottish and Italian songs. Copies of Thomas Moore's multi-volume collection of Irish melodies were widely disseminated, and there were many Scottish songs that were wildly popular, like *Auld Lang Syne*. By the beginning of the 19th century, Italian opera also had its fans, and bel canto had a major influence on the development of popular singing.

Another important source of modern American musical culture was dance music. Up until the end of the 19th century, European traditions were generally followed in the U.S.; however, they were transformed under the influence of local cultures. Everyone danced, although each region had different styles: urban dwellers danced, rural inhabitants danced, rich and poor danced, black and white danced. Even today folk dances are an integral part of American popular culture⁷⁹.

Along with songs and dance music created by professional composers, the waves of immigration in the late 19th – early 20th century brought the folk music of France, Ireland, Germany and various parts of the Russian Empire to America. In addition to that, various trends in African music also began to heavily influence American musical tradition.

⁷⁹ Starr L., Waterman C. American Popular Music. Oxford, 2008. P. 6–7.

The genesis of African American music in the United States is linked to two processes. On the one hand, this was syncretism – the selective mixing of the traditions of Africa and Europe. On the other, it was the creation of public institutions that became important centers for black American music – the family, the Church, volunteer organizations, schools, etc.

It would be a mistake to speak of “black music” as a homogenous phenomenon. African American culture took various forms in Brazil, Cuba, Haiti, Jamaica and the United States. In each case the musical traditions were formed under the influence of specific local social conditions, while African and European musical components were mixed in a particular manner. In the United States, the majority of slaves came, apparently, from Senegambia and Western Africa. The banjo – an African American invention – is a descendent of the stringed instruments prevalent in Senegambia, and some aspects of the blues stem from the traditions of the West African savannah.

Certain characteristics of African music have influenced modern American music culture. For example, in many songs where a soloist alternates with a chorus, one can see borrowings from the question-answer African American musical tradition. In addition, modern riffs in rock can also trace their roots back to African culture, which emphasized the importance of rhythmic repetition, finding it particularly attractive.

The influence of the African musical aesthetic and techniques on American popular music are incredibly deep. At the start of the 20th century, African American ragtime and blues formed the pop-mainstream in the U.S. Music of the “jazz age” in the 1920s and the “swing era” of the 1930s–1940s was based on a reworking of African dance music to attract the attention of a white middle-class audience. Even country music, which is considered typically “white”, has been influenced by African traditions. Some of its biggest stars were black, and the individual playing styles of Jimmy Rodgers, Hank Williams and Willie Nelson were strongly influenced by African American music⁸⁰.

Another important region that continues to inspire popular American music is Latin America. The first Latin American musical style to arrive in the U.S. was the Cuban habanera. Its characteristic rhythm influenced ragtime music at the end of the 19th century and was an important part of what the great New Orleans pianist Jelly Roll Morton called the “Spanish tinge” in American jazz.

The next wave of Latin American influence on music in the United States came from Argentina. Tango was influenced by habanera,

⁸⁰ Ibid. P. 9–10.

Italian and Spanish songs, as well as gaucho (“cowboy”) songs. In the U.S., the dance version of the tango, a couples’ dance featuring close contact between the partners and a strong rhythm, was popularized around 1914 by dance stars Irene and Vernon Castle.

In later years American music was influenced by Cuban rumba, Brazilian samba and Mexican folk music traditions like mariachi – wedding melodies, as well as conjunto – songs performed by small groups, with the accordion at the center⁸¹.

Livin’ the Music: Jazz

Jazz, one of the “true” American art forms, was born in New Orleans, Louisiana, around 1900. The position of New Orleans as a gateway between the United States and the Caribbean countries, its social and racial diversity, and the legacy of the French colonial culture led to the formation of a unique music community. Jazz grew out of the union of various New Orleans musical traditions, including ragtime, marching bands, the rhythms of Mardi Gras and funeral processions, French and Italian opera, Caribbean and Mexican music, the songs of Tin Pan Alley (as 28th Street in New York was called, where numerous music publishing companies were located at the beginning of the 20th century) and African American songs, religious (spirituals) and secular (the blues).

Singer and trumpeter Louis Armstrong, a New Orleans native, is usually credited with developing the main characteristics of jazz. In particular, it was he who emphasized the swing rhythm and put the soloist-virtuoso out in front. He was also a major influence on the development of pop-music in the 1920s and 1930s.

Armstrong became an influential musician on the New Orleans scene in the years following the First World War, then moved to Chicago to join the group of his mentor, King Oliver, and make the first jazz recordings. In 1924 Armstrong joined Fletcher Henderson’s group in New York, pushing it in a more expressive and improvisational direction. It was he who helped to create the synthesis of jazz and ballroom dance music, which would later be called “swing”. By the 1930s Armstrong was the most famous black musician in the world, thanks to his recordings and his performances in film and on radio.

While jazz was considered a transitional phase by the music industry, it became an important cultural phenomenon in the 1920s–1930s and changed American popular music forever. The jazz

⁸¹ Ibid. P. 10–11.

subculture was embraced by white youth from the upper and middle classes: the emancipated “flappers” who challenged the commonly held ideas of how women should look and behave (they wore short skirts, cut their hair, used dramatic makeup and had relations with men), and young men who tried to copy the sensitive but at the same time cool image of movie star Rudolph Valentino, and who were called “jazzbos” or “sheiks.” This movement included elements of “high culture” – the novels of F. Scott Fitzgerald, the paintings of Pablo Picasso, the plays of Eugene O’Neill – and popular, mass culture, represented by African American music, dance and speech. Jazz, and the lifestyle it symbolized, quickly drew adherents from all across the United States, aided by records, radio and Hollywood.

The universal obsession with jazz in the 1920s meant that African Americans had more influence over the musical tastes and consumer habits of white Americans. On the one hand, this gave some black musicians more chances to show off their talents. On the other hand, however, it was a real problem for them to become part of any popular orchestras because of the racial segregation in society. While African American musicians were playing more and more often in trendy cabarets in the center of town and in the ballrooms of upscale hotels, in normal times they could only gain entry to such establishments as servants, not as guests or customers. At the end of the 1920s white jazz fans began to frequent night clubs in African American neighborhoods. In New York’s Harlem and on the Southside of Chicago these cabarets offered their primarily white clientele a diverse selection of jazz music. It was in just such an establishment – Harlem’s famous *Cotton Club* – that the great jazz pianist Duke Ellington developed his style, which he called “jungle music”, characterized by a dense rhythmic texture and dark, growling tones⁸².

It should be noted that the development of jazz in the 1920s was closely linked to the Harlem Renaissance, an important cultural phenomenon that arose in the African American community in New York, drawing together musicians, writers, artists, actors and dance performers. The popularity of improvisational jazz, with Harlem at its center, led to white composers discovering the genre and gradually bringing it into the mainstream.

Beginning in 1935, a new style of jazz was becoming popular, called “swing”. Initially developed at the end of the 1920s by black groups performing dance music in New York, Chicago and Kansas City, it introduced major changes in American pop-culture. The word “swing” itself (like “jazz”, “blues” and “rock n’ roll”) comes from Af-

⁸² Ibid. P. 20–22.

rican American slang. It was initially used to mean a smooth, “swinging” rhythmic sensation, created by well-played music. Then the term began to be used to mean an emotional state, characterized by a feeling of freedom, the fullness of life and pleasure. Variations of the word “swing” were widely used in the names and texts of jazz recordings made in the 1920s and early 1930s. It should be noted that the most famous masters of jazz swing were Benny Goodman, Duke Ellington, mentioned above, and Glenn Miller, who, in fact, glorified the style in the movie *Sun Valley Serenade*⁸³.

While the popularity of jazz began to wane at the beginning of the 1940s, it did not stop developing. Beginning with the middle of the century, each new generation of jazz musicians has brought something new to this musical genre, and performers of other styles drew inspiration from it. Today the number of jazz types is quite high. Bebop, cool jazz, jazz fusion, soul jazz and acid jazz are just a few of them. Swing itself is today still beloved by nostalgic Americans, one example of which is the recent success of the Damien Chazelle films *Whiplash* (2014) and *La La Land* (2016).

The Road Home: Country

Country music was always closely tied to the problems between rural life and the city, home and travel, the past and the present. This is not surprising; if we take a look at the main audience for this music in the 1920s, the core is rural residents, whose lifestyle had changed dramatically as a result of the mechanization of agriculture and progress in the American economy, as well as migrants who had left their homes to find work and start a new life in the industrialized megapolis.

Early recordings of country songs make it possible for us to feel how people almost a century ago experienced the death of their traditional rural lifestyle in the face of rapid changes. On the one hand, these were love ballads, remembrances of good old friends, of hearth and home. On the other, they were tales of broken love, of the distance separating the hero from his loved ones, of the restless and often senseless wandering from city to city.

After World War II the popularity of country only increased. The reason for this was the migration of millions of people to the North in the 1940s. Country was no longer just for the agrarian states of the Deep South; it was now being listened to in the cities and towns of Pennsylvania, Ohio, Michigan and California.

⁸³ Ibid. P. 22–25.

The post-war era was characterized by the rapid rise in radio programs that played country music. By 1949 more than 650 stations were holding live broadcasts of concerts by country artists. In 1950, when *Capitol Records* – the first major recording label geared toward country – opened in Nashville, Tennessee, a third of all album sales across the entire country were of country music.

In some sense the quantity and variety of country music styles in the years following the Second World War is reminiscent of today's situation with rhythm n' blues: there were a whole lot of them. There were the crooners, who used a "smooth" style oriented towards pop; there were the bluegrass performers, who had adapted traditional Southern music to the new reality, and, of course, the honky-tonk musicians. Their style of performing was harsh, using electric guitars, writing songs about the trials and tribulations of migrants in the city, gender roles and the interaction of men and women in a period of stormy social change.

While some musicians sought to make country music more "mainstream," to try to make the pop-charts, others wanted to return to their roots, slightly modifying old styles to conform to new circumstances. This neotraditional impulse took many forms, but the most influential of these was, probably, bluegrass.

Bluegrass was pioneered by Bill Monroe (1911–1997), born in Kentucky. Monroe began to play music while still a boy, under the influence of his uncle, a violinist, and also a black musician named Arnold Schultz, whose influence can be seen in the specific blues sound of Monroe's music.

In 1935 Bill formed a duet with his brother Charlie. *The Monroe Brothers* played all over the Southeastern United States, producing a sensational effect with their vocal harmonies and the combination of virtuoso playing on the violin and the guitar. In 1938 Bill established his own group, the *Blue Grass Boys*, and the next year he participated in the *Grand Ole Opry*, the extremely popular radio program that played country music. This was a great success, since the program invited only the stars of the genre. The program still exists today, and since 1974 is broadcast from the *Grand Ole Opry House*, a 4400-seat hall not far from Nashville.

Another important trend in post-war country music is honky-tonk, sometimes called "hard country", which conveys the sound and spirit of a roadside bar or, as it is called, a "juke joint". During the Great Depression the oil works of Texas and Oklahoma provided a rare source of stable, well-paid work, attracting thousands of people from the American Southwest. When Prohibition was lifted in 1933, the number of previously illegal drinking establishments frequented

by these workers, grew, and became a main source of work for country performers. It was such bars, where musicians played for the oil workers, that were called honky-tonks. They were popular: by the end of the 1940s thousands of such noisy night clubs were scattered over the American Southwest and beyond.

The attraction of the honky-tonk depended entirely on the music played within. If there were no real musicians, the customers amused themselves with brightly-colored, flashing jukeboxes – mechanical players that quickly became popular in the middle of the last century. In order to please the type of people who usually patronized the honky-tonks, country musicians made a series of changes to their style of playing.

First, many of the old songs about church and family were unsuitable for this new environment. Musicians began to compose songs about aspects of life that had a direct connection to the daily routines of the audience: unstable families, unpredictability in relations between men and women, the danger and attraction of alcohol, the importance of valuing the moment. When the rural past was mentioned, it was usually through a lens of nostalgia and yearning. The vocal style of honky-tonk singers was often very emotional and heart-rending, which also emphasized the complexity of life. Country musicians adapted traditional instruments and playing techniques to the noisy atmosphere of the juke-joints. A typical set included a violin, a steel-stringed guitar and a lead guitar, a bass guitar (or contrabass) and a piano. The guitars were hooked up to amplifiers, and the musicians themselves played in a consistent rhythm, suitable for dancing.

When today's performers talk about "good old country" they are usually referring to honky-tonk, not to the pre-war traditional music of the agrarian South. Such honky-tonk stars as Ernest Tubb, Hank Williams, Lefty Frizzell, Hank Snow, George Jones and Webb Pierce dominated the country charts in the early and mid-1950s until their popularity diminished with the rise of rock n' roll.

In the 1960s many young country performers wanted to upgrade the honky-tonk sound, to make it more modern. They chose a complicated approach to changing their style, in some sense orienting themselves towards rockabilly, played by Elvis Presley and Buddy Holly. The result became known as "countryopolitan" (country + cosmopolitan). The city where this new honky-tonk music was most seriously developed was Nashville, and for this reason the new subgenre was called the "Nashville sound"⁸⁴.

⁸⁴ Ibid. P. 56–57.

In the 1970s country music became an enormous business, achieving popularity among young listeners and the middle class, at the same time retaining its traditional white, working-class Southern audience. In 1974 the *Grand Ole Opry* radio program moved out of a rundown old theater in Nashville, from where it had been broadcasting since 1941, into a new complex with a 110-acre theme park called “Opryland”. An additional factor in the rise of country music was the growing conservative mood in the country, reflected in the resounding victory of Richard Nixon over George McGovern in the 1972 presidential elections⁸⁵.

Since then, country just continues to grow its fan base. It remains an important cultural phenomenon in the U.S., a part of the national identity, as well as a major and very lucrative business. There are performers today who remain true to the traditional sound – the “Nashville sound” – producing dozens of hits every year. It is these performers who are most associated with country. There are, however, many musicians who, under the influence of alternative rock and punk in the 1990s, are experimenting with the genre, the result of which is a lot of very interesting music that cannot be easily classified. In general, these musicians can be grouped under the term “alt-country”. One way or another, both the traditionalists and those looking for a new sound are preserving the identity of “country” as a musical genre that traces its roots back to the history of the American South.

OK, Boomer: Rock n’ Roll

The skyrocketing popularity – that’s the only way to describe it – of rock n’ roll in the mid-1950s forever changed the American musical landscape. Having consolidated the dominance of relatively “young” genres like blues and country, it turned teenagers into the main consumers of music and the lifestyle associated with it. If you were American and 16 years old in 1955, you were listening to rock n’ roll, no matter where you lived or what social class you belonged to. It was playing everywhere, starting from public schools, where mostly poor and black kids were studying, to private educational institutions in the suburbs, where middle class kids went to school.

The rise of rock n’ roll was an event with enormous cultural significance. Before talking about the social conditions in which it arose and its specific characteristics, however, we should highlight some major moments. First, rock n’ roll was neither a completely “new” nor an

⁸⁵ Ibid. P. 60.

internally homogenous musical style. Second, the rock n' roll era was not the first time in history that music was written especially for the young. Third, rock n' roll, of course, was not the first genre in American popular music where what were considered "black" and "white" styles overlapped.

The main audience for rock n' roll was the so-called Baby Boomer generation, born after the Second World War. The "Boomers" were a very young demographic group and shared a host of values. Even though they were children who grew up in the 1950s, in a period of economic stability and prosperity, as well as political conservatism, they were much more liberal than their parents, with a spirit of adventurism and a very broad spectrum of views. In part. It was the new means of mass communication that we owe to thank for this; this generation grew up in that world and was formed by it, especially television.

The term "rock n' roll" was first used by the disc jockey Alan Freed at the beginning of the 1950s, when he discovered that the rhythm-and-blues tracks that he played on his night show on local radio in Cleveland were popular with young people. He started calling this music "rock n' roll", and began organizing concert tours for performers around the state, which led to increased popularity for both the term and the music. The words "rock" and "roll" were not new for the time; they could be seen everywhere in the texts of songs by rhythm-and-blues and soul performers⁸⁶.

Rock n' roll initially had a "rebellious" component. It seemed too loud to the older generation, too daring, too sexual. Buying and listening to rock n' roll records therefore became something more than just getting acquainted with the music. It was a sign of protest against conservatism. Rock n' roll, in turn, was the badge of the entire boomer generation. It reflected their mood, their dreams, their trials. The texts contained many references to school days, holidays, styles, dances, romances. Rock n' roll went from being simply a popular music genre to a symbol of a new aesthetic, absorbing this aesthetic into itself.

From the very beginning, rock n' roll was listened to and created by people of different races and with a musical background. *Billboard* magazine in 1949 divided its charts into three categories: pop, country and western, and rhythm and blues⁸⁷. Music editors have suggested that R&B will remain black music. It soon became clear, however, that

⁸⁶ Starr L., Waterman C. American Popular Music: The Rock Years. Oxford, 2005. P. 54–56.

⁸⁷ Menand L. The Elvic Oracle // The New Yorker. 2015. Nov. 16 [Electronic Resource]. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2015/11/16/the-elvic-oracle> (accessed 02.04.2021).

rhythm and blues were becoming more and more popular with a white audience. For example, by 1952, 40% of all R&B record buyers in Los Angeles were white.

The rhythm-and-blues roots of the Boomers' main music style can be seen in the works of three African American performers. Chuck Berry was a singer whose songs were geared to adolescent America, white and black, in the 1950s. *Little Richard* shocked his audiences with a deliberately outrageous performing style, attracting attention with its strangeness, novelty and sexual ambiguity. In turn, *Fats Domino* was a wonderful illustration of the continuity of rhythm-and-blues and rock n' roll. Domino was the first of the three to call himself a pop musician, but they did not achieve real success until the 1955 single "Rock Around the Clock" by the white group *Bill Haley & His Comets*.

Another "source" of rock n' roll was, of course, country. It was as a country performer that Elvis Presley, the biggest rock n' roll star, began his career. In 1955 the major label *RCA Victor* undertook to turn the "hillbilly cat", as Elvis was known locally, into a truly popular performer and style icon, without eroding his fan base, which was mostly teenagers. The result exceeded all expectations. Despite the fact that Presley's television appearances were judged to be vulgar, crowds of screaming admirers came to his shows, and millions more could not tear themselves away from his televised concerts. From 1956 to the beginning of the 1960s, Elvis' recordings sold in astronomical numbers, making him the best-selling rock n' roll artist, then the best-selling solo artist, of all time, all nations and all styles. This is a title he retains today, at the start of the 21st century!⁸⁸

Presley's extraordinary popularity made him, and rock n' roll in general, a mass cultural phenomenon. His reputation as a performer and songwriter lasted until his death in 1977, at the age of 42. It continues to this day. While Presley wrote wonderful songs throughout his career, his main achievements were at the beginning of the rock n' roll period. In 1956 Presley recorded several albums that changed the music world, and his live performances from that era became examples that every child dreaming of rock n' roll glory would try and imitate, strumming his guitar, swiveling his hips and raising his voice⁸⁹.

In the 1960s, rock n' roll underwent an evolution. This period is marked by several trends. First of all, rock n' roll got its own dance,

⁸⁸ *Starr L., Waterman C.* American Popular Music: The Rock Years. P. 82–84.

⁸⁹ *Zoglin R.* When Elvis Flopped in Vegas // Saturday Evening Post. 2020. January 8 [Electronic Resource]. URL: <https://www.saturdayeveningpost.com/2020/01/when-elvis-flopped-in-vegas/> (accessed 02.04.2021).

with most of the movements borrowed from the twist. In addition, the first generation of rock n' rollers were able to consolidate the position of the music they were playing as a "mainstream" genre, which opened the door to young performers.

The career of a successful rock star in the 1960s progressed in three stages. First, the performer had to demonstrate a mastery of classic rock n' roll, the basic compositions of the 1950s. Second, he would have to compose some good songs that continued the tradition of the first generation of rock n' rollers. Third, he would have to demonstrate something qualitatively new, shattering ideas of the genre's boundaries and limitations⁹⁰.

The Beach Boys, created in California in 1961 by Brian Wilson, went through all three stages. They achieved success very quickly: the very next year they were at the top of the Billboard charts. At the beginning, *The Beach Boys* methodically parroted the rock n' roll standards like good little school boys, then developed their own sub-genre, called "surf-rock", and later, thanks to Brian Wilson's talent, released the album "Pet Sounds" in 1966 that was a complete break with the past. The evolution of *The Beach Boys* would have gone further, as clearly demonstrated by their song "Good Vibrations", the first single from their next LP, "Smile". However, Wilson had a nervous breakdown. There's no telling where the search for new forms would have taken *The Beach Boys* if it had not been for the mental illness of their creative leader.

"Pet Sounds" and "Good Vibrations" signaled a new stage in the development of American rock n' roll, starting at the end of the 1960s. The growth in the popularity of folk-rock, the rise in political consciousness among citizens, political and social protest, as well as the spread of drugs led to a unique music community forming in San Francisco, center of the hippie subculture, in the second half of the decade. It brought together folk, ethnic mysticism and blues, generally weighting the sound under the influence of hard rock. This is how American psychedelic rock arose. The most well-known performers in this genre were *The Jefferson Airplane*, *The Grateful Dead* and *Quicksilver Messenger Service*.

It is important to note that from its very first days rock n' roll was crossing gender barriers, in keeping with the spirit of the times. Its biggest stars were women as well as men, stars like Wanda Jackson and Brenda Lee, in the late 1950s – early 1960s, as well as Grace Slick, from *The Jefferson Airplane*, and, of course, Janis Joplin, a decade later.

⁹⁰ Starr L., *Waterman C. American Popular Music*. P. 64, 66.

Throughout the 1970s the music industry created many rock genres, which appealed to the broadest aesthetic tastes. Under the rock n' roll banner could be found such diverse performers and groups as *Led Zeppelin* and Stevie Wonder, Elton John and *The Doors*, *Pink Floyd* and *Simon & Garfunkel*, Neil Diamond and *Crosby, Stills and Nash*, *The Rolling Stones* and Frank Zappa, Santana and *The Eagles*.

By the mid-1980s rock had transformed from a protest, rebellion genre into the music mainstream and big business. But even under such conditions there were musicians who, while achieving great success, spoke about social problems and appealed to blue-collar workers. One of these was Bruce Springsteen, whose songs reflected his working-class origins, telling stories of young people who were confronted daily with life challenges: unemployment, low wages, the search for true love and repeated disappointments. Appearing with his group, *the E Street Band*, Springsteen was not afraid to experiment with sound. Although the base was unchanging – it was roots-rock, directly borrowing country techniques from the 1950s–1960s – during various periods of Springsteen's creative period one can see a greater or lesser degree of influence from rhythm-and-blues, folk, hard rock and even jazz⁹¹.

Today purists in the music world say that rock n' roll is dead. The times, they say, have changed. At the same time many others insist that rock is alive. The plethora of forms and genres that can somehow or other be called rock music is amazing. Wikipedia lists more than 40 types of rock music. Punk, metal, grunge, glam-rock, new wave, stoner, industrial, baroque-pop – these are just some of the genres that are developing the traditions established at the beginning of the 1950s. Rock n' roll is still being played and listened to, and, no less important, it continues to inspire artists to seek new creative paths and it continues to inspire new forms of popular music in America and around the world.

Boyz n the Hood: Rap

There are few musical genres as controversial as rap. Its roots lie in the African musical tradition. On the one hand, features common to all African American music can serve as evidence of this continuity: an accent on rhythm and improvisation, dense, dark musical tones, a drive towards experimentation and development. In addition, rap is also an

⁹¹ Starr L., Waterman C. American Popular Music: The Rock Years. P. 249–251.

answer to the cultural oppression and racism that persisted in the U.S. in the last century (and which persists, in part, up to this day), as well as a window into the cultural values of urban African Americans living in ghettos. On the other hand, while the roots of rap lie in African American culture, its audience today comes from all classes and social groups. Billions of people all over the world listen to rap, regardless of skin color, language or ethnic origin. This shows that rap appeals to everyone and has become a global cultural phenomenon.

Speaking of rap, we should say at the outset that it arose in the 1970s and is one of the most important parts of the hip-hop subculture, which will be described in greater detail in the next lecture. Its other components are visual arts (graffiti), dance and DJing.

Arising in New York, with its diverse ethnic makeup, rap quickly absorbed elements, not only of African American culture, but the culture of Caribbean immigrants, who lived in the same neighborhoods, like the Bronx.

Up until 1979, rap was mostly a local phenomenon, prevalent in certain cities (or even neighborhoods). The first sign of its remarkable commercial potential was the release of the single “Rapper’s Delight”, written by *The Sugarhill Gang* trio from Harlem. It was this recording that popularized the term “rapper”, meaning a performer of rhythmic narration to music played by a DJ.

Even on this early hip-hop track we can see the techniques and themes that would later be seized on by the rappers: complex word-play, alliteration, self-aggrandizement, and, of course, maintaining the atmosphere of a carefree disco. As Guy “Master Gee” O’Brien raps on the track:

Well it’s on-n-on-n-on-n-on-n-on
The beat don’t stop until the break of dawn
I said M-A-S, T-E-R, a G with a double E
I said I go by the unforgettable name
Of the man they call the Master Gee
Well, my name is known all over the world
By all the foxy ladies and the pretty girls
I’m goin’ down in history
As the baddest rapper there could ever be⁹².

The sudden success of “Rapper’s Delight” opened the door to many other hip-hop artists at the beginning of the 1980s. In part it

⁹² “Rapper’s Delight” by Sugarhill Gang lyrics [Electronic Resource]. URL: <https://genius.com/Sugarhill-gang-rappers-delight-lyrics> (accessed 02.04.2021).

was *The Sugarhill Gang* that enabled this, by establishing the *Sugar Hill Records* label, which remained independent of the major players in the media market.

After “Rapper’s Delight”, other rap recordings made their way to the American hit-parades, such as “The Breaks” by Kurtis Blow, “Planet Rock” by *Afrika Bambaataa & the Soul Sonic Force*, and, of course, “The Message” by *Grandmaster Flash & the Furious Five*⁹³.

While other creators of the first rap hits produced tracks oriented towards disco, fairly predictable and light, Grandmaster Flash introduced social and political themes into hip-hop. In his song “The Message”, accompanied by a fairly carefree funk beat, he gives a harsh picture of life in the ghettos of the South Bronx. The song opens with the rapper’s words: “It’s like a jungle sometimes, makes me wonder how I keep from goin’ under”. This is followed by the sound of breaking glass (characteristically, modeled on a drum machine), and the story of the dirty, hopeless space of the African American ghetto, from which there is no escape. The refrain contains the words: “Don’t push me ’cause I’m close to the edge/I’m tryin’ not to lose my head”. The song ends with the sounds of the street, where the members of *the Furious Five* are standing, discussing their plans for the evening, when a police car rolls up, and a voice shouts: “what are you, a gang?” The answer comes: “No, we’re Grandmaster Flash & the Furious Five! Officer, what’s the problem?” The cop gives the last line: “You are the problem, get in the car!” Then we hear the sound of the car driving away, apparently with the members of the group inside, arrested just for walking down the street⁹⁴.

Almost the entire history of modern hip-hop can be traced back to “The Message”, from KRS-One and *Public Enemy* to Eminem and Childish Gambino. This was the first rap composition loaded with social and political themes about life in the ghetto that had wide commercial success. “The Message” and *Grandmaster Flash & the Furious Five* set the gold standard for real “street” hip-hop, which remains to this day.

Tracks like “Rapper’s Delight” and “The Message” created the base that allowed young New York performers to go beyond the city’s borders and bring their music to a wide audience all across the country. This also tipped off the major recording labels that rap had major commercial potential and motivated them to seek new artists.

⁹³ Starr L., Waterman C. American Popular Music. P. 86.

⁹⁴ “The Message” by Grandmaster Flash & The Furious Five lyrics [Electronic Resource]. URL: <https://genius.com/Grandmaster-flash-and-the-furious-five-the-message-lyrics> (accessed 02.04.2021).

In the mid-1980s there was a boom in hip-hop. From what was essentially a niche underground music style it became mainstream in just a couple of years. In 1986, two albums were released that were very important for the genre: “Raising Hell” by *Run-D.M.C.* and “Licensed to Ill” by *Beastie Boys*. While both attained platinum status, it would be difficult to find two more different recordings. *Run-D.M.C.* was outwardly true to the tradition of New York ghetto rap, while *Beastie Boys* were three Jews who in no way conformed to how rappers were supposed to look. Nevertheless, there was a lot they had in common. Both groups were largely inspired by rock n’ roll. *Run-D.M.C.* was greatly influenced by hard-rock, and their most popular MTV hit “Walk this Way” is really a duet with *Aerosmith*. *Beastie Boys* began as a hard-rock punk group, later mixing an aggressive and “heavy” guitar sound with the narration⁹⁵.

It is important to note that both “Raising Hell” and “Licensed to Ill” were released by the independent *Def Jam* label, established in 1984 by hip-hop promoter Russell Simmons and producer Rick Rubin, who later would become famous for their work with the California rock group *Red Hot Chili Peppers* and country music icon Johnny Cash. All of this clearly symbolized the following: rap was finding it hard to be confined in the narrow borders that just recently had seemed “natural” for it. It showed that it was a very elastic style that, mixed a bit with other trends in pop music, transformed into something qualitatively new⁹⁶. Hip-hop as well, of course, began to win popularity all across America, crossing ethnic, social and age barriers. A symbol of this recognition was MTV’s 1988 launch of a channel that showed only rap performers, and the Grammy Awards introduced a category “Best Rap Performance”.

By the beginning of the 1990s, hip-hop had definitely become part of the music mainstream in America. *Run-D.M.C.*, *Beastie Boys* and *Public Enemy*, which emerged a bit later, forced the major labels to seek their own rap-performers and make them into pop icons. Rappers like MC Hummer and, especially, Vanilla Ice blurred hip-hop identity, trying to make it more commercial, geared towards the white middle class, losing the overt aggression and the direct association with “the street”, which was so important for the “old school”.

⁹⁵ Starr L., Waterman C. American Popular Music: The Rock Years. P. 275–278.

⁹⁶ Light A. About a Salary or Reality? Rap’s Recurrent Conflict // That’s the Joint!: The Hip-Hop Studies Reader / Ed. by N. Forman, M.A. Neal. N.Y., 2004. P. 139–141.

The center of rap culture in the 1980s was, of course New York; but in the next decade the main innovators in narration were from Los Angeles. It was there that its new subgenre appeared, which simultaneously signaled hip-hop's return to its roots and was its logical development: gangsta rap.

Gangsta rap is usually linked to the creative group N.W.A., and the release of the album "Straight Outta Compton". Although earlier rap performers also spoke about "the street" in their songs, N.W.A. raised the stakes, not shrinking from promoting a gangster lifestyle, cruelty, macho sexuality and defiance of authority. Three people are usually considered to be the ideologues of N.W.A.: the brilliant poet O'Shea Jackson, who took the pseudonym Ice Cube; Andre "Dr. Dre" Young, who became the main beatmaker, and Eric "Eazy-E" Wright. All three literally grew up on the dysfunctional streets of Los Angeles, which was being torn apart by the war between the Crips and the Bloods. They knew about organized crime first-hand. Before his career as a rap producer and performer, Eazy-E had been a drug dealer. That was the money he used to establish the *Ruthless Records* label that N.W.A. signed on to. Another two members also joined – DJ Yella (real name Antoine Carraby) and MC Ren (real name Lorenzo Patterson).

The release of "Straight Outta Compton" in 1989 was like a bomb exploding. The level of aggression, energy, poetic mastery and musical composition were unprecedented. The group received national recognition. Unfortunately, the members of the group split up later. Ice Cube became known as one of the most gifted emcees of his generation, releasing several multi-platinum albums in the 1990s and 2000s. Eazy-E also enjoyed success until his tragic death in 1995. The most influential member of N.W.A., however, was Dr. Dre, who later created a new subgenre G-Funk/Gangsta-Funk and launched the career of Snoop Dogg and Eminem⁹⁷.

Only one thing marred the mainstream success of hip-hop in the 1990s, but it was, unfortunately, enough. The close ties between rap artists and producers, on the one hand, and organized crime, on the other, led to real wars between labels on the Western and Eastern seaboard, whose victims included rising stars Tupac Shakur and Christopher Wallace, known by his pseudonym, Notorious B.I.G. Gangsta-rap became more about the lives of gangsters than about musical creativity. Fortunately, these deaths woke people up. Although rap is still, to a great extent, the music of "the streets", it never again was as cruel.

⁹⁷ Starr L., Waterman C. American Popular Music: The Rock Years. P. 283–284.

Nevertheless, many themes that initially appeared in gangsta-rap are still key for the genre. While performers in the early and mid-1990s could only dream of a better life, expensive cars, social status, sexy women and champagne, ten years later this was their reality⁹⁸.

It is perfectly understandable why rap provoked so much discussion and contradictory opinions. This genre not only declares its adherence to social “truth” and justice, it also, in part, promotes cruelty, consumerism and sexism.

Perhaps the problem is not in rap itself, or in African American culture, where its roots are. Hip-hop has long since become the property of American society as a whole and reflects both its positive and negative characteristics: creative energy, the desire to experiment with technology, to reflect, to defend one’s convictions and fight for one’s rights. This is why rap is so flexible and malleable. It is merely an instrument that in skilled hands can turn a couple of poetic verses into a powerful ideological manifesto.

Conclusion

American popular music is a complex and multi-faceted phenomenon. Of course, it is impossible to talk about all genres and significant musicians and mention all important recordings. However, in conclusion we should emphasize one important feature that has allowed Americans to create such a rich music culture.

The secret of success lies in the ability of Americans to adapt multicultural experience and use it to create new forms. Multiculturalism has been at the basis of musical tradition in the U.S. from the very beginning. Americans easily borrowed musical sensibility from Europeans, Africans and Latin Americans, which allowed them to use this colorful base to build an extremely diverse music culture.

Look at any one of the genres of modern popular music: jazz, blues, soul, country, rock n’ roll and hip-hop. Each one of them has different roots. That is why this music is so compelling.

Further Reading

Guralnick P. Sam Phillips: The Man Who Invented Rock ‘n’ Roll. Boston, 2015.

Manulkina O.B. From Ives to Adams. American Music of the 20th Century. Moscow, 2010. (In Russ.)

⁹⁸ Ibid. P. 287–289.

- Menand L.* The Elvic Oracle // The New Yorker. 2015. Nov. 16 [Electronic Resource]. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2015/11/16/the-elvic-oracle> (accessed 02.04.2021).
- Moshkov K.* Blues. Introduction to History. Saint Petersburg, 2014. (In Russ.)
- Schwartz R.F.* How Britain Got the Blues: The Transmission and Reception of American Blues Style in the United Kingdom. Ashgate, 2007.
- Starr L., Waterman C.* American Popular Music. Oxford, 2008.
- Starr L., Waterman C.* American Popular Music: The Rock Years. Oxford, 2005.
- That's the Joint!: The Hip-Hop Studies Reader / Ed. by N. Forman, M.A. Neal. New York, 2004.
- The Cambridge Companion to Hip-Hop / Ed. by Justin A. Williams. Cambridge, 2015.
- Vermenich Yu.T.* Jazz: History. Styles. Masters. Saint Petersburg, 2011. (In Russ.)
- Ward B.* Just My Soul Responding: Rhythm and Blues, Black Consciousness, and Race Relations. Berkeley, 1998.
- Wynn N.A.* Cross the Water Blues: African American Music in Europe. Jackson, 2007.
- Zoglin R.* When Elvis Flopped in Vegas // Saturday Evening Post. 2020. January 8 [Electronic Resource]. URL: <https://www.saturdayeveningpost.com/2020/01/when-elvis-flopped-in-vegas/> (accessed 02.04.2021).

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

- The Swing Thing. Documentary <https://www.youtube.com/watch?v=Anob9IMBE70>
- Lost Highway: The Story of Country Music <https://www.youtube.com/playlist?list=PL2jexcOzfXCnqGNvyk8bnt-nk5MzoS6GN>
- Documentary – The Early Days Of Rock'n'Roll (Documentary) https://youtu.be/hLJ8_9aDZ3A
- American Music: Jazz and Blues and the Origins of Rock n' Roll <https://youtu.be/bVAy0LWgMHo>
- Founding Fathers: The Untold Story of Hip Hop https://youtu.be/Q__6DEpFSqo
- Something From Nothing: The Art Of Rap (Full Documentary) <https://youtu.be/ePPwy50gdz8>

Lecture 8. Creating Idols: Sport as a National Project

Introduction

July 8, 2010

Things were tense in the studio of ESPN, America's largest sports channel. This was the day that LeBron James, Michael Jordan's "heir" as the king of basketball, would announce where he planned to continue his career. LeBron is 25 years old. Up until now, since his debut with the NBA, he had played seven seasons with the Cleveland Cavaliers, from Akron. LeBron was born in Akron, so local fans saw him, not just as the brightest star on the team, but almost as a god.

Despite his success in sports – by 2010 James had twice won the title of the season's Most Valuable Player – he had never been able to win an NBA championship. The comparison to Jordan, the recognition of the burden of responsibility and the desire to leave a great legacy were forcing LeBron to think about changing teams. The decision was supposed to be made today, on live television, watched by millions all over the world.

It was an important decision. It wasn't just the future of the player himself and his present team that hung in the balance, it was the future of the league and, perhaps, of the sport itself. "The Decision" – that was the name of the television program – would influence the conduct of athletes and sports clubs, the relationship between the NBA and the media, and would dictate a new direction for sports commerce.

For the first 25 minutes LeBron James and the host, Jim Gray, conducted a casual conversation, exchanging jokes and ratcheting up the tension. At the 28th minute James said: "In this fall I'm going to take my talents to South Beach and join the Miami Heat"⁹⁹.

The studio fell silent. The viewers could not believe their ears. "King James", as the player was called, would leave his native town for sunny Florida. Of course, his chances of playing in a championship series would be greater there: Miami, after all, had two other NBA super-

© Panov A.S., 2023

⁹⁹ LeBron James' 'The Decision' (7/8/2010) / ESPN Archives [Electronic Resource]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Afpgnb_9bA4 (accessed 02.04.2021).

stars on the team – Dwayne Wade and Chris Bosh. The “Big Three” were assembled and were just waiting for the season to begin.

But what about loyalty to the team that had raised the player? Where was his dedication to his fans? Soon Cavaliers fans were burning jerseys with LeBron’s number, cursing him. Michael Jordan would declare that in his day stars did not unite to make victories, they competed with each other. That was the goal of the game. Other legends of the past echoed him.

“The Decision” was the most outrageous show of modern sports. Its format was reminiscent of speeches by major politicians, descended from Olympus to speak informally with mere mortals. Around 10 million Americans watched the program, and many more discussed it¹⁰⁰. That hour and a half of live television earned \$3,5 million in advertising revenue. Another \$2,5 went to the charity that was hosting the show¹⁰¹.

What did “The Decision” show us? Once again it illustrated the close bonds between sport and politics in the U.S., eliciting discussion even in the White House. It also showed that money and business are an important component of sports. LeBron James’ decision, and the form in which he announced it, were dictated not only by the desire to win, but by the prospects of future earnings. Besides this, though, the program showed how much sport is integrated into the daily life of American society. For millions of U.S. citizens it is not simply a leisure activity, it is an important part of their collective identity.

Baseball as a Sport and a Mass Culture Phenomenon

The first national sport in the U.S. was baseball. In 1842 or 1843 a group of young gentlemen decided to gather on the corner of 27th Street and 4th Avenue in Manhattan on their days off and play a sport that used a ball and bat. They would have stayed that way, just having fun, if a bank clerk named Alexander Cartwright had not convinced

¹⁰⁰ Nearly 10 Million U.S. Viewers Watch LeBron’s ‘Decision’ // Nielsen Wire. 2010. July 12 [Electronic Resource]. URL: https://www.webcitation.org/68lkAfkl1?url=http://blog.nielsen.com/nielsenwire/media_entertainment/nearly-10-million-u-s-viewers-watch-lebrons-decision/ (accessed 02.04.2021).

¹⁰¹ LeBron James’ ‘Decision’ generated \$6 million in ad revenue // Cleveland.com. 2010. July 12 [Electronic Resource]. URL: https://www.cleveland.com/ohio-sports-blog/2010/07/lebron_james_decision_generate.html (accessed 02.04.2021).

them in 1845 to give their pastime a more organized form. As a result, the “New York Knickerbockers Base Ball Club” was born. Its home was a field on the other side of the bay, in Hoboken, N.J.

It’s important to note that the members of the “Knickerbockers” held to high moral values. These were respected professionals, not idlers. The fact that they spent their free time in the fresh air instead of some respectable club can be explained by the trend toward physical exercise in the fresh air, that became fashionable in the late 1830s – early 1940s. New York was growing rapidly. More and more immigrants were arriving daily from Europe, who lived in crowded ethnic neighborhoods, where the hygiene was not good. The typhus epidemic that engulfed the city in 1837 left its mark on residents’ daily routines: they tried to get out of the city, but they socialized mainly with their own kind of people. The activity that would later become known as baseball was considered merely a form of interaction among gentlemen, not really a sport. Every game ended in intellectual discussions in the hotel near the field. Soon other clubs began to arise, organized along similar lines¹⁰².

As a sport, baseball is close to British cricket and Russian *lapta*. The rules are pretty complex, but here are the main ones:

Two teams get points for “runs”, taking turns playing offense and defense. The goal is to get as many runs as possible. The team gets a point if its player, who is on the offense, can run around all the bases of the opponents’ team, which are placed in the corners of the field. In every game each team gets nine turns on offense and nine on defense. The game can last an endless amount of time, but it is limited to nine “innings”, meaning nine switches in team roles.

The first professional club was the Cincinnati red Stockings, which was established in 1869¹⁰³. It still exists today, as the “Cincinnati Reds”.

Baseball did not begin to turn into a full-fledged sport until the second half of the 1870s, when the National League was formed, which, despite the obvious desire of its founders to make money on this activity, which had become fairly popular, retained its “gentlemen’s club” spirit. It was forbidden to make bets on the League’s games, or to sell alcohol. These limitations had no influence on the growth of baseball’s popularity, however. By the 1880s the League’s income reached \$10 million annually¹⁰⁴.

¹⁰² Grundy P., Rader B.G. American Sports: from the Folk Games to the Age of Televised Sports. 7th ed. London; New York, 2015. P. 52–53.

¹⁰³ Ibid. P. 57.

¹⁰⁴ Zirin D. A People’s History of Sport in the United States: from Bull-baiting to Barry Bonds – 250 Years of Politics, Protest, the People and Play. New York, 2008. P. 21.

Where there's money, there's conflict. In 1885 the first confrontation between players and owners erupted. The players were not happy that the growth of the team's income had almost no effect on their salaries and created the Brotherhood of Professional Base Ball Players to defend their interests. At the beginning it was a kind of secret organization, in which the players helped each other, through a feeling of solidarity; it soon turned into a full-fledged trade union.

In turn, the owners expressed their dissatisfaction with the players' lifestyles. Their outings in night clubs interfered with the League's respectable image. The problem got so bad that the owner of a Chicago team, entrepreneur Albert Spalding, even hired a private detective from the Pinkerton Agency to follow his players. The detective filed a detailed report on the players' activities. Seven of them spent almost every night going from one bar to another. When Spalding read the report to his players, one of them, King Kelly, announced:

I have only one amendment. In that place where the detective reports me as taking a lemonade at 3 a.m. he's off. It was straight whiskey; I never drank lemonade at that hour in my life¹⁰⁵.

In 1887 the rebel King Kelly was "sold" to another club for \$10,000. This upset players throughout the League. How dare Spalding give another organization rights over a man without asking him? It called to mind slavery and could not go unpunished.

Three years later the Brotherhood of Professional Base Ball Players, headed by Kelly, announced the formation of the Players' League. The better part of the National League athletes joined immediately. The owners of League teams protested as much as they could, calling the athletes who were fighting for their rights "anarchists", "revolutionaries" and "terrorists", and they called the creation of a parallel league the "slave's revolt". Words like this did not elicit sympathy from the public, but they did reflect the spirit of the times. The players really did have very limited rights, and there were almost no black baseball players in the National League. The few African Americans who were able to make it into the American professional baseball league were often forced to end their careers prematurely due to pressure from the owners of other clubs, from white players and from the fans. This lasted until Jackie Robinson joined Major League Baseball in 1947.

¹⁰⁵ *Grundy P., Rader B.G. Op. cit. P. 61–62.*

By that time baseball had become the country's major sport. It was considered the national game and the national pastime. Everyone played baseball, young and old. It did not require serious infrastructure: all you needed was a ball, a bat and a couple of gloves. Baseball thus turned out to be a very democratic sport, open to the masses.

Young people all over America followed their favorite teams and players. One of the most important aspects of daily life spawned by baseball was the act of collecting baseball cards. The first cards date from the 1860s, and some today are worth up to \$2,5 million.

Baseball illustrated all of the best characteristics of the American nation, while retaining its image as a gentleman's game. Athletes like Babe Ruth, Jim Thorpe, Joe DiMaggio, and Jim Abbott were, over the years, not just examples of professionalism, but the embodiment of the best human qualities.

It's possible that it was this aspect of baseball that allowed Jackie Robinson not only to become the first black American to play in Major League Baseball, but also to become a legend in his own time.

The man who brought Robinson into the majors was Branch Rickey, the general manager and co-owner of the Brooklyn Dodgers. He thought that Robinson could be the man to finally shatter the racial barrier in American baseball. At that time there was a "Negro League" that existed parallel to MLB in the U.S.; only black athletes played in it. This is how the politics of segregation was practiced in sports: baseball was popular among all Americans, but they played separately. Robinson was considered a very promising young player in the Negro League, but he was not their biggest star. Rickey chose him because, in addition to his athletic talent, Robinson had a strong character. He was going to have to endure a storm of criticism, insults and threats, as soon as he stepped onto the field in a Major League Baseball game.

Robinson, without a doubt, had remarkable self-control. In 1946–1947 some of his teammates refused to go onto the field with him; representatives of other teams openly threatened to injure him, and one of the most respected players of his generation, Bob Feller, announced that blacks, including Robinson, were simply not capable of playing baseball on a level worthy of MLB. It seemed that the whole world was against Robinson.

When his debut season with the League began, it turned out that the spirit of baseball was stronger than racism. On April 22, 1947, before a game with Brooklyn, the manager of the Philadelphia Phillies, Ben Chapman, persuaded his team to chant the N-word at Robinson. This is how the athlete remembered it later:

I felt tortured and I tried to just play ball and ignore the insults. But it was really getting to me...For one wild and rage-crazed moment I thought, "To hell with Mr. Rickey's 'noble experiment'... To hell with the image of the patient black freak I was supposed to create. I could throw down my bat, stride over to that Phillies dugout, grab one of those white sons of bitches, and smash his teeth in with my despised black fist. Then I could walk away from it all"¹⁰⁶.

Fortunately, Robinson held himself in check. His teammates, however, did not, shouting at full volume at the Phillies 'bench: "Listen, you yellow-bellied cowards, why don't you yell at someone who can answer back?" As Branch Rickey, the Brooklyn manager, recalled, "Chapman did more than anybody to unite the Dodgers"¹⁰⁷.

Jackie Robinson, for his part, did more than anyone to unite baseball fans, regardless of their ethnic origin or the color of their skin. Fans went in droves to the black player's games. At the end of his first season he was declared the League's best rookie. It should be noted that this was the first year that the prize was awarded. By the end of 1947, according to a national poll, Robinson was acclaimed the second most popular person in the U.S., right after Bing Crosby, and overtaking President Harry Truman and the hero of World War II, Dwight Eisenhower¹⁰⁸.

After Robinson, other black players appeared in MLB: Larry Doby joined the Cleveland Indians; Roy Campanella and Don Newcombe joined the Brooklyn Dodgers. Baseball gradually became a symbol of overcoming segregation, and again showed that it was baseball that embodied the best qualities of the American nation.

American Football: Sport, Mass Obsession, Politics

American football gradually took its place alongside baseball in the list of the most popular sports in the U.S.

There is no need to describe in detail the differences between American football and "soccer", as Americans call the other type of football that was invented in England and is now the most popular team sport in the world. There is also no sense, when talking to an

¹⁰⁶ Cit. on: *Zirin D.* Op. cit. P. 102–103.

¹⁰⁷ *Ibid.* P. 103.

¹⁰⁸ *Ibid.*

American, in insisting that their football is really just a variation of rugby. He might be offended.

In American football you can take the ball in your hands, and the ball itself is elongated, which is like rugby. However, unlike rugby, you can rush forward and grab the opposing team's player around the knees. The aim is to bring the ball into the opposing team's zone, or to score a touchdown. This gives the team six points. In addition, the team gets points for field goals, like in European football, but the ball has to clear the space between the uprights and above the crossbar, rather than under it. The game lasts for 60 minutes, divided into four quarters. The winner is the team that gets the most points.

The history of American football began at the end of the 1860s, when the universities Princeton and Rutgers played their first match. Soon students in other universities were playing football as well: from the 1870s a competition begins between Harvard and Yale. Football was a brutal type of sport, and games often ended badly for the young players. In 1905 alone 18 people died during games. This, however, did not prevent football from widening its circle of admirers. One fan was U.S. President Theodore Roosevelt, who uttered the following words: "In life, as in a foot-ball game, the principle to follow is: Hit the line hard; don't foul and don't shirk, but hit the line hard"¹⁰⁹.

Football remained an amateur sport for a long time, extremely popular among students. However, in 1920 the first professional football organization was formed, with 22 teams. While the 1921 season was a loss, the next year the National Football League was created, which still exists today. There were 18 teams in its first season, including the Oorang Indians, which had among its players Native Americans from the town of Marion, Ohio. It did not have a successful season: out of nine games they won only three. But the "Indian" team's appearance at the championship was a good commercial step, increasing the number of spectators in the stands¹¹⁰.

The NFL began to develop rapidly. In the 1930s the draft system was put into place, where the NFL teams picked players from among U.S. college amateurs. Today this system provides a relative equality among the various franchises, since it gives weaker teams the right to pick first, which increases their chances of getting a future star. The draft system has been so successful that it is still used today in other types of sport in America, like basketball and hockey.

¹⁰⁹ Cit. on: Ibid. P. 35.

¹¹⁰ *Jozsa F.P., Jr.* American Sports Empire: How the Leagues Breed Success. Westport, 2003. P. 19.

This was the decade when an NFL game was shown on national television. The honor was given to a match-up between the Brooklyn Dodgers and the Philadelphia Eagles. In the 1940s some games were broadcast by more than 100 radio stations all over the country¹¹¹.

Beginning in 1949, when the Baltimore Colts, the Cleveland Browns and the San Francisco 49ers joined the NFL, the main American football association expanded several times. Today it has 32 teams, divided into two conferences, the American and the National, and the latter expanded in 2002, when the Houston Texans joined the League.

The main event of the NFL season is, of course, the Super Bowl – a game played between the winners of the two conferences at the beginning of the calendar year. The Super Bowl for Americans is not just the final game, it is a cultural phenomenon. In 2015 a record 114,4 million viewers watched the game on television on average, while at some points the viewership reached 120,8 million¹¹².

Considering such ratings, it is no surprise that the Super Bowl is the most desired advertising platform. For every 30-second ad the organizers get around \$5 million, and each ad is made specially for this event, becoming a real work of art¹¹³. This trend, like many others, was set by Steve Jobs in 1984, when the famous Apple commercial was made according to his direction¹¹⁴.

Today the NFL is America's most successful league. An average of 70,000 people go to each game. In 2019 the Dallas Cowboys were named the most expensive sports franchise in the world by Forbes; it is valued at \$5 billion. The Cowboys have overtaken the New York Yankees (\$4,6 billion) and Real Madrid (\$4,2 billion). Out of the 50 most expensive teams in the world, 26 are in the National Football League¹¹⁵. Isn't that an honor?

¹¹¹ Ibid. P. 20.

¹¹² Kissel R. Update: Super Bowl on NBC Draws Record U.S. Television Audience // Variety. 2015. Feb 2 [Electronic Resource]. URL: <https://variety.com/2015/tv/ratings/super-bowl-ratings-hit-all-time-high-with-patriots-win-on-nbc-1201421267/> (accessed 02.04.2021).

¹¹³ Tadena N. Super Bowl Ad Prices Have Gone Up 75% Over a Decade // The Wall Street Journal. 2015. Jan 12 [Electronic Resource]. URL: <https://www.wsj.com/articles/BL-269B-2467> (accessed 02.04.2021).

¹¹⁴ The 25 Most Influential Super Bowl Ads of All Time // Time. 2017. Jan 3 [Electronic Resource]. URL: <https://time.com/4653281/super-bowl-ads-commercials-most-influential-time/> (accessed 02.04.2021).

¹¹⁵ Badenhausen K. The World's 50 Most Valuable Sports Teams 2019 // Forbes. 2019. July 22 [Electronic Resource]. URL: <https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2019/07/22/the-worlds-50-most-valuable-sports-teams-2019> (accessed 02.04.2021).

However, every success comes at a price. In American football this price is the terrible injuries that not only can end a career, but can turn an athlete into an invalid, and the overall politicization of the sport.

While many popular types of sport suffer from over-ideologization, football occupies a special place among them. For many Americans, football is not just a national sport, it is the receptacle of national identity, a symbol of America's might and exceptionalism.

Player Dave Meggyesy, in his autobiography "Out of their League" (1970) wrote:

I began wondering why other countries don't play this game. I was coming to the understanding that big-time football was more than a game, that it was a form of political expression and political theater¹¹⁶.

Meggyesy was probably one of the first to talk about American football as a political instrument. He was not a professional writer, journalist or political commentator, but at a certain moment, when he was still playing for the St. Louis Cardinals in the 1960s, he began thinking about the problem of the dehumanization of the sport, and of its transformation into a convenient lever for manipulating public opinion.

Coaches and teammates would see me reading various progressive books and magazines on the away game plane trips, and sometimes they would ask me what I was reading, but it wasn't any big deal¹¹⁷.

However, this could not continue. Meggyesy tried to explain to other players that they themselves, and their passion for football, were becoming a political instrument. He criticized the spirit of exalted patriotism that reigned at football games, and also the propaganda in favor of the war in Vietnam during Super Bowls in the 1960s. Although the sport that Meggyesy and hundreds of other young men in the NFL were so passionate about involved brutality and even violence, in a sense, this did not mean that they were ready to support making parallels between battles on the football field and in the tropical forests of Vietnam.

Meggyesy's civic activism could not go unnoticed by the managers of the Cardinals. Football is one of just a few areas that were not affected by the "roaring sixties". Even this bastion of stability began

¹¹⁶ Cit. on: *Zirin D.* Op. cit. P. 177–178.

¹¹⁷ Ibid. P. 177.

to crumble, however. In 1968 Meggyesy was summoned by the team's leadership and given an ultimatum: either stop his political activity, or he would be kicked out, not only out of St. Louis, but out of the whole League. Dave did not give in to the provocation and announced his intention to tell the press everything if the blackmail continued. In his opinion, a football player's professionalism should not be put into doubt, even if his political values differed from those of the managers. Moreover, every person, no matter what he does, has the right to express his ideals and his political position.

In 1968 as well, the NFL issued a directive to the players to hold their helmets under their left arm during the national anthem, played before every game as a sign of respect for the government. At the end they were supposed to salute. Meggyesy, who was protesting the war in Vietnam, refused. When the Star Spangled Banner began, he placed his helmet on the ground and lowered his head, partially repeating the pose of Tommie Smith, winner of the 200-meter at the 1969 Olympics in Mexico, which he assumed during the awards ceremony, attracting attention to the problem of segregation in the U.S.

The white football player was accused of sympathizing with Reds. Meggyesy did not try to hide his socialist leanings¹¹⁸. However, these views were held by millions of other Americans, who by their actions brought about a cultural revolution in the 1960s.

Meggyesy was one of the first examples of the politically active professional athlete. Today many American athletes do similar things, thinking, with some justification, that their fame and success should not be a reason to maintain tacit agreement with the current political situation.

In 2016 a quarterback from the San Francisco 49ers, Colin Kaepernick, remained seated on the bench during the national anthem; then he began to go down on one knee when the anthem was played, as a sign of protest against racism. "I am not going to stand up to show pride in a flag for a country that oppresses black people and people of color. To me, this is bigger than football..." said Kaepernick later. He was supported by many other athletes and public figures, including basketball players LeBron James, tennis player Serena Williams, actor Jim Carrey and rapper Eminem. *Time Magazine* included Kaepernick in its list of the most influential people of the year.

At the same time, thousands of Americans condemned the San Francisco quarterback's actions as unpatriotic and offensive. He was invited to "move to Canada" if he didn't like the U.S. Many burned jerseys with his number, recording it and publishing it on YouTube. At

¹¹⁸ Ibid. P. 178–179.

the end of his contract with the 49ers Kaepernick was not signed by any club in the NFL. He has not played a game since December 2016, and has still not found a new team¹¹⁹.

In this story it is not important who is right and who is wrong; it is the fact that sport in the U.S. is often a platform for political statements and civic activism. If American football is America's national sport today, then football players are expected not only to play at the highest level of skill, but also to take part in the life of the country.

At the same time, big-time sports in America is always business. There is no athlete in history who personifies this unbreakable bond between high achievement and big money more than Michael Jordan.

Basketball: Sport, Amusement, Business

The history of basketball in the U.S. should be divided into the period before Michael Jordan and after. This is not just because he embodies the ideal athlete for the entire world. Jordan was the man who converted his talent for sports into commercial gain with the greatest efficiency, making his name into a full-fledged brand.

Basketball's creator, James Naismith, in inventing a new sport in December 1891, certainly never thought that his brainchild would become such a commercially successful product. A physical education instructor at the International YMCA Training School, he just wanted to keep his students active during the winter months. The game he created for them suddenly began to expand its ranks of followers, and by March 1892 the first public game took place. It attracted 200 spectators, including Naismith himself. Six years later the first professional league was born – the NBL. There were just six teams in it, and the players received \$10 per game¹²⁰.

Over time basketball became more popular in the U.S. Organized franchises and larger-scale championships replaced touring teams and micro-leagues. In 1925 the American Basketball League (ABL) was created, which allowed basketball to reach the national level. Unlike baseball and American football, the game invented by Naismith was for a long time unable to organize a stable championship uniting the

¹¹⁹ *Rynkevich S.* "People fought for the flag, and you refuse to get up." Get to the Super Bowl and lose the job. // Sports.ru. 2017. May 27 [Electronic Resource]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/firstandgoal/1288888.html> (accessed 02.04.2021). (In Russ.)

¹²⁰ *Sprikut R.* 125 stories about the invention of basketball // Sports.ru. 2016. Dec 21 [Electronic Resource]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/basketblogg/1138595.html> (accessed 02.04.2021). (In Russ.)

strongest teams in the country. In various decades there were several parallel leagues in the U.S., all calling themselves “national”, until, finally, in 1949, after the union of the Basketball Association of America (BAA) with the National Basketball League (NBL), the National Basketball Association (NBA) was born.

The first years of the NBA’s existence were not very successful. Between 1950 and 1960 the number of teams fell from 17 to 8, which led to a decline in the overall number of games (from 562 to 259), and, consequently, a decline in revenue. The games were also not well attended: in 1960 there were just 5,000 or so fans at each game¹²¹.

The popularity of basketball rose sharply on the cusp of the 1960s, which can be explained by several factors. First, changes that the league made to the rules made the game faster and more interesting to watch. Second, the Boston Celtics, headed by Red Auerbach, won 11 championships between 1957 and 1969, dominating the league and demonstrating the ideal blend of discipline and improvisation. Third, the competition between Wilt Chamberlain and Bill Russell, which symbolized the NBA in the 1960s, helped basketball become a truly popular sport.

Personal competition continued to be a trademark of American basketball. After the relatively “stagnant” 1970s the NBA underwent a rebirth thanks to the competition between Larry Bird and Magic Johnson, which began during their student days and continued up until 1991, when Johnson was diagnosed as HIV-positive. Even the diagnosis, a death sentence at the time (later, in 2002, it was announced that Johnson had beaten the terrible disease), did not prevent Magic from joining the Dream Team, a group of major NBA stars that went to the Barcelona Olympics.

The central figure in that legendary all-star team was, without a doubt, Michael Jordan. By 1992 it was already clear that a new age had come to the NBA, with Jordan as its main symbol. It seemed that “His Airness”, as people began to call him, had everything; he had won two championships with the Chicago Bulls, he was generally acknowledged to be the best basketball player in history, he had dozens of endorsement contracts, which in total gave him 6,5 times more income than his existing contract with the club. When he was awarded the title “Sportsman of the Year” by Sports Illustrated in 1991, the accompanying text said: “The consummate player and the ultimate showman, Michael Jordan has captivated America and is about to conquer the world”¹²².

¹²¹ *Jozsa F.P., Jr.* Op. cit. P. 13–14.

¹²² *LaFeber W.* Michael Jordan and the New Global Capitalism. New York; London, 1999. P. 79.

Perhaps without even wanting to, Jordan became the main symbol of the era that began after the end of the Cold War. His build, which was simultaneously full of strength and grace, his face with its constantly protruding tongue, overcame all cultural and language barriers. The world, which heaved a sigh of relief after the confrontation of the superpowers ended, looked to the United States in the hopes that it could solve all their problems. America, in turn, traveled to every corner of the globe in the image of this black basketball player with the red jersey and the Nike trainers.

When His Airness arrived at the Olympic Games in Barcelona in 1992 and a Japanese journalist asked “Mr. Jordan, how does it feel to be God?” it seemed obvious that the answer could only be his standard blinding smile and a disarming joke¹²³. In fact, the Chicago Bulls player on the U.S. All-Star team had been out of sorts for quite a long time.

According to friends and teammates, Jordan felt that he was locked in a cage full of spotlights. The constant attention from the press, the crowds of fans following him everywhere, accusations of egotism bordering on insanity, the constant pressure of the sport – all of this created an invisible wall between the player and the world. His only salvation was the 48-minute-long basketball game, when he could just get lost in the play. As he acknowledged in 1991: “I look forward to playing now, more than ever. Basketball is my escape, my refuge, while everything else is so ... busy and complicated”¹²⁴.

One of the challenges that His Airness had to contend with was his own apolitical image. Unlike many other black NBA players, Jordan did not come from the lower classes. The difficulties of African Americans in the U.S. in the second half of the 20th century were almost unknown to him. He never gave his political views publicly, which caused people to suspect him of Republican leanings, more conservative and, it would seem, defending the interests of the white population.

The cult of Jordan extended to all of the merchandise that he promoted, especially his own trainers – Air Jordans. People were willing to go to great lengths to get them, including murder. In 1989 in Maryland, 15-year-old Michael Eugene Thomas was found strangled in the woods. His killer, who was just two years older than the victim, took the boy’s trainers with Jordan’s trademark on them. In Houston, 16-year-old Johnny Bates was shot by a contemporary for refusing to give up his Air Jordans. The basketball player faced a storm of criticism. He was accused of being unsympathetic, amoral, indifferent to the problems of black Americans. His expensive trainers were causing

¹²³ Ibid. P. 85.

¹²⁴ Ibid. P. 88.

crimes. Jordan himself, it seems, was taken aback by the situation. He gave incoherent commentary, which only provoked even more heated criticism and forced the basketball player to sink deeper into the world of his internal demons¹²⁵.

All of that ended on July 23, 1993. Michael's father, James Jordan, was shot and killed behind the wheel of his own car. For His Airness this was a sign to wrap up his career as a basketball player, which he announced on October 6 at a press conference. In honor of his father's memory he decided to take up baseball.

The year that Michael Jordan came out with a bat in his hands at the farm club of the Chicago White Sox was illustrative. It turned out he wasn't God and he couldn't hit balls with the same efficiency with which he could throw them through a hoop. It became clear that Jordan, who in earlier times had relentlessly demanded the best, was just an extraordinarily gifted black man, from whom the public wanted too much, even though the only thing he really had to do was play basketball. It also became clear, however, that he was too charming and attractive to just leave the media world. His Airness returned.

The return of the Bulls legend was not ideal. At the end of the 1994–1995 season Chicago lost to the Orlando Magic and missed the play-offs. Rumors immediately began to circulate that Michael had "lost it". However, after that his success grew, on and off the court. The three following seasons all ended with Bulls' victories in the NBA, which just confirmed Jordan's status, not only as the best basketball player in history, but as a unique world icon in the 1990s.

In 1996 the film *Space Jam* was released, in which His Airness, accompanied by Bugs Bunny and other Looney Tunes cartoon characters fought alien invaders on the basketball court, after the enemy had stolen the talent of NBA stars. The film received mixed reviews, but it made three times its budget and attained cult status.

That same year Jordan signed a new two-year contract with the Bulls, for which he was to receive more than \$63 million. The second most highly paid NBA player received "only" \$14.8 million.

In addition to all that we must add the income from his endorsements, the main one – with Nike – gave Michael lifetime rights to income from Air Jordan, which became a separate sub-brand. Today Michael Jordan has a fortune of \$1,7 billion, making him the richest athlete in modern history¹²⁶.

¹²⁵ Ibid. P. 90–91.

¹²⁶ *Sviridov K.* Michael Jordan is the richest athlete of all time. All thanks to Jordan Brand // Sports.ru. 2019. Jan 28 [Electronic Resource]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/sviridov/2308088.html> (accessed: 02.04.2021). (In Russ.)

The NBA, in turn, after the push that Jordan gave it in the 1990s, has continued to grow steadily. Revenue from the 2018–2019 season was \$8 billion. Many experts predict that basketball will overtake American football as the No. 1 sport in America, just as football overtook baseball, back in the day.

Amateur Sports in Educational Establishments

Even though sports and business are mutually intertwined, there is still an area where money does not play the main role. That is student sports.

It should be noted that both football and basketball came out of educational establishments. Only years later did these games go professional. However, many sporting events on the school and college level still attract the attention of millions of Americans. The main ones fall under the aegis of the National Collegiate Athletic Association (NCAA).

The NCAA was formed at the beginning of the 20th century to fight the abuse of student athletes and to organize sports events. As a result, the association became the initiator of national tournaments for several types of team sports, and also developed rules to regulate stipends and financial aid¹²⁷.

It is in large part thanks to the NCAA that student sports in the U.S. have become organized. There are today 1268 educational establishments from all over the country in the Association, and the number of students who take part in events reaches half a million. The main sporting events of the year, such as “March Madness” (the final round of the basketball tournament playoffs), attract millions to their television screens. What is the reason that amateur sports are so popular?

First, many people consider professional sports to be soulless, steeped in money. Unlike the professionals, amateur athletes do not compete for money or endorsements, but for an idea.

Second, most team sports in the U.S. do not have a division system. For example, in Russia the teams that take last place in the football league go down to the next lowest division. The winners in the second round of a tournament automatically get promoted to the next

¹²⁷ Jozsa F.P., Jr. *College Sports Inc.: How Commercialism Influences Intercollegiate Athletics*. New York, 2013. P. 14.

higher division. In America, it is student tournaments that play the role of second divisions.

Third, amateur sports have a long history in U.S. educational establishments. The competition between teams goes way back to the beginning of the 20th or even to the 19th century. This determines the high degree of loyalty towards student teams. In a world where there is little that is stable, and where trends change every month, the unwavering support of the local high school at sporting events becomes an important factor in local identity. People who go to a certain college become fans of its sports teams and continue to support them even after they graduate.

We should not, however, idealize the world of amateur sports in America. It also has its challenges. In some sports like football and basketball, the line between amateur and professional levels is extremely thin. It is still not clear what status student athletes have: on one hand, they are forbidden to have advertising contracts or a salary, but on the other hand, they train just as hard as professionals, and bring in huge revenue for the NCAA and for their own schools. They receive no part of the money, working essentially for free. It's possible that in the future the situation will change: even now there are discussions about the need to give student-athletes a salary¹²⁸.

Nevertheless, for many young people playing sports in college is their only chance to break out of a bad environment. Stipends, financial aid and, most importantly, the chance to show their ability in a competitive environment is key to an onward career in professional sports, or at least to a bump up the social ladder. For this reason, we can justifiably say that student sports have an important social mission.

Conclusion

The U.S. is a country that loves its heroes and adores stories of overcoming one's own limitations and external circumstances. In this sense sport is the source of an endless number of examples that illustrate this national trait. It is no surprise that it is part of Americans' modern collective identity.

So what, exactly, is sport in the U.S. today? It is at once leisure activity, business, and politics. The modern American athlete begins his or her career in school, continues it in college and, if he or she is worthy, becomes a professional. However, athletes must worry about more than their own physical form and performance.

¹²⁸ Ibid. P. 21–25.

An athlete is a public figure. Fame means a more active participation in the social life of the country, and civic activism. Professional athletes in the era of mass-media have to be role models for the younger generation, so their pronouncements on political issues carry great weight.

In addition, athletes are also businessmen. Considering that access to sporting events today is pretty much 24/7, every appearance by a sports star on the screen can be an advertisement for some product. This is good for the brands, and for the athletes themselves: who knows what could happen, or how long a sports career will last?

It is possible that this is why the career of a high-performance athlete in the U.S. is one of the most complex and one of the most desired. People like Jackie Robinson and Michael Jordan are the living embodiments of the American Dream.

Further Reading

- Badenhausen K.* The World's 50 Most Valuable Sports Teams 2019 // Forbes. 2019. July 22 [Electronic Resource]. URL: <https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2019/07/22/the-worlds-50-most-valuable-sports-teams-2019> (accessed 02.04.2021).
- Clotfelter Ch.T.* Big-Time Sports In American Universities. Cambridge, 2011.
- Farmer S.* 1968: Long before Colin Kaepernick, David Meggyesy Began NFL National Anthem Protest // LA Times. 2018. July 18 [Electronic Resource]. URL: <https://www.latimes.com/sports/nfl/la-sp-1968-nfl-anthem-protest-20180717-story.html> (accessed 02.04.2021).
- Gorn E.J., Goldstein W.* A Brief History of American Sports. Chicago, 2004.
- Grundy P., Rader B.G.* American Sports: from the Folk Games to the Age of Televised Sports. 7th ed. London, New York, 2015.
- Jozsa F.P., Jr.* American Sports Empire: How the Leagues Breed Success. Westport, 2003.
- Jozsa F.P., Jr.* College Sports Inc.: How Commercialism Influences Intercollegiate Athletics. New York, 2013.
- Kissel R.* Update: Super Bowl on NBC Draws Record U.S. Television Audience // Variety. 2015. Feb 2 [Electronic Resource]. URL: <https://variety.com/2015/tv/ratings/super-bowl-ratings-hit-all-time-high-with-patriots-win-on-nbc-1201421267/> (accessed 02.04.2021).
- LaFeber W.* Michael Jordan and the New Global Capitalism. New York; London, 1999.
- LeBron James' 'Decision' generated \$6 million in ad revenue // Cleveland.com. 2010. July 12 [Electronic Resource]. URL: <https://www.cleveland.com>

- com/ohio-sports-blog/2010/07/lebron_james_decision_generate.html (accessed 02.04.2021).
- LeBron James' 'The Decision' (7/8/2010) / ESPN Archives [Electronic Resource]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Afpgnb_9bA4 (accessed 02.04.2021).
- Nearly 10 Million U.S. Viewers Watch LeBron's 'Decision' // Nielsen Wire. 2010. July 12 [Electronic Resource]. URL: https://www.webcitation.org/68lkAfk1?url=http://blog.nielsen.com/nielsenwire/media_entertainment/nearly-10-million-u-s-viewers-watch-lebrons-decision/ (accessed 02.04.2021).
- Rynkevich S.* "People fought for the flag, and you refuse to get up." Get to the Super Bowl and lose the job // Sports.ru. May 27, 2017. [Electronic Resource]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/firstandgoal/1288888.html> (accessed 02.04.2021). (In Russ.)
- Simmons B.* The Book of Basketball: The NBA According to the Sports Guy. ESPN, 2010.
- Spirkut R.* 125 stories about the invention of basketball // Sports.ru. 2016. Dec 21 [Electronic Resource]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/basketblog/1138595.html> (accessed 02.04.2021). (In Russ.)
- Sviridov K.* Michael Jordan is the richest athlete of all time. All thanks to Jordan Brand // Sports.ru 2019. Jan 28 [Electronic Resource]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/sviridov/2308088.html> (accessed 02.04.2021). (In Russ.)
- Tadena N.* Super Bowl Ad Prices Have Gone Up 75% Over a Decade // The Wall Street Journal. 2015. Jan 12 [Electronic Resource]. URL: <https://www.wsj.com/articles/BL-269B-2467> (accessed 02.04.2021).
- The 25 Most Influential Super Bowl Ads of All Time // Time. 2017. Jan 3 [Electronic Resource]. URL: <https://time.com/4653281/super-bowl-ads-commercial-most-influential-time/> (accessed 02.04.2021).
- Zirin D.* A People's History of Sport in the United States: from Bull-baiting to Barry Bonds – 250 Years of Politics, Protest, the People and Play. New York, 2008.

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Top 10 Best College Athletic Programs in the USA <https://www.youtube.com/watch?v=5fxDT9865zo>

Big-Time Sports in American Universities <https://www.youtube.com/watch?v=cxdUHoE2VE0>

The Strange and Clustered Timeline of NBA Franchises <https://www.youtube.com/watch?v=GTEN9ID4S58>

How It Was Named / NBA Teams <https://www.youtube.com/watch?v=XEKHMJsYcDs>

Top 15 NBA Career Point Leaders (1946–2020) <https://www.youtube.com/watch?v=EleYY90BW1E>

Evolution of Every NFL Team's Every Stadium / NFL Explained <https://www.youtube.com/watch?v=sWSO4BxJkVk>

The History Of Baseball https://youtu.be/c7_V6evnha8

How MLB is Organized / Baseball Explained <https://www.youtube.com/watch?v=3RaArSyRwGc>

Lecture 9. Freaks & Geeks – Youth Subculture in America

Introduction

The series “Freaks & Geeks” hit U.S. TV screens in 2000. The action takes place in 1980 in a typical high school in a small town near Detroit. The heroes of the series are normal adolescents: they attend their favorite classes and skip the ones they find uninteresting; they make friends and have fights; they fall in love and search for their place in the world. The series was not a success: even though they shot 18 episodes, they showed only 12 on television, then the show was cancelled.

Nevertheless, there was something about “Freaks & Geeks” that made it a cult favorite, and it also was the start of a major career for many of those who helped create it. James Franco, Seth Rogen, Jason Segel, and several other actors made successful Hollywood careers. In turn, the creators of the series, Paul Feig and Judd Apatow, became famous directors.

The secret of “Freaks & Geeks” was that they very realistically portrayed American youth subculture. School in the U.S. is a place with a maximum concentration of various small communities and groups with shared interests. The real freaks and geeks are D students and nerds, players on the sports team and members of the science club, punks and rappers, cool dudes and eternal outsiders. In a certain sense American schools are small versions of the country; the United States today is, after all, a mosaic of subcultures.

Some researchers think that a subculture is a deviation from the “normal” culture. Their members, for various reasons, feel that they are different, and, by gathering in a group, they form a collective identity, based on shared values and interests. While the members of many subcultures emphasize their rejection of “normal”, they form their own norms, evident in their clothing, language, conduct and practices.

Some subcultures arise because of a special attitude towards work and labor, considering a hedonistic lifestyle as the new “norm”. Others form on the basis of shared class or social origin, still others

because of a feeling of belonging to a particular territory or place. A fourth type of subculture builds a collective identity by contrasting their style and appearance with the generally accepted standards¹²⁹. The list could go on for quite a while. In any case, this text is not trying to list all of the characteristics of a subculture and give concrete examples.

We are only trying to characterize a few of them: flappers, hippies, Goths and representatives of hip-hop culture. The reason for selecting these subcultures is fairly simple: at various times they were not only a vivid phenomenon in the culture and history of the U.S., they had a major influence on the rest of the world. Besides, each of them is very different, both in the external appearance of their members and in their internal spirit, which clearly shows all the complexity and diversity of mass culture in America today.

Flappers and Women's Emancipation

It's difficult to trace the origin of the word "flapper", which is a term for a subculture of fashionably dressed, daring young women in the 1920s. One version says that it came from a nickname for adolescent girls. Another claims that it's because their hair, gathered into a ponytail, flapped against their backs. A third version insists that this was a general term for underage prostitutes and girls of easy virtue.

The representatives of the flapper subculture really did behave in an extremely defiant way, compared to women of the older generation. They were not shy about smoking and drinking, dancing or curling their hair; they dressed extravagantly in short skirts and dresses, allowing a glimpse of their shins and knees, they also went to jazz halls and nightclubs of dubious reputation, and had liaisons with men that they did not later marry.

As with other, later subcultures, the flappers even developed their own slang, which was both a sign of their "modernity" and a way of identifying members of their tribe. If, for example, a sassy young lady in a short dress said that she was going to "see a man about a dog", it meant she was going to drink whiskey, which was banned during Prohibition. If she said something about "barney-mugging", it was probably a hint that she wanted to sleep with you.

¹²⁹ *Gelder K.* Subcultures: Cultural Histories and Social Practice. New York, 2007. P. 2–4; *Kudryashev M.* Subculture: Why was it needed and what will happen after it? // Syg.ma. 2016. July 28 [Electronic Resource] URL: <https://syg.ma/@lemonie/subkultura-zachiem-ona-byla-nuzhna-i-chtobudiet-poslie-nieio> (accessed 05.04.2021). (In Russ.)

It's not at all surprising that such a frivolous style of conversation, along with the flappers' appearance, caused conflict between them and the older generation. Older women who had always worn long skirts and buttoned-up blouses, and who a decade earlier had fought for Prohibition, could not understand where they had gone wrong in bringing up their daughters. What had changed? What had led to such a serious break between the generations?

The first reason was, of course, World War I. Even though the U.S. has entered it for just two years, the joy at the armistice instilled optimism and hope for the future. The First World War was supposed to be the war to end all wars, so the rest of the 20th century seemed quite rosy.

During the war many girls replaced men in jobs that had previously been inaccessible to them. This made them more independent, both financially and in their views on life. This led to the adoption of the 19th Amendment to the Constitution in 1920, which gave women the right to vote. In the first presidential elections in 1920, about a third of women who had the right to vote participated, which symbolized their growing interest in affairs of state.

Another reason for the unexpected emancipation of women and the rise of the flappers was urbanization. While on the cusp of the 20th century most Americans lived in rural areas or small towns, the 1920 census showed that for the first time in the country's history city dwellers outnumbered the countrymen. This had far-reaching consequences. When a person moved from the countryside to the city, not only did he or she change work, but the whole way of life. In the city one could go to the movies, theater, nightclubs, sporting events, etc. In the city people were more liberal about smoking, drinking, flirting, dancing, casual relationships. All of this led to the rise of new subcultures.

All of the above, however, would not have been possible for urban residents without two things: they had to have disposable income and free time. The beginning of the 20th century saw the rise of mass production, which meant that a lot of goods got cheaper, and this in turn led to a consumer culture. For example, it became possible to buy inexpensive, high-quality dresses in standard sizes through catalogs, rather than have them made. The money saved could then be spent on a pleasant evening instead.

In the 1920s the average work week in the country decreased from 60 to 48 hours, which meant there were more possibilities for leisure time. It could be spent in the city or out in nature, which was made possible by the automobile. In 1919 there were just 6,8 million cars in America; ten years later the number had increased to 23

million. The *Model-T* Ford and other inexpensive assembly-line cars cut down the time it took to get to the nearest lake or a club outside the city; they made it possible to hide from the eyes of parents or neighbors, and also unwittingly led to the city becoming significantly cleaner: there was no longer any need to clean up after the horses. This last point, in turn, just underscored the growing difference between cities and the countryside: they already looked different, and now they smelled different.

The flapper subculture had a significant influence on the U.S. and on the world in general. It was thanks to the flappers that Coco Chanel became fashionable, and that writers such as F. Scott Fitzgerald and Anita Loos became famous. It should also be noted that it was the flappers that popularized the image of a skinny boy-like woman. Later it would be adopted by the '60s generation, embodied in its main supermodel – Twiggy.

The flapper era ended in 1929, with the start of the Great Depression in the U.S.¹³⁰ The difficult economic situation in the country, the shortage of work and the fall in income led to a re-evaluation of priorities, and people had to tighten their belts. The attitude towards working women over the next two decades was, on the whole, negative, since it was felt that they were taking jobs away from men; this, however, did not decrease their participation in the labor force. Even marriage did not mean that a woman had to immediately end her career. By the end of World War II, 36.1% of the work force in the U.S. was made up of women. While to a great extent this number was due to the call-up of the male population, it nevertheless reflects a general rise in female employment, and cannot be explained by the shortage of workers alone.

Likewise, the Great Depression did not mean an end to women's emancipation. The 19th Amendment to the Constitution gave them political rights but did not guarantee equality with men. Women in general had less access to jobs, and also earned less. This situation changed de jure in 1963–1964, when the Equal Pay Act and the Civil Rights Act were adopted, but even these important government measures did not change the de facto inequality that remained between women and men on a day-to-day level.

In addition, the end of the “roaring twenties” was also the end of the liberal, frivolous urban subculture. In the period from 1930 to 1950 American society became more conservative and restrained, which is understandable considering the scale of the challenges of the era, in-

¹³⁰ More about flappers see: *Sagert K.B.* Flappers: a Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2009.

cluding the Great Depression, the Second World War and the growing conflict with the Soviet Union. However, this could not last long. The demographic explosion and political upheavals of the beginning of the 1960s led to the U.S. being engulfed by a new wave of counterculture movements, the most influential of which were the hippies.

Hippies: Idealists and Hedonists

The hippies grew out of the “beat generation” of the 1950s – young intellectuals who had broken with mass culture in their conduct as well as their appearance. The “beatniks”, as they were called, listened to jazz and politically charged folk music, they played around with leftist ideas, criticizing liberal values, promoting free love and holding pacifist views. Many of these traits were later adopted by the hippies.

The attitude of the beatniks to their heirs was pretty complicated: the former felt that the latter had corrupted their ideals. The future hippies were under the influence of powerful authors of the beat generation – the writer Jack Kerouac and, in particular, the poet Allen Ginsberg. As their contemporary William Burroughs later said: “Ginsberg opened a million coffee bars and sold a million pairs of Levi’s to both sexes. Woodstock rises from his pages”.

Who were these hippies? First, we must point out some of the values they held. The core of the hippie philosophy was the maxim: “If it feels good, then do it so long as it doesn’t hurt anyone else”. The philosophy was composed of two parts: first, the hippies felt that the main goal in life was pleasure, not monetary or social gain. Second, they believed in an ideal society, not under the control of any power structures or socially mandated standards of behavior. In other words, the hippies were liberals out of hedonism.

In order to properly evaluate these views, we need to take a closer look at the historical context in which the hippie subculture formed. As a result of a series of social and cultural factors in the 1940s and 1950s, the U.S. was dominated by what was called a “consensus” culture. It was, of course, conservative, professed “true” American values and contrasted the United States to the Soviet Union.

The war in Vietnam had a significant influence on the formation of the hippie subculture. Young people, protesting what they saw as a senseless military conflict, espoused pacifist ideas and attended frequent anti-war demonstrations, where they were exhibited in all their glory: in colorful, baggy clothing and with flowers in their hair. “Make love, not war,” was the hippies’ main message.

The young generation in America in the '60s, who had no memory of the hardships of the Great Depression and the Second World War, placed themselves in opposition to the older generation and shared a more idealistic view of the world. They found the “consensus” society of the U.S. deeply corrupt, saccharine, and unfit. Like the beatniks, the hippies were disturbed by the social inequality in the country, gender and racial discrimination, political hypocrisy. However, unlike other countercultures of the 1960s, the hippies did not really try to change the country’s political situation, relying on society’s drive to achieve individual pleasure and happiness to make the United States a better place.

From the point of view of this philosophy it was logical that the leaders of the hippie movement, like Ken Kesey and Timothy Leary, placed the accent in their speeches and written works on individual rights and freedoms. They believed that the sum of individual impulses towards happiness could lead to the creation of an ideal society.

The hippies tried to carry out their ideas in practice, uniting in communes of dozens and hundreds of men, women and children. In the communes hippies practiced free love, held collective meditation, often taking hallucinogenic drugs, and engaged in creative work. In general, the hippies supported any spiritual and intellectual practices that helped people feel better. This might be Eastern philosophy, drugs, sex, music – in a word, anything that gave off “positive vibes”.

This is how hippies, the “flower children”, have been preserved in the collective memory. Clad in their strange, colorful rags, they attracted artists, photographers and film directors. As an important cultural symbol, hippies will be eternally associated with the culture of the 1960s. The influence of this subculture can be seen, for example, in such cult films of the era as “The Trip” (1967), “Easy Rider” (1969) and “Zabriskie Point” (1970).

In music the hippies left a real legacy; it would be difficult to overestimate their influence. Even today many artists are considered to be linked to them; however, Bob Dylan, for example, even though he shared many of their views, never thought of himself as part of the subculture. Therefore, we should make a separate list of hippie groups and performers. These include Janis Joplin, *The Grateful Dead*, *Jefferson Airplane*, *The Velvet Underground*, and, of course, *The Doors*. The hippies consider their main music events to be the “summer of love” (1967) and the Woodstock festival (1969). The latter became the apotheosis of the hippie subculture.

Janis Joplin and Jimmie Hendrix died in 1970, and one year after the lead singer of *The Doors*, Jim Morrison, also passed away. They were all drug abusers. The death of such stars symbolized trans-

formation of hippie practices. The movement began to be associated more and more with smoking marijuana, dropping acid, and also using heavy drugs. By the mid-1970s it was in a crisis¹³¹.

Nevertheless, we can't say that the movement died, becoming just a vivid flash in U.S. culture in the third quarter of the 20th century. Many problems raised by the hippies are still relevant. Pacifism and non-violent protest are still on the agenda of modern Western societies. Yoga and meditation, which were practiced by hippies, have become part of mass culture, and now millions of Americans are engaged in them. Buddhism, which attracted young people in the 1960s, influenced the literature on psychology and self-help.

In turn, hippie music, which in the 1960s gave the push towards psychedelic and progressive rock, influenced the rise of another influential American subculture: the Goths.

Goths: Sad Romantics

The rock bands *The Doors* and *The Velvet Underground* added dark and gloomy tones to rock music in the 1970s. Their songs investigated the other side of human nature: drug addiction, mental illness, violence.

At that moment a genre was born in Great Britain that would be called "glam rock": musicians, with David Bowie first and foremost, tried to find new ways of expressing their emotions, creating audiovisual performances. They felt that their personal looks and style should also have a certain meaning. The era of early rock, where performers were dressed in pants and jackets, receded. It was replaced by rock 'n' rollers, who seemed to be competing amongst themselves in the extravagance of their outfits.

In addition, the beginning of the 1970s saw the rise of punk-rock, which seemed to have launched off the hippie movement. Punks like *The Ramones* in the U.S. and the *Sex Pistols* in Great Britain criticized mass culture and the generally accepted norms, revolting against the system of values that was forced by Western society. Unlike the hippies, the punks' protest was much more aggressive and politically charged.

These three factors together gave rise to the Goth subculture. Its three component parts – pessimism, musical-visual performatism and social nonconformism – found their outlet in the second half of the

¹³¹ More about hippies see: *Issitt M.L. Hippies: a Guide to an American Subculture*. Santa Barbara, 2009.

1970s in post-punk, a rock music genre distinguished by a sound that was darker and gloomier than regular punk. It was in post-punk that all of the influential real Goth performers arose.

It's easy to see that every subculture has a sort of “core” that determines its identity. What distinguished the Goths at the end of the 1970s – beginning of the 1980s?

First, it was the unity of visual and musical style. Goth performers like *Siouxsie and the Banshees*, *Joy Division*, *Bauhaus* or *The Cure* not only developed pessimistic themes in their songs, they looked pretty dark themselves. Their fans kept up with them, dressing in black. Demand gives rise to supply, and in the 1980s there were even special brands in Great Britain and the U.S. that produced “Goth” clothing and accessories, distributed through special stores like Hot Topic.

Second, it was the choice of lyrical themes in their music. The characters of Goth songs are plagued by loneliness, cut off from a world that doesn't understand them. Unlike punk music, which proposed a more aggressive approach to protest, the Goths chose melancholic melody.

Third, Goth music was apolitical. While the Goth subculture could, in general, be called non-conformist, it cannot be said that Goths actively participated in political or civil activism. The reason for this lies in their general orientation towards passive internal endurance of the discomfort caused by having to live in a society of mass culture, rather than an active push to change that society. However, this was also caused by a general disbelief in the possibility of any sort of change. We should not forget the socio-historical context in which Goth subculture rose. The 1970s for the U.S. were a time of full-blown economic and political crisis, deepened by the Cold War, the “Vietnam Syndrome”, and growing unemployment.

While the Goth subculture can trace its roots to Great Britain, it soon became unbelievably popular in the U.S. Right at the beginning of the Goth post-punk movement in the 1970s there were fans of this style in California, and bands such as *Christian Death* and *45 Grave* arose, with a harsher sound compared to the British version, and bringing the themes of fear and horror to Goth rock.

The peak of the Goth subculture in the U.S., however, was in the 1990s, and is linked to “industrial” music, that used harsh sound, provocative lyrics, a feeling of pessimism towards modern society and experimented with combinations of hard rock and electronics. Even though industrial music like *Marilyn Manson* or *Nine Inch Nails* cannot truly be considered Goth style, it borrowed quite a bit from Goth, adapted it to the conditions of the late 20th century and found a place among the “real” Goths.

The Goth subculture was also captured in cinema, which is not at all surprising, given its tendency towards performatism. To a great extent Goth aesthetics has influenced director Tim Burton, who released his “Edward Scissorhands” movie in 1990. On the wave of its success more films have followed over the next few years, such as “Dracula” (1992) by Francis Ford Coppola, and “Interview with a Vampire” (1994) by Neil Jordan.

With the Internet the Goth community stepped into virtual reality. On November 1, 1991 the alt.gothic site was launched, with charter of online Goth community as its first publication. It stated that the web page was created to discuss various “dark” and “mournful” themes. Two days later messages started appearing on the site asking whether certain groups, films or books could be considered “Gothic”.

Alt.gothic quickly grew extremely popular, becoming a platform for the online Goth community in the U.S. They called themselves net.goths. While originally this term referred only to the active users of alt.gothic, it soon was used for all Goths in the Internet.

Today, on the cusp of the third decade of the 21st century, Goths are still around. Most of them, of course, no longer look like the Goths of the 1970s and 1980s. New styles and trends have influenced them. However, as long as teenagers in America and the world feel misunderstood by their peers and the older generation when they are coming of age, as long as they continue to feel cut off from the world, there will be Goth subculture¹³².

The Four Elements of Hip-Hop

At almost the same time when Goth subculture was forming, also hip-hop was born in the U.S. Traditionally the black ghettos of New York are considered the birthplace of hip-hop. Young people there held parties where they danced to funk and disco, and the atmosphere was lighthearted. The organizers were usually a couple of guys: a disc-jockey and an MC, or the Master of Ceremonies. The first chose the music tracks. The second introduced them, and got the crowd revved up. There were often dance competitions at these parties, and amateur artists dressed the space.

It was these parties that determined the future of hip-hop. The four main pillars of the hip-hop culture rose out of them: mastery of

¹³² More about goths see: *Issitt M.L. Goths: a Guide to an American Subculture*. Santa Barbara, 2011.

recitative (MCing or rapping), making an integral musical canvas by mixing tracks (DJing), dancing and street art, or graffiti.

It's difficult to say at this point who was the first MC or DJ or who first went from just screaming lines to warm up the crowd to full-blown, rhyming recitative. One way or another this move, imposed by the very spirit of the parties, has changed all the rules of the game. DJ Eddie Cheeba, considered by many to be one of rap's pioneers, later recalled: "These people go to discos every week and they need more than music to motivate them... I not only play records, but I rap to them and they answer me".

The tradition of African American poetry, which traces its roots back to the Harlem Renaissance of the 1920s–1930s, had a significant influence on the development of MCing. It was also influenced by the artistic tradition of spoken word, in which performers like Gil Scott-Heron would improvise text to the accompaniment of jazz or the blues.

The more the art of recitative spread among black musicians, the more they realized its limitless cultural potential. Words could not only set the public on fire, they could be a way of telling about real problems, and also become a type of game. Rap became more and more refined, the rhythms more complex.

This led to rap becoming a central element of hip-hop by the end of the 1980s. The new generations of performers were not only rhyming the last syllables, they were creating multi-layered combinations of words, metaphors and allusions.

The second key element of hip-hop culture is DJing. It was this image of people standing at the mixing console that made hip-hop into a music genre. The cult DJs of the late 1970s and 1980s, such as *Kool Herc*, *Grandmaster Flash* and *Disco Wiz*, were influenced by various genres from salsa to disco. The first task of a DJ is to create a seamless musical canvas out of various tracks, called a set. However, DJs began not only creating the order of other people's musical compositions, they began mixing them. So by using several records, pre-recorded sounds and their own voice, they created a completely new track.

One of the most important events in the history of the hip-hop subculture was the invention of the scratch technology. It is usually associated with the *Grand Wizzard Theodore*, who was a student of *Grandmaster Flash*. Scratch, i.e. the sound made by moving a record back and forth on the turntable, appeared around 1976. At first the goal of using scratch was to cover up the many defects in a record; however, as a result it became an end in itself. Today it is that characteristic sound – wiki-wiki – that is associated with the figure of the DJ.

Another key element of the hip-hop subculture was, without a doubt, sampling, i. e., the use of short musical fragments. It is actual-

ly sampling that gave rise to DJing as a separate art. Musicians blended pieces of various tracks on the mixing console, forming a unique pastiche, paying tribute to those who came before. Such famous compositions as “Gangster’s Paradise” from the California rapper *Coolio*, or “Dr. Carter” from the New Orleans performer *Lil Wayne* are made completely from samples of blues classics.

Sampling, a purely post-modernist technique, is not as widely used today as in the 1980s and 1990s, because of the difficulties with copyright for intellectual property. Albums like “Paul’s Boutique” by the Brooklyn *Beastie Boys*, where from 100 to 300 different samples were mixed, are no longer possible because of the necessity of paying enormous royalties.

While the DJ or music producer who creates the background track for a rapper might seem a secondary figure, in fact he or she largely determines the success of the entire composition. Over the past decades figures such as *Dr. Dre*, *Scott Storch*, *Timbaland*, *Pharrell Williams*, *Kanye West* and others have set the course for the development of the industry as a whole. Like yin and yang, the art of recitative and the creation of a musical accompaniment are inextricably intertwined in one harmonious whole.

Considering the fact that hip hop was created in discos, it is not at all surprising that the third important element is dance. Nevertheless, it is less recognizable stylistically, since it combines many other types of dance, with the aesthetics fitting the rhythms created by the DJ and the MC. Among them we should make special note of “locking” and “popping”.

The first is historically linked to funk music and arose at the end of the 1960s. It is characterized by fast, wide-ranging arm movements and slow, smooth hip movements. The contrast between the upper and lower parts of the body is emphasized by brief periods of freezing in place, which are then replaced by faster movements. The second type – popping – is characterized by rhythmic contractions of body muscles in rhythm of the music. Perhaps the most famous movement that owes its origins to this type of dance is Michael Jackson’s “moon walk,” which he learned from the famous street dancer Bruno Falcon, known as “Pop N Taco”.

Besides locking and popping there is another important element to hip-hop style – break dancing. With the subculture itself this word is almost never used. Instead it’s called “breaking”. The dancers, in turn, are called B-boys and B-girls, depending on their gender.

Breaking arose at the beginning of the 1970s in Brooklyn and owes its name to the long percussion solos characteristic of funk music. During these, dancers would come out onto the dance floor,

using their dance to fill the forced pause in the track. It's difficult to say what the main elements of this dance are. Over the years it has undergone many transformations, which testifies its ability to adapt to current trends as well as its capacity for absorbing any type of movement. There are, however, some things that remain constant: breaking is a very rhythmic dance, based on improvisation, dominated by wide-ranging body movements, turns, pauses and acrobatic elements.

Besides the music, recitative and dance we must mention the fourth element of the hip-hop subculture – graffiti art. Tracing its roots back to street drawings in Ancient Rome, it reached a new peak at the beginning of the 1970s, when amateur artists in New York began to paint metro cars with pictures of spray paint. For them graffiti was a sign of protest against the policies of the American government and militarism. Originally graffiti was fairly primitive: artists simply left their tags on the walls of the cars. However, by the end of the decade graffiti could be a major drawing with a complex subject, taking up the entire train car.

Grffiti started to be used, not just in the metro, but on the walls of buildings, and it was also exhibited in art galleries, acknowledged as a form of modern art.

Nevertheless, even today graffiti artists emphasize their fundamentally negative attitude towards mass culture and the political establishment. Just like in the 1970s, the governments of many cities in the U.S. and around the world look at graffiti as vandalism and prosecute graffiti artists.

It is hip-hop's political engagement that distinguishes it from other subcultures. Even at the dawn of its development hip hop was trying to be more than just a hobby for young people: its "prophet", the DJ and *MC Afrika Bambaataa* was sure that hip hop was destined to distract listeners from the difficult day to day routine, and was also a means to get young people off the dangerous streets, where gangs often operated.

Hip-hop as a musical genre has undergone several stages of development. For more details on this we prepared a specific lecture in this module. One thing, though, is certain: by 2020 it had taken the place of rock 'n roll as the most rapidly developing genre of American music.

Its influence was apparent everywhere: people were dressing in baggy sports clothes, trying to imitate rap stars of 1990–2000; they were dancing in the streets, inspired by the film "Step Up", and they were buying spray paint, wanting to leave their name on the walls of their native cities. Films and TV series are made about hip-hop and the

early pioneers of the genre are now legendary stars. There is a certain irony to this because hip-hop began as a niche subculture. Now it dictates trends in the “mainstream”¹³³.

Crips and Bloods: Gangs of the “City of Angels”

Born in Los Angeles, these gangs are now the prototype of what street gangs should look like. Even if there are other criminal organizations in California’s largest city, none of those had such a profound impact on U.S. culture. What makes them so outstanding? After all, just like other gangs, The Bloods and The Crips communicate only within their communities, commit crimes, make barbecue, have fun within “their” districts, and also verbally provoke each other, regularly causing bloodshed in the fight for territories. However, there is something special about these two Los Angeles gangs and their systems of symbols, values, images, behavior and meanings. That is why the Bloods and the Crips are more than just influential street gangs. They have become an important cultural phenomenon that influenced the life of the country, and maybe even the world.

To understand the subculture of Los Angeles street gangs, we should have an attentive look at their origin. In the first half of the 20th century Southern California was an attractive destination for immigration, as it could provide jobs at large industrial factories. Thousands of African Americans from rural areas of the USA came here. Although they could make much more here, due to segregation they could not live in the same neighborhoods where white residents lived. In Los Angeles, South Central became the place of Black removal or forced Black relocation.

After World War II, industrial output of the city began to decline, and the unemployment rates among African Americans soared to a monstrous 60%. Attacks by white gangs from other parts of Los Angeles were another factor contributing to flourishing of crime. Trying to fight them back, the South Central residents also started to unite in gangs.

In the 1960s the economic situation has only worsened, and southern Los Angeles was ripe to break out in riots. Only a spark was missing.

¹³³ More about hip-hop and its impact on mass culture see: *The Cambridge Companion to Hip-Hop* / Ed. by Justin A. Williams. Cambridge, 2015; *Sciullo N.J. Communicating Hip-Hop: How Hip-Hop Culture Shapes Popular Culture*. Santa Barbara, 2019.

On August 11, 1965, a highway patrol officer stopped a car. A twenty-one-year-old African American, Marquette Frye, was driving and the officer suspected he was on drugs. While the policeman was doing the sobriety test, driver's mother ran to the scene, calling all the neighbors. Given that the officer was white and interracial relations in southern Los Angeles were tense, the situation quickly went dangerous. The Marquette Frye incident sparked the largest riot in the city's history, which lasted until August 17. During the riots, 34 people died and over a thousand were injured, and the damage amounted to tens of millions of dollars.

On top of Watts Riots (as it went down in history) it was also the Black Panthers that have significantly influenced the subculture of the future Crips and Bloods in the 1960s. This political movement believed that the only way for African Americans to gain equal rights and opportunities was revolution. The declared start of an armed struggle against segregation and discrimination fell perfectly well on the ground prepared by the Watts Riots in black districts of Los Angeles. However, we should also emphasize that the Black Panthers were running social initiatives. For example, they opened schools for blacks and launched child support programs. According to research, while Black Panthers were active in Los Angeles domestic crime was low.

In the beginning of the 1970s the Black Panthers movement slowed down and the political struggle of young African Americans of Southern Los Angeles was transforming again into criminal activities. It was during this period that the gangs of Crips and Bloods appeared.

The Crips were the first of them. It is generally acknowledged that this gang started in 1969. The versions that explain the name of the gang are numerous. According to one, *crip* comes from the word *cripple*, meaning disabled. It is said the brother of one of the gang's founders was called *Cripple*, because of his injured leg, he had a limp. So the nickname stuck with the entire gang. According to another version, the word *crip* was a combination of the word crib (a cot, cradle) with the RIP (rest in peace). In this interpretation, the gang name evoked both the loyalty of its members from diapers to grave, and their belligerence, as well as the fact that children also joined the gang.

One way or another, the Crips were growing strong quickly and began to attack the nearby neighborhoods of Southern Los Angeles, including Compton. It was here, that to resist the Crips, the Bloods were created. In the beginning, it was an alliance of several local gangs, that could not resist the Crips on their own. They needed some common symbolism to help distinguish between friends and foes, so red was chosen as the main color for the gang's clothing.

This is how the name came, red symbolized blood. There is yet another version: in the south of the United States, black community would often call their relatives and close friends “blood”, highlighting their relation. In other words, Bloods is just a slang word for “brothers” and “sisters”.

So what is the internal structure of the Crips and the Bloods? To begin with, each gang is made of many “sets” that control certain areas and have names, referring to where they come from. Neither the Crips nor the Bloods have developed a strict vertical structure like the one of classical mafias. On the contrary, they are complexly structured confederations of gangs of various sizes. Each “set” has its own hierarchy. The younger gangsters are called “tiny gangsters” or “baby gangsters”. The seniors go by “original” or “old gangsters” and just OG. It is not very clear what is the kind of relationship between the heads of different “sets” within one alliance. It is likely that gang leadership is informal, based on charisma and respect.

We have to mention here that both Crips and Bloods are now active outside Los Angeles. In fact, the “branches” of both gangs are all over the country and even abroad. Their origins vary. While some were founded by immigrants from Los Angeles who brought their culture to new places, others were started by “copying the model”. Another type is a “franchise”, with outlets opening like new fast food chain restaurants.

All these branches of the Crips and the Bloods have some traits in common in terms of organization, the values system and ways of self-identification.

Respect is the central value for any gang member. Respect must be there for every individual and for the “set” as a whole. Moreover, respect should be shown to the neighborhood where the “set” comes from, to its values and way of life, etc.

The second most important value is loyalty and devotion. If a teenager boy becomes, for example, a “Crip”, he must stand by them until the end of his life. Of course, sometimes gangsters join another gang, but that is rather an exception to the rule and is always due to some difficult set of circumstances. The gang’s value system requires a regular demonstration of loyalty. Members are required to wear clothes of certain colors (red is the color of the Bloods, blue is the color of the Crips) and brands. Tattoos also convey a person’s identity. Leaving graffiti with “their” symbols on “foreign” territory earns respect. Loyalty also demands keeping secret the identity of other gang members, even in the face of death or trial.

A third pillar of the street gangs’ value system is the perception of their gangs as families. This is also due to the difficult circumstances

in which young African Americans grow up. Many of them have only one parent or are orphans. Gangs really replace family for them.

The thing that makes the Crips and the Bloods subcultures, and not just usual street gangs, is their construction of special verbal and non-verbal gestures and symbols, which are a source of pride, the core value of the collective identity of gangs.

It should be noted that both gangs use a special language, or *argot*, to communicate. It is based on American English and Californian slang. Those who don't know argot, can't understand the meaning of the messages. Moreover, the Crips specifically avoid using the letter "B" (because it's the first letter of the rival gang), replacing it with "C". On top of argot, the Crips and the Bloods developed a special sign language for communication.

Clothing in the gang subculture is also essential. Take a baseball cap, for example. It may seem just an unremarkable headdress. However, if you wear it with the visor turned to the left, it is a sign of your belonging to the Crips. If you turn the baseball cap to the right, you will be recognized as a "Blood".

What is the impact of street gangs on popular culture? To a big extent contemporary American hip-hop came from the depths of the gang subculture. It was in the mid-1980s that gangsta rap appeared. Many of its performers were either gang members (like the rapper and producer *Ice-T*), or knew well those who were part of them. In the early 1990s gang subculture had such a profound influence on gangsta rap, that a war broke out between rappers from the East Coast and the West Coast. The key events of that war were the assassinations of *Tupac Shakur* and *the Notorious B.I.G.*

In 1992, members of two LA gangs formed the rap group *Bloods & Crips*, that recorded two albums during its existence. In their songs, the musicians shared experience of life on the street in the times of gangs war, and also expressed hope that in the future conflicts would be resolved not with weapons, but with rap battles. So, the gang subculture has largely influenced the themes of the songs, the looks of the performers, the recitative itself, their outfits style and their positioning – to use a marketing term.

In the mid-1990s many of those who were associated with the gangs, called for an end of the gangs war promoting non-violence. The most famous among those figures is, perhaps, Stanley "Tookie" Williams, one of the founders of the Crips. After his arrest in 1981, he reconsidered his views and became a famous humanist and pacifist. While behind bars, he wrote several books for children condemning violence. Williams was nominated for the Nobel Prize 9 times, and in 2004 a film called "Redemption" was released, based on his story. De-

spite numerous protests and petitions for clemency, the former gangster was executed in 2004.

With the advent of Internet era, gangs have become active members of online communities. On specialized sites or communities on Facebook and Twitter, users can ask questions to gang members on their value system, culture, traditions and practices. On social media, gang members post photos and videos that feature them. Given the popularity of gangster rap, all this content finds its audience and becomes a way of promoting the gang subculture.

Despite the fact that the U.S. authorities are taking all possible measures to combat organized crime, it is difficult to imagine that the Crips and the Bloods will cease to exist in the near future. This can be explained both by the low income in certain parts of the country and by the general attractiveness of the image of the subculture that has formed during decades. Whether we like it or not, street crime gangs have now become more than just ordinary criminal groups¹³⁴.

In Place of a Conclusion: Subcultures Yesterday and Today

At the beginning of the 21st century subcultures are going through a difficult but interesting period in history. The spread of the Internet multiculturalism of Western society, the all-pervasive social media seems to have destroyed the classic subcultures of the previous century. Even though we sometimes see hippies on the street, as well as punks and Goths and emo, the time when they embodied separate subcultures within society has passed.

What has caused the disappearance of all the “Freaks & Geeks”? We should start with the fact that youth subcultures in the 20th century were, to a large extent, countercultures. Even if they were not politically active, their self-identification was built on a challenge to social norms of behavior, clothing, values, etc. This means that in the past century the existence of a dominant mass culture was taken as a given.

The flappers of the 1920s were protesting against the traditional morality and the Victorian value system. This reflected changes in the society such as urbanization and women’s political emancipation. In the “roaring twenties” frivolous outfits replaced strait-

¹³⁴ More about crips and bloods see: *Covey H.C. Crips and Bloods: a Guide to an American Subculture*. Santa Barbara, 2015.

laced dresses, behavior became much more lighthearted, and the girls themselves were perceived as being more independent.

In the 1960s, a time of great changes in the U.S., the hippie subculture was protesting against the old conservative norms established after the Second World War. Unlike the flappers, their protest had a serious political aspect. The hippies had specific ideas about how society should be organized, they thought that a brighter future could be achieved through finding personal harmony. The hippies were true liberals, but they were also hedonists, promoting a cult of personal pleasure.

The drug haze in which the hippies drowned, as well as the economic crisis of the 1970s, gave rise to the Goths, who, like the “flower children”, were romantic idealists, but did not believe in the possibility that society could improve. Disillusioned with mass culture, the Goths cut themselves off, becoming mournful, solitary heroes dressed in black.

The hip-hop culture was a completely different type of protest. Escaping the dangers of the mean streets, young people in the black ghettos of the 1970s went to discothèques that served as meeting places for musicians, poets, artists and dancers. The subculture that developed from such a synthesis of art forms issued a challenge to social norms and was one of the few ways of expressing oneself in difficult social conditions.

The subcultures described above have one additional common thread: beginning mainly as a protest, over time they became part of the mass culture. Today the U.S. is a complex mosaic of subcultures in which it is difficult to find the “mainstream”. Given this we can only talk about rapidly changing trends. Could a truly powerful counter-culture arise today, the way they did in the 20th century. Probably not. But subcultures have not died. They have been transformed.

The study of modern subcultures today demands a new approach. In earlier days their members prized internal homogeneity, a unity of style and a system of values. The borders between subcultures were clear. The reason for their existence was their opposition to mass, standard culture¹³⁵.

Now, however, subcultures are difficult to identify and are in many ways conformist. They are comfortable navigating between mass

¹³⁵ On the contemporary debates around subculturalism see: *Kudryashev M. Subkul'tura: Zachem ona byla nuzhna i chto budet posle nee? // Syg.ma. 2016. July 28 [Electronic Resource]. URL: <https://syg.ma/@lemonie/subkultura-zachem-ona-by-la-nuzhna-i-cto-budiet-poslie-nieio> (accessed 05.04.2021).*

cultural trends. People are happy to be a member of one subculture today and another one tomorrow. For example, on one day a person could visit a gathering of comics fans dressed as Spiderman, and the next he could organize a virtual meeting of his team in the computer game *Dota 2*. Protest also plays an important role in many modern subcultures. Not in all, of course, but the trend toward normalization is quite obvious.

The reasons for these changes lie in the socio-economic as well as the philosophical spheres. On one hand, over the past decades there has been a noticeable rise in the average standard of living, there are more opportunities to express oneself, and the attitude of the older generation toward the younger one has become more liberal, which was possible because the counterculture of the 1960s successfully integrated into the mainstream. On the other hand, the era of post-modernism is here, in which culture is seen as a pastiche, an eclectic mosaic of collected fragments. It turns out that the conditions for forming a “norm,” and thereby trends that oppose it, simply do not exist. But perhaps that will just make subcultures more interesting?

Further Reading

- Blanchard B.* The Social Significance of Rap & Hip-Hop Culture [Electronic Resource]. URL: https://web.stanford.edu/class/e297c/poverty_prejudice/mediarace/socialsignificance.htm (accessed 05.04.2021).
- Cottrell R.C.* Sex, Drugs, and Rock ‘n’ Roll: The Rise of America’s 1960s Counterculture. New York, 2015.
- Covey H.C.* Crips and Bloods: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2015.
- Gelder K.* Subcultures: Cultural Histories and Social Practice. New York, 2007.
- Issitt M.L.* Goths: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2011.
- Issitt M.L.* Hippies: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2009.
- Kudryashev M.* Subculture: Why was it needed and what will happen after it? (in Russ.) // Syg.ma. 2016. July 28 [Electronic Resource]. URL: <https://syg.ma/@lemonie/subkultura-zachiem-ona-byla-nuzhna-i-chto-budiet-poslie-nieio> (accessed: 05.04.2021).
- O’Hara C.* The Philosophy of Punk: More than Noise. Moscow, 2001. (In Russ.)
- Sagert K.B.* Flappers: a Guide to an American Subculture. Santa Barbara, 2009.
- Sciullo N.J.* Communicating Hip-Hop: How Hip-Hop Culture Shapes Popular Culture. Santa Barbara, 2019.

Simon L. Lost Girls: The Invention of the Flapper. New York, 2017.
The Cambridge Companion to Hip-Hop / Ed. by Justin A. Williams. Cambridge, 2015.

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

A brief history of goths – Dan Adams. <https://www.youtube.com/watch?v=STOJftffOqs>

The Flapper Story – Roaring '20s. <https://youtu.be/18Bq7KrHORU>

Freaks and Geeks Pilot Episode <https://youtu.be/1b2xyZzOV08>

Something From Nothing: The Art Of Rap (Full Documentary). <https://youtu.be/ePPwy50gdz8>

The Hippie Revolution (1986). https://www.youtube.com/watch?v=zv3_caG7S5c

Lecture 10. Social Media as a New Dimension of U.S. Mass Culture

Introduction

The Internet today is not just a collection of digital versions of newspapers, magazines or books, where every person assumes the passive role of reader or listener; instead it is a multi-level virtual space full of active users. At any moment – right now, perhaps – people can simultaneously create and consume content. Electronic mail, social media and chats are the most obvious examples of this phenomenon.

The Internet has made us all into Julius Caesars. We can perform several tasks at once. Computer screens with several open windows allow users to read one site, write on another, load an audio file or a videoclip on a third. All of this at the very same moment. We can easily gain access to the Internet, create links that lead from site to site or from one page to another or even create our own portals. The Internet makes us all into journalists, commentators, critics, directors, musicians, news presenters in prime time and cooking show hosts in the morning.

On the Internet one person can be in contact with as large an audience as the presenter of a national television program, made by a huge corporation.

This last is an example of classic mass communication. Usually we think of mass media as large, hierarchically structured organizations. The broadcaster transmits certain information to the audience, which passively takes it in. Feedback from a newspaper reader, a radio listener or television viewer comes to the broadcaster much later, and not always directly.

On the Internet things are completely different. Each one of us generates and absorbs content, and feedback can be immediate and direct. This is more the rule than the exception. Look at blogs: after reading someone's post, we immediately leave comments, to which someone else can react, provoking, in turn, several more responses, one of which might be an answer from the blog's author. This is more like normal interaction.

And just as in normal life, social media contact can develop in many different ways. We can talk about whether we liked the latest episode of “Star Wars”, *Kanye West’s* new album, what we think about global warming, or ask people to support a new civic initiative.

The process of how new social media arise and develop, the changes it brings into our lives, is complex and multi-faceted. The goal of this lecture is to show how social networks have entered our “offline” lives on a daily basis and have then changed from a pleasant addition to our reality to a full-fledged space for dialog and contact, with its own rhythms. In other words, this text is about how the Internet has become a new dimension of U.S. mass culture in the global context.

Important Social Networks: From *MySpace* to *Snapchat*

People are social beings. They like to make new friends, hang out with old ones, change their social circles. From the moment the Internet arose, this entire process has shifted to the online space in very predictable ways.

The first dating sites appeared in the 1990s. The most famous of them, *Match*, which started in 1995, is still active in 25 countries, including the U.S. Their task is essentially a simple one: people fill out questionnaires, answer standard questions, and agree to their online publication, then give themselves over to the algorithm, which tries to find the best pairing. These dating services are convenient for finding new friends or partners, but what do you do with the old ones?

In 2002 *Friendster* was launched, which became the prototype for future social networks. It not only allowed people to make new friends, for the first time it allowed you to group your friends into communities. This was a truly revolutionary idea. However, its popularity did not last long. The very next year *MySpace* began, which changed people’s attitude towards online contact.

Unlike *Friendster* and several other similar sites, *MySpace* initially positioned itself as a youth Internet platform that provided a lot of possibilities to personalize individual pages. Its management did not object to the pages’ owners using fake names – nicknames – which was appealing to those who wanted to retain anonymity.

But the real success of *MySpace* was not due to that. Its creators, Chris DeWolfe and Tom Anderson, wanted their social network to be a convenient instrument for linking show business with fans. The biggest winners in this were independent music performers. They created a profile on *MySpace*, loading their music onto it, which music lovers

and label scouts could listen to for free, without leaving their homes. They could become successful literally overnight.

American rock groups like *Panic! at the Disco*, *Paramore*, *Fall Out Boy* and *My Chemical Romance* to a great extent owe their fame to this social network. Their fans in the mid- and late-2000s – high school and university students – spent a lot of time on the Internet, listening to songs not on cassettes or records, but on the Internet, through *MySpace*.

For example, *Fall Out Boy*, before creating their online page in May 2004 was a pretty ordinary pop-punk group, with one album released on an independent label. Although they had some success at theme festivals, they could hardly aspire to the upper reaches of the music hit-parades. However, after the team began releasing songs through the social network, their popularity rose precipitously: a year later the number of downloaded tracks was 54 million. The group's second album – “From Under the Cork Tree”, whose promo-campaign was conducted through online media, was released on a major label and became enormously successful, attaining triple platinum status.

Just three years after *MySpace* was launched, it had almost 30 million users, most of them young people aged 16 to 24. The unusual nature of *MySpace* for its time, the broad possibilities for socialization, as well as the potential for selling online advertising made it an attractive investment. In 2005 the social network was bought by News Corp. for \$580 million. In this manner *MySpace* became part of an international media holding headed by Rupert Murdoch, which made it a truly global project¹³⁶.

However, the success of DeWolfe and Anderson's brainchild was short-lived. *MySpace* had quite a few flaws, which became apparent when other social networks began to appear, one after the other. First of all, it had a very awkward interface, and the interaction between stars and fans went in one direction only, since the latter did not have the possibility of reacting directly to their idol's post, which seriously lowered the communicative potential of the entire platform.

A completely different approach to organizing the social online space came for *MySpace*'s main competitor – *Facebook*. The key to understanding its success is a little button marked “Share.” From the very beginning of its existence, Mark Zuckerberg's network was not simply a place where people shared their contacts, became “Friends” and formed groups; it was an active content generator. Such *Facebook*

¹³⁶ *Mjøs O.J.* Music, Social Media and Global Mobility: MySpace, Facebook, YouTube. New York; London, 2013. P. 27–29.

innovations as the “Wall,” photo albums with tags and, finally “Likes,” erased the barrier between readers and authors.

Each user was able not only to passively follow news and postings, but to react to them. Moreover, any registered user could leave a comment to others’ comments, turning *Facebook* into a forum with wider possibilities. Everyone could form groups, join already existing communities, share any information, pick out friends, “poke” and “like” materials, making communication the central function of the network¹³⁷.

Another difference between *Facebook* and *MySpace* was their approach to localization. After buying MySpace, News Corp. created an international subunit that was mainly geared towards the experience of cable television, where every market had its own version of the channel. Therefore, *MySpace* had to be a bit different in each country¹³⁸.

Zuckerberg’s network went a completely different path, cheaper and more innovative: it only localized the language, leaving everything else untouched. Therefore, people in various countries used the very same *Facebook*, which became a truly global project. All of this made its communication potential almost limitless, and the level of user socialization quantifiable¹³⁹.

At the same time as *MySpace* and *Facebook*, the global Internet began to win over other social media. The launch of *YouTube* in 2005 allowed people all over the world to exchange, comment on and evaluate each other’s videos. *Twitter*, which began a year later, started a new phenomenon on the network – “microblogging”, i.e. the introduction of personal pages where each post has a certain character limit. *Instagram*, in turn, transferred the art of the momentary photograph to virtual reality, gave it a second wind. Today more than a billion people all over the world use this social network to exchange images.

Another social network, *Snapchat*, established in 2011, made it possible to load photos and short videos (“snaps”) for a specific amount of time (not more than 24 hours), after which they were deleted. Snaps were published semi-publicly: the user decided to whom he wanted to send them.

We should not think that social media is only for entertainment. One of the most popular platforms – *LinkedIn*, which has been wor-

¹³⁷ *Dijk J. van*. *The Culture of Connectivity: a Critical History of Social Media*. New York, 2013. P. 45–54.

¹³⁸ *Mjos O.J.* Op. cit. P. 36–40.

¹³⁹ *Ibid.* P. 41–47.

king since 2003 – allows users to create communities of professionals who use it to exchange opinions and for recruitment.

These and many other examples (and new social networks appear literally every day), allow us to say that almost all spheres of human endeavor have moved from our reality to the online space.

People want to show off and exchange information, as well as know that others value them. The number of “friends” a person has, tags with their name, groups in which they participate are a way of measuring a person’s popularity, which affects their self-esteem. In other words, social networks have become an important instrument for forming an identity, personal as well as collective.

This is what makes modern social networks so attractive, both for ordinary users and for business. You can count more than just the number of “friends”: you can count subscribers, the number of tags with a specific individual or product, the number of views a page or post has, and you can make more complex statistical calculations. This is how social networks have gone from a place of online meetings to a full-fledged space where a diverse virtual life is in full swing, closely intertwined with “normal” reality¹⁴⁰. Along with the development of online media came people who have attained success thanks to it.

The American Dream 2.0: Stars of the Internet

Above we have already discussed *Fall Out boy* and other musical groups whose rise to fame was based to a significant degree on their creation of pages on *MySpace* and other social networks. Their success showed that anybody could win popularity online, given the right approach, and go from rags to riches.

One of the clearest examples of this is Justin Bieber. Today he is a popstar, the idol of millions and the owner of an Instagram account with 170 million followers. But in 2007 he was just a 12-year-old boy who had recorded a couple of videos on *YouTube* with cover versions of hitsongs. A year later media manager Scooter Braun, scrolling through video-hosting, stumbled upon Bieber’s videos, which were gaining popularity, and got in touch with the boy’s mother, offering a contract with a record label. In 2009 Justin’s first single came out – “One Time” – rising to No. 17 on the Billboard charts. His debut album followed, which went platinum. The rest is history. Bieber became the idol of teenaged girls, appeared in all the evening shows in the U.S.

¹⁴⁰ *Dijck J. van*. Op. cit. P. 54–56.

and Canada and even sang in the White House for President Barack Obama at Christmas¹⁴¹.

Here is another typical example of how social media works. In 2012 Bieber posted a video on his page with the song “Call Me Maybe” by the Canadian singer Carly Rae Jepsen. At that time the singer was fairly well-known in her homeland, having participated in the show “Canadian Idol” and releasing an album in 2008. However, she was almost unknown in the U.S. When millions of Bieber’s subscribers saw Jepsen’s new videoclip, it immediately went viral. As a result, “Call Me Maybe” hit the top of the charts, not only in the United States, but in 17 other countries as well, and became, perhaps, the most annoying track of the year¹⁴².

The viral effect, which happens when millions of social network users start reposting a photo or video on their webpages, can make anyone a star, even if they have never even dreamed of it.

Zeddie Little, the “ridiculously photogenic guy” became an Internet meme in 2012, when he ran a 10K race and was accidentally caught in a photo. The image of the smiling Little was loaded on *Reddit*, and several days later the young man woke up famous¹⁴³.

The rock group *OK Go* at the turn of 2000–2010 became famous for its home-made videoclips of songs where they were dancing on treadmills, building unusual chain-reaction mechanisms or training dogs¹⁴⁴. *Old Spice*, a man’s skin care product, shot up in popularity with a series of funny commercials that completely changed its image¹⁴⁵.

¹⁴¹ Lau M. How Justin Bieber proved that YouTube can produce pop stars // CBC. 2019. Jun 07 [Electronic Resource]. URL: <https://www.cbc.ca/music/how-justin-bieber-proved-that-youtube-can-produce-pop-stars-1.5163197> (accessed 14.04.2021).

¹⁴² Sisario B. The New Rise of a Summer Hit: Tweet It Maybe // The New York Times. 2012. Aug 21 [Electronic Resource]. URL: <https://www.nytimes.com/2012/08/22/business/media/how-call-me-maybe-and-social-media-are-upending-music.html> (accessed 14.04.2021).

¹⁴³ The Story of “Ridiculously Photogenic Guy” As Told By the Man Himself, Zeddie Little // Know Your Meme. 2020. March 6 [Electronic Resource]. URL: <https://knowyourmeme.com/editorials/interviews/the-story-of-ridiculously-photogenic-guy-as-told-by-the-man-himself-zeddie-little> (accessed 14.04.2021).

¹⁴⁴ Get To Know OK Go: 9 Essential Viral Videos // Social Media Week. 2017. June 2 [Electronic Resource]. URL: <https://socialmediaweek.org/blog/2017/06/get-to-know-ok-go/> (Accessed 14.04.2021).

¹⁴⁵ Keath J. Behind the Curtain of Old Spice’s Viral Video Mega Hit // Social Fresh. 2010. July 21 [Electronic Resource]. URL: <https://www.socialfresh.com/old-spice-viral-videos/> (accessed 14.04.2021).

“Going viral” became an *idée-fixe*: in the age of the Internet, people began to understand that for success it’s not enough just to stand out; you have to be maximally memetic, in order to motivate social network users to share their posts¹⁴⁶.

Recognition of the importance of marketing in social networks led to a situation where web-personas today are full-fledged opinion-makers, to whom people listen. Influencers (stars of show business, bloggers and celebrities, who have thousands and millions of subscribers) are capable of setting trends and bringing other people along with them. In principle anyone can become one, “going viral” if they have something to say to the world, creating their own video channel on *YouTube*, a photoblog on *Instagram* or a *Twitter* page.

In this sense we live in an amazing era. The sites belonging to the largest government agency or the most powerful broadcast network, a newspaper with an enormous circulation or influential public relations companies are on the same level as a single user with a large following.

In other words, the World Wide Web can give voice to those who were usually silent. Considering the speed, popularity and ease of use of the Internet, it is ideally suited for active campaigns.

Understanding how the Network works, it is possible to attract people to all kinds of things: promote a product, support a politician, speak out about a social problem. All of this is done without the traditional media. As we see, this is the enormous advantage of the Internet mass culture. However, there are also significant problems.

Virality and “Slacktivism”

In March 2012, the human-rights organization Invisible Children loaded a 30-minute film titled “Kony 2012” on *YouTube* and *Vimeo*¹⁴⁷. The video was part of a major campaign to attract the attention of the American public and government to the actions of the leader of Ugandan rebels, Joseph Kony, head of the Lord’s Resistance Army (LRA). The authors of the film highlighted the fact that the LRA recruited underage children into its army.

Kony 2012 had the effect of an exploding bomb: in the first six days alone it was watched more than 100 million times. The speed with which people shared the film’s link on *Facebook* and *Twitter* exceeded

¹⁴⁶ Wiggins B.E. *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. New York; London, 2019. P. 4–6.

¹⁴⁷ KONY 2012 // *YouTube*. 2012. March 6 [Electronic Resource]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sq> (accessed 14.04.2021).



all expectations. At its peak the hashtag #Kony2012 was mentioned in 1200 Tweets every minute. At the end of March, the number of mentions was 12 million.

What was the reason for such an effect?

The authors of the video openly called on people to share it, appealing to users' sense of civic duty. Several famous media personalities also helped promote the video: they actively asked their large subscriber base to watch it. As a result, the film caused a huge social reaction, accompanied not only by condemnation of Joseph Kony and the LRA, but by a discussion on the role of social media in modern political activism.

Its essence was the idea that a simple retweet could lead to serious changes in the world. The film's message seemed very populist: you could sit on your sofa in front of a notebook screen and simultaneously do something of global importance. Although in the first two days after Kony 2012 was posted the organization Invisible Children was able to collect \$5 million to continue their human rights work in Uganda, the film was not able to transform online activism into offline in any real way.

On April 20, 2012, at the suggestion of *Invisible Children*, a protest action "Cover the Night" was conducted, according to which people were supposed to hang posters and signs on their houses. The organization also sold T-shirts, stickers and bracelets, intending to use the funds received for philanthropic goals. However, the effect of the action was a lot less than had been anticipated.

Nevertheless, from the point of view of raising awareness about what was happening in the world among Internet users, especially youth, the #Kony2012 campaign was really quite a success. But here,

as well, there are serious grounds for criticism: the film oversimplified the real state of affairs in Uganda. For example, some commentators drew attention to the fact that the film gave tacit support to Yowery Musaveni, Kony's rival and the permanent president of Uganda since 1986, who does not have a good record with human rights organizations. In addition, many accused Invisible Children of neocolonialism, since the film in essence portrayed the local residents of Uganda and helpless and politically passive and could propose no other way of changing the situation in the country than with the help of the West.

In the end, the discussion around #Kony2012 largely began to reflect the Internet meme pictured above. Instead of demonstrating real activism, the creators of the film about a children's army in Uganda constructed a situation where even watching a short film, "liking" and reposting it could make the user feel politically engaged. This phenomenon received its own name – "slacktivism" which gave a person satisfaction from imaginary involvement in the (imaginary) solution to a specific problem¹⁴⁸.

Civic Activism and Virtual Volunteering

While "slacktivism" is a serious problem in modern society, we should not think that a person cannot influence world problems while sitting at home behind a computer.

Civil society, inspired by the development of digital technology, shows the possibilities of the Internet with, for example, the organizing of flash mobs, when groups of people, separated geographically, quickly gather to conduct collective actions.

MoveOn.org, which has 8 million users, is the best-known site for coordinating flash mobs and political demonstrations in the virtual space. *MoveOn.org*, using email and social networks, has a rich history of organizing protests and civic actions on questions of social justice and the environment. For example, it successfully mobilized Californians to force their state's legislature to adopt a bill demanding a public declaration of sources of political donations. Or it helped coordinate protests among the residents of Hawaii who wanted to raise the state's minimum wage.

Another site, *GoFundMe*, since 2010 has been using crowdfunding – using digital technology to collect donations from a large num-

¹⁴⁸ *Dennis J.* Beyond Slacktivism: Political Participation on Social Media. New York, 2019. P. 1--3.

ber of people for a specific goal or project to get financial support for people who need it after various events. In 2016 *GoFundMe* raised \$11,2 million for victims of a flood in Louisiana, and in 2017 it helped raise \$9 million for victims of the shooting in the Pulse nightclub in Orlando. When, in January 2017, the Islamic Center in Victoria, Texas, was destroyed in a fire of suspicious origins, a *GoFundMe* campaign to rebuild it raised more than \$1 million from more than 22,000 people in the first five days, which was much higher than the original goal of \$850,000¹⁴⁹.

Besides this, with the development of the Internet and social media, virtual volunteering is becoming more and more popular¹⁵⁰.

This term includes several types of activity. Online advocacy suggests that the Internet can be an effective means of conducting human rights campaigns or initiating a draft law. This form of virtual volunteering often takes on the character of a protest, expressed by filing petitions on special sites, such as *change.org*. Campaigns to gather donations are also conducted as online advocacy.

Another type of virtual volunteering is online evaluation and consulting. Internet portals or forums allow people to ask experts with special knowledge for help and advice. It is important that many of these specialists are not working on a commercial basis. In commenting and evaluating the users' queries, the volunteer experts can receive social recognition, which makes this type of online volunteering flexible, efficient and promising. The advantage of online consulting is more obvious in those cases where the portal providing the service is interdisciplinary or transnational. For example, *quora.com*, launched in 2009 by people from *Facebook*. Today *Quora* is not just a type of question and answer bank, it is an entire social network that has around 100 million users.

Its working principle is quite simple: you ask a question, and sometime later it is answered by other users of the site. If a similar question has already been asked, you will be shown the answers to that as well. *Quora's* "special sauce" is the machine algorithm it uses, which calculates the "value" of each answer based on the argumentation and the previous answers by that specific user. This makes the information more specific. As Adam D'Angelo, founder of *Quora*, notes: "Other Q&A sites all end up in this state where there's some good information

¹⁴⁹ Other examples see: Case Studies of Collaborative Campaigns [Electronic Resource]. URL: <https://the-open.net/case-studies> (accessed 14.04.2021).

¹⁵⁰ Liu H.K. et al. Online and Virtual Volunteering // The Palgrave Handbook of Volunteering, Civic Participation, and Nonprofit Associations / Ed. by D.H. Smith, R.A. Stebbins, J. Grotz. New York, 2016. P. 291–293.

but there's a ton of low-quality answers. That's why we are more of a tech company than a lot of Internet companies. We can predict which content is good and only show you that. Over time the average quality contributed may go down, but as long as the amount of good content that we show goes up, we're doing fine. When people say *Quora* is great now but how will it scale, that's the answer. You will only see a slice of it". This is what distinguishes *Quora* favorably from other similar services¹⁵¹.

A third type of virtual volunteering is linked to the shift of the workplace from the office to the home. Many non-profit organizations allow volunteers to work without leaving their homes, since they can complete their work through the Internet. It is obvious that this helps to save resources and frees up time that used to be used on commuting to work.

Finally, there is "pure" online volunteering, which suggests that the projects that the volunteers are engaged in are not at all connected to the offline world. In this type of volunteering, users, for example, can create and support the work of Internet platforms, dividing tasks among themselves. Very frequently several types of online volunteering are combined in such projects.

One of the best-known and most successful examples of carrying out such an online project on a completely non-profit basis was *Wikipedia*, the free encyclopedia. At the end of 1999 Jimmy Wales and Larry Sanger decided to create a virtual encyclopedia with free content – *Nupedia*. Initially it was planned that its authors would be established specialists, who would participate in the project on a volunteer basis. Wales was the head of the whole project and Sanger was the editor-in-chief.

By the end of 2000 it turned out that *Nupedia* was being updated with articles very slowly: in November just two full articles were published. In an attempt to speed up the work Sanger suggested invoking the "wiki" concept.

This term was first used by programmer Ward Cunningham in 1995. He wanted to create an online space where every user could freely exchange information, as well as add to or change articles. The wiki-engine did not require that the user have special programming software, and the link between the pages was supposed to be through hyperlinks. The big plus of wiki was that this system made it possible to

¹⁵¹ *Schleifer T.* Yes, *Quora* still exists, and it's now worth \$2 billion // *Vox*. 2019. May 16 [Electronic Resource]. URL: <https://www.vox.com/code/2019/5/16/18627157/quora-value-billion-question-answer> (accessed 14.04.2021).

make immediate corrections to a text, as well as see various versions, which made it easier to moderate the site as a whole.

Not all of *Nupedia's* authors supported the new concept, so Wales and Sanger had to create a completely new webpage – *Wikipedia*. After its launch on January 15, 2001, the free encyclopedia began to grow by leaps and bounds. This was made possible by the simplicity of the wiki-engine, positive reviews from the online community in forums, articles in major U.S. newspapers, as well as the fact that search engines like *Google* directed users to *Wikipedia*.

The number of articles in the new virtual encyclopedia increased exponentially: less than a month after it began work, there were more than 1,000 articles on *Wikipedia*, and six months later there were more than 10,000. In just the first year of its existence the new project had more than 20,000 articles, written by ordinary Internet users.

One extremely important feature of *Wikipedia* from the very beginning was internationalization. By March 16, 2001 – three months after launch – the German domain of the encyclopedia was opened; after this a wave of other language sections followed.

In 2003 the non-profit Wikimedia Foundation arose to support the activity of *Wikipedia* and its new projects. Today it has around 300 permanent staff from various countries. The Foundation is led by a 10-man Board of Trustees, one of whom is Wales. The regional versions of *Wikipedia* are supported by national departments that are completely independent organizations and which have absolutely no contact with the central Board. Financing of the Wikimedia Foundation comes through private donations and grants from corporations and community organizations.

At the end of 2019 the English-language *Wikipedia* had more than 6 million articles, and the number of users had reached nearly 38 million. In all there are 307 regional versions of the free encyclopedia. As of December 19, 2019, the Russian version had 1,584,949 articles, which makes it seventh in volume among all the language sections.

Although *Wikipedia* is often criticized, we should understand that a significant number of the comments relate to the open nature of the whole project. Factual errors, inaccuracy, unbalanced material, actions by vandals, as well as a desire for consensus are just as much a result of the organization of a free encyclopedia as its unprecedented popularity¹⁵².

Wikipedia, of course, cannot aspire to be an academic encyclopedia, but it has not made that its goal. First of all, it is a very convenient

¹⁵² Wikipedia // Wikipedia [Electronic Resource]. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia> (accessed 14.04.2021).

directory that anybody with access to the Internet can use. Providing free information is the main goal of *Wikipedia*'s creators. As Jimmy Wales said when he was presented with the Niels Bohr Gold Medal in 2013, "*Wikipedia* is a symbol of the age of connectivity and participation that we live in. *Wikipedia* is not just a tool – it is the embodiment of a dream as old as humanity itself, as old as the Library of Alexandria..."¹⁵³

Conclusion

The development of online media in recent times has opened broad possibilities for communication. *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* and other social networks have shifted a significant portion of our daily practices to the virtual world.

The importance of social media and Internet communication has become all the more obvious today, in 2020, when literally half the world's population is forced to stay home in quarantine because of the COVID-19 pandemic. The human desire to communicate can now be satisfied using messengers and videoconferencing services. It is amazing how quickly people can transfer a significant portion of their activity to the virtual world.

On the one hand, this makes it possible to have an almost normal lifestyle. We make friends, we love, we communicate, we study and watch movies on the Internet. We really do not need to go out on the street very much: everything can be delivered by courier using online ordering services. On the other hand, this sense of "normalcy" is not very reliable.

First, let's be realistic, many people, for example the homeless and the poor, do not have stable access to the Internet. The present situation has shown that virtual space is a full-fledged dimension of life. Therefore, a device with access to the network is a vital necessity and people have to have it.

Second, when we are separated from the real world outside our windows, it can be very difficult to distinguish truth from lies. The unusual nature of the current situation can serve as a pretext for even more dissemination of fake news and unsubstantiated information,

¹⁵³ UNESCO's Niels Bohr Gold Medal awarded to prominent researchers in 2013 // UNESCO. 05.12.2013 [Electronic Resource]. URL: http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/about-us/single-view/news/unescos_niels_bohr_gold_medal_awarded_to_prominent_research/ (accessed 14.04.2021).

which it will be much more difficult to verify. This will lead to a situation where we will trust this information more than we normally do. The dark side of social media is already known to us, of course; but now it is even more noticeable.

This, it seems, is why the pluses of modern online media still outweigh the minuses. It is, after all, thanks to their development that you now have the pleasure of reading the texts, watching the videos and listening to the podcasts of the “Discover America” project.

While many social networks arose in the U.S., they, like all of American popular culture, are global and international in spirit, as well as fairly adaptable, able to suit anybody regardless of where they were born or what views they hold. The reason for this is people’s inexhaustible desire to communicate.

This phenomenon influences our concept of mass culture. Social networks are made so that anybody can become famous. A successful video or photo that goes viral immediately gains the attention of network users. The reason is not important: it could just as likely be a funny sketch or a beautiful performance of a song as a political protest or a demonstration of the effects of the economic crisis. People in social networks create news, comment on it, share, and evaluate. Everybody has become mass media and a media personality.

Influencers on *Instagram* form a certain lifestyle and views among their subscribers. Like film stars of the 1930s they are objects of admiration and imitation. An Internet campaign to defend civil rights and freedoms builds the myth that even one “click” or “like” is able to change the world for the better. “Slacktivism” is the flip side of web-socialization, the result of a loss of a sense of reality and a person’s natural desire to assert himself.

Although the problem of shifting online activity to reality is still acute, we cannot say that Internet activism is completely useless. It helps to collect resources, it makes political organization easier, it transfers volunteerism to the virtual space.

Projects like *Wikipedia* show us the potential for communication through the network. Created by specialists in the U.S., we do not perceive it as a purely American phenomenon, even though it is based on such fundamental American principles as decentralization, democracy and inclusivity. On the contrary, from the very first days of the free encyclopedia, its creators emphasized its openness and its global nature. This is, perhaps, the most striking feature of the new social media in the online space. It may be created in the U.S. or somewhere else, but it is for all mankind. This is truly mass culture without borders.

Further Reading

- Baran S.J.* Introduction to Mass Communication: Media literacy and Culture. Tenth edition. New York, 2019.
- Bernstein W.* Masters of the Word: How Media Shaped History from the Alphabet to the Internet. New York, 2013.
- Dennis J.* Beyond Slacktivism: Political Participation on Social Media. New York, 2019.
- Dijk J. van.* The Culture of Connectivity: a Critical History of Social Media. New York, 2013.
- Fitzpatrick P., Kawasaki G.* The Art of Social Media: Power Tips for Power Users. New York, 2014.
- Levy L.* Facebook: The Inside Story. New York, 2020.
- Lih A.* The Wikipedia Revolution: How A Bunch of Nobodies Created the World's Greatest Encyclopedia. New York, 2009.
- Kirkpatrick D.* The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World. New York, 2010.
- Mjøs O.J.* Music, Social Media and Global Mobility: MySpace, Facebook, YouTube. New York, London, 2013.
- Qualman E.* What Happens in Vegas Stays on YouTube: PRIVACY is DEAD. The NEW Rules for Business, Personal, and Family Reputation. New York, 2014.
- Singer P.W., Emerson T.B.* Like War: The Weaponization of Social Media. New York, 2018.
- The Palgrave Handbook of Volunteering, Civic Participation, and Non-profit Associations / Ed. by D.H. Smith, R.A. Stebbins, J. Grotz. New York, 2016.
- Wiggins B.E.* The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality. New York; London, 2019.

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

How Facebook Started? Grew & Became a \$138 Billion Company <https://www.youtube.com/watch?v=xBpbgiXfY90>

Most Popular Social Media Platforms 1997–2020 https://www.youtube.com/watch?v=ihnUg0_eS8Q

The History of Social Media: Communication & Connection <https://www.youtube.com/watch?v=KRsix3bi0jU>

KONY 2012 <https://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sq>

Course 6

Romance with the American Dream

I.V. Morozova

To understand the meaning of the “American dream” is to understand the USA. The American dream is tightly woven into the fabric of everyday life in the U.S. It plays a vital role in determining what being an American means. There is no other idea or myth that has such a profound influence on the individual and collective lives of Americans. The “American Dream” is a national idea, which forms the basis of the national identity, and which attracts millions of people to this country from all over the world.

We can see the American dream as both tragic and happy within American Literature: there is its negation and at the same time the boundless faith that it is and will always be a great American impetus to happiness.

The lecture course gives a good opportunity to be acquainted with the sources of the American Dream, to follow the main stages of its development and to see its varieties in the multifaceted cultural context of America. The course program includes the analysis of the major American literary works that reveal the American Dream topic most clearly, presenting its heroes – winners and losers, and expressing its character, both romantic and pragmatic.

In addition, the lectures contain folklore material; they also disclose regional aspect of the American Dream, as well as approaches of women and of African Americans and Native Americans to their American Dream.

Contents

1. American Individualism and the “Self-made Man” . . .	927
2. How to Become “Healthy, Wealthy and Wise” – A Discussion of Dreams and Success in 19 th -century American Literature	939
3. Coming into the 20th Century: The American Dream as American Tragedy	951
4. The Many Faces of the American Dream	961
5. The American Dream in the “Many-Windowed House”	974
6. Heroes of Folklore and the American Dream	985
7. The Regional Aspect of the American Dream: New England, the South, and the West	997
8. Women’s Paths to American Happiness: Biographies of Successes and Failures	1010
9. What do Native Americans Dream About?	1022
10. The African American Dream	1034

Lecture 1. American Individualism and the “Self-made Man”

The living embodiment of success were the millionaires, who appeared in the U.S. in the first half of the 19th century. John Jacob Astor (born John Jakob Astor), the most famous American millionaire of that time, was the epitome of the American Dream, of success in America. Arriving in the New World in 1783 at the age of 20, with just \$25 in his pocket, Astor was able to amass a fortune of \$20 million in the fur trade and in real estate (in today's money that would be more than \$110 billion). He was a real self-made man, who not only quickly figured out the needs of production and trade in the period of “wild capitalism”, but also personified the spirit of freedom and romance of the self-realized individual.

It was no accident that he brought Washington Irving, the “founding father” of American letters, into the bustling whirlpool of his business activity, inviting the author to write about his “Astoria” fur enterprise in the lands beyond the Rocky Mountains. The American writer used notes, diaries, and other records to compose this great work, which included tales of the fur trade, the gold rush, American and Russian firms doing business in Canada, the Sandwich Islands, and problems with Native Americans, in his book *Astoria: Or, Anecdotes Of An Enterprise Beyond the Rocky Mountains*, 1836. This was an exalted hymn to the economic mastery of America, which immediately made American success, and the self-made man who realized his dream, a hero of American literature. Astor's great-grandson, John Jacob Astor IV, continued the legacy and multiplied the family's wealth; in 1897, he built the luxury hotel Astoria in New York City. He died in the sinking of the Titanic, at the age of 47.

The American Dream is a national idea, which forms the basis of the national identity, and which attracts millions of people to this country from all over the world. The general idea of the American Dream is that any respectable person, armed with skill, energy, and a love of hard work, can achieve honest success, can become wealthy.

The American Dream is tightly woven into the fabric of everyday life in the U.S. It plays a vital role in determining what being an American means. There is no other idea or myth that has such a profound influence on the individual and collective lives of Americans.

If you look up the definition of American Dream in online dictionaries, you find the same idea, expressed in various ways:

...the belief that everyone in the U.S. has the chance to be successful and happy if they work hard¹;

...a happy way of living that is thought of by many Americans as something that can be achieved by anyone in the U.S. especially by working hard and becoming successful²;

...the set of ideals (democracy, rights, liberty, opportunity and equality) in which freedom includes the opportunity for prosperity and success, as well as an upward social mobility for the family and children, achieved through hard work in a society with few barriers³.

The main idea is the importance of tireless labor by a free individual. The principle of individual liberty is the basis for the American Dream. The United States has never had a controlling religion or a class system, Americans' lives have not been constrained by hundreds and thousands of formal and informal laws, traditions, and customs. This has allowed the world to look at the United States as a country with unheard of freedoms: of self-expression, of creativity, and of enterprise.

The outlines of the American Dream remain vague, however, difficult to define, and, at times, contradictory. Even famous Americans, those who have demonstrated the possibilities of the American Dream by achieving success, have different opinions on it. The well-known actress Whoopi Goldberg, for example, is convinced that she herself is the American Dream. "I am the epitome of what the American Dream basically said. It said you could come from anywhere and be anything you want in this country. That's exactly what I've done"⁴. Singer Bruce

¹ Cambridge Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.dictionary.cambridge.org> (accessed 18.02.2020).

² Merriam-Webster Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.merriam-webster.com> (accessed 18.02.2020).

³ Wikipedia [Electronic resource]. URL: <https://www.en.wikipedia.org> (accessed 18.02.2020).

⁴ "Whoopi Goldberg Quotes". BrainyQuote.com. BrainyMedia Inc, 2020 [Electronic resource]. URL: https://www.brainyquote.com/quotes/whoopi_goldberg_363701 (accessed 16.02.2020).

Springsteen, on the other hand, is more pessimistic: “I have spent my life judging the distance between American reality and the American dream”⁵.

The term “American Dream” was coined by historian James T. Adams, who also gave us the first attempt to define it in his work *The Epic of America*, (1931):

The American Dream is that dream of a land in which life should be better and richer and fuller for everyone, with opportunity for each according to ability or achievement⁶.

The book was published during the difficult years of the Great Depression (1929–1933) and became a means of encouraging people who were desperately fighting for survival, but who had not lost faith in America as a land of possibility. Adams’ book came out in the right place at the right time: Americans needed a shot of optimism and inspiration, and Adams’ phrase was just the right medicine.

Even so, Adams did not manage to fully express the essence of this idea, which differs by historical period and the consciousness of various generations. Each resident of the United States contributes his or her own concept of a bright future, or, on the contrary, is worried by something to which Barack Obama referred in the first year of his presidency – that the American Dream had turned into a nightmare for many Americans, or an American Dream in Reverse, since 43% of Americans had concluded that the American Dream was a thing of the past.

The American Dream has undergone several stages, even just in the 20th century. In the 1920s, the American Dream manifested itself in material success, the desire to get rich quick. In the 1950s, it was the “Baby Boom” and domesticity: a house, a yard, a car, and a family of one’s own. In the 1980s, these values gave way to visions of a career and a good pension. Today, in part, it is a dream of earning millions, not working, and being able to buy anything one wants.

In one way or another, the phenomenon of the American Dream remains in the center of public consciousness and is constantly being redefined. For all the variations in individual ideas of the American Dream, there are some basic concepts that are universal and remain unchanged over time. This can be seen in surveys of young people: for

⁵ Gibbons F.B. Springsteen: “What was done to my country was un-American” // The Guardian. 2012. February 17 [Electronic resource]. URL: <https://www.en.wikipedia.org> (accessed 16.02.2020).

⁶ Adams J.T. *The Epic of America*. Boston, 1931. P. 404.

them, the American Dream is independence, freedom, material success, a good education. It is interesting to note that when Russian students are asked about the American Dream, they first mention riches, and all the material goods you can buy when you have money. This is undoubtedly just a superficial view of a concept that embodies the national spirit of America.

In fact, it was Europeans who invented the American Dream: from the discovery of the faraway continent, America and its vast spaces were always associated in European minds with new possibilities and tempting opportunities. Gold and spices brought from America formed an image of an El Dorado, where anyone could get rich quick. A century later, the English began to settle the continent, and this idea of El Dorado gained new, but no less attractive, qualities.

Even though many different European nations had come to the eastern shores of North America by the beginning of the 17th century, it was Anglo-Protestant culture that formed the intellectual foundation of the new country – primarily Puritan culture, which was developing in the Massachusetts Bay colonies, known collectively as New England. The Puritans were orthodox Calvinists, and they brought the idea of exceptionalism to the American continent. They were convinced that their community was like a Biblical people, chosen to travel to Canaan and build a City on a Hill, which could serve as a model for all people. The Puritans also brought the idea of pre-determination to the American continent – the idea that God had foreordained the life of the individual and of the entire world, whether a person would go to the Kingdom of Heaven or be condemned to eternal torture.

This doctrine is directly tied to the idea that a person had a vocation to a specific form of endeavor, which guaranteed his professional success. After all, if God had chosen a man for salvation, this would be apparent in his professional success. The modern pejorative “loser” has a much more serious concept at its core, one that no one remembers today: you are not among those chosen for salvation.

The cornerstone of Puritanism and, in essence, of Protestantism in general, is the conviction that man is capable of an individual relationship with God, and only personal faith can guarantee future salvation. This type of doctrine gave rise to a special set of ethics, where a person should rely only on himself/herself and his or her own capabilities, and should constantly develop a work ethic to achieve success, which was a sign of salvation.

Looked at from this angle, the American Dream was not an exclusively material concept; prosperity was just a sign that one had been chosen by God, and was destined for life after death.

However, this idea led to norms of behavior that inevitably led to respect for material success, achieved by constant labor. At the beginning of the 20th century, German philosopher Max Weber, in his work *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, expressed the idea that the Protestant ethic and the spirit of Western capitalism share the idea of a vocation – that man is called to his life’s work by God⁷.

In a sense, Protestantism did indeed stimulate capitalism’s development. The faithful became the bearers of a new attitude towards work, whereby any labor was a sign of service to God, and therefore brought profits that could be used to help one’s neighbors. This is an important reason why it was Protestants who developed the idea of philanthropy. Even the earliest texts of the Colonial period devoted quite a bit of space to labor, material success and property. In his *History of Plymouth Plantation*, (1651; first published in 1856) William Bradford (1590–1657), who became the second governor of the new colony, discussed how the Lord had mandated that property was the basis for the social and economic life of the settlers. At first the settlers lived in a type of commune, with common labor, common warehouses, centralized and equal distribution of products, tools, etc. But soon many began to grumble that they were working more, but receiving the same as others. At that point a major event occurred, described by Bradford thus:

At length, after much debate of things, the Governor (with the advice of the chiefest amongst them) gave way that they should set corn every man for his own particular, and in that regard trust to themselves... <...> For this community (so far as it was) was found to breed much confusion and discontent and retard much employment that would have been to their benefit and comfort... <...> God in His wisdom saw another course fitter for them⁸.

This manner of resolving economic problems brings us once again to the concept of individual responsibility for the results of one’s labors. It is obvious that the Puritan ethic, with its condemnation of idleness and waste, with its work ethic and cult of business success, perseverance in attaining one’s goals, a stoic attitude towards life’s difficulties, was one of the main components of the American national character.

⁷ Weber M. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London; New York, 1992.

⁸ Bradford W. *History of Plymouth Plantation* [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/24950/24950-h/24950-h.htm> (accessed 16.02.2020).

We must keep in mind that the colonies varied in the reasons for their establishment. Not all the colonists were religious refugees. The Southern colonies, for example, were settled by people with purely material goals, and the lifestyle and ethics there differed significantly from those of New England. Individualism, however, counting on one's own resources, was characteristic of all the colonists, who had to defend their right to life under harsh conditions.

In the 18th century, the idea of American individualism gained new aspects, expressed in the idea of the "self-made man". This term was first used somewhat later, in 1832, by Senator Henry Clay, who used it to describe Americans whose prosperity depended exclusively on their labor. But the main outlines of the self-made man took shape in the 18th century.

In the cultural history of both Europe and America, the 18th century is known as the Age of Enlightenment. The colonists had always devoted a great deal of attention to education: every Protestant had the obligation of reading the Bible independently. For this reason, there was a widespread system of schools as well as several colleges: beginning in 1636, when Harvard College was founded, eight institutes of higher learning were established in the colonies. Instruction in these institutions emphasized practical knowledge necessary for future endeavors.

The colonists, living constantly in a state where they relied only on their own resources, found it easy to understand the idea of the natural state of man expressed by one of the most influential thinkers of the Enlightenment, John Locke. The natural state of man was

...a state of liberty, yet it is not a state of license... <...> The state of nature has a law to govern it, which obliges every one... <...> ...being all equal and independent, no one ought to harm another in his life, health, liberty or possessions⁹.

To a certain extent, the ideas of the Enlightenment raised Puritan individualism to a new, secular level. This new picture of the world had no place for a vengeful God, controller of fates; God had set man free, given him the freedom to develop in accordance with his God-given intellect. The laws of nature were much easier for man to fathom than the inscrutable will of God. According to these laws, man is born free, equal to all, and with a natural inclination toward happiness and a rational attitude towards himself and those around him.

⁹ *Locke J.* Second Treatise of Government [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/7370/7370-h/7370-h.htm#363701> (accessed 18.02.2020).

The Age of Enlightenment reflected the hopes and aspirations of the so-called Third Estate, those without aristocratic privilege who had to provide for themselves and their families independently. The majority of English colonies were made up of this group (not counting the slaves in the South), so the Enlightenment concept of a more just and rational society, founded on a social compact of free peoples, was actively supported by those living here. As a result, 13 colonies declared themselves to be a free country, and on July 4, 1776, they signed the *Declaration of Independence*, with the famous words, borrowed in part from Locke, expressing the spirit of the new nation:

We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain inalienable rights, that among these are life, liberty and the pursuit of happiness¹⁰.

Among the Founding Fathers who signed the *Declaration of Independence* was Benjamin Franklin (1706–1790), a politician, an educator, a diplomat, and an inventor. He was, in his own way, the epitome of the American Dream from the Age of Enlightenment, enriched with the image of the self-made man. We know about Franklin’s life from his birth until 1759 through his *Autobiography*. The history of the publication of this work, which was significant not only for American literature but for American consciousness in general, was quite interesting. The original text was written by Franklin in French, *United States Declaration of Independence* and the first part was published in France in 1791 (*Mémoires de la vie privée de Benjamin Franklin*); the English translation of the first two sections came out in London two years later (*Autobiography of Benjamin Franklin*). But Americans were not able to read the complete autobiography of their great compatriot until 1868, when the term “self-made man” was already in use. Franklin himself did not use it, but the term is nevertheless firmly associated with his name in the public consciousness.

All of the events in the *Autobiography* are described, not so much in conformity with the times, as with the main point of Franklin’s philosophy: the conviction that a man’s fate is in his own hands, and his life depends on him alone.

Franklin was born in Boston, the center of Puritanical New England, to a tradesman who made tallow candles and soap. The

¹⁰ Declaration of Independence [Electronic resource]. URL: <https://www.britannica.com/topic/Declaration-of-Independence/Text-of-the-Declaration-of-Independence> (accessed 18.02.2020).

family did not have a lot of money, so Benjamin Franklin did not receive an education, other than two years of grammar school (in Russia such a school would be called a classical gymnasium). Because of this, his entire life was his own creation. Even as an adolescent, Franklin began helping his elder brother James at a printing house, and printing was his profession for many years.

A passion for reading, and later for his own composition, led to a conflict with his brother and the desire to start his own business. He went to Philadelphia, where he achieved his first successes, founding a printing house in 1727 and devoting himself to printing and to writing. Blessed with prodigious energy, he created the *Pennsylvania Gazette*, a discussion circle for tradesmen and merchants, which later became the American Philosophical Society, organized the first public library in America, and laid the groundwork for the University of Pennsylvania. In addition, he formed a volunteer militia for the protection of the colony, as well as a fire brigade.

One of his many successful projects was *Poor Richard's Almanack* (1732–1758), which was hugely popular among the population. Circulation reached 10,000 copies, which for that time was an enormous number. *The Almanack* had a very serious effect on the political, social and ethical views of the residents, not only of Pennsylvania, but of the other colonies as well. It expressed the spirit of the entire age, directed at forming a person who stood on his own two feet, not relying on others, conforming to rational rules and institutions. It was in *the Almanack* that Franklin formed his moral program for educating the New Man, in accessible and pithy sayings, which became aphorisms, of which many have survived to this day. Franklin did not make all of them up; he borrowed from Chinese proverbs, from the aphorisms of the French philosopher François de La Rochefoucauld and other sources, giving them a shorter, more colorful and easier to remember form, which made them accessible to common people.

Most of the proverbs are tied to the work ethic. Love of work is the main virtue that every man should cultivate in himself, according to Franklin:

Sloth, by bringing on diseases, absolutely shortens life;
Sloth, like rust, consumes faster than labor wears,
 while the used key is always bright;
Sloth makes all things difficult, but industry, all things easy;
 He that rises late must trot all day, and shall scarce overtake
his business at night;
Laziness travels so slowly that poverty soon overtakes him;
Drive thy business, or it will drive thee;
Early to bed, early to rise, makes a man healthy, wealthy and wise, etc.

Time was the main treasure for Franklin:

If time be of all things the most precious, wasting time must be
the greatest prodigality, since lost time is never found again;
What we call time enough always proves little enough.

“Time is money” is probably Franklin’s most famous saying, from his Advice to a young Tradesman, written by an old One, (1748) and it could be considered his main piece of advice on work and business ethics for the growing generation of future Americans:

Remember that time is money. He that can earn ten shillings a day by his labour, and goes abroad, or sits idle one half of that day, tho’ he spends but sixpence during his diversion or idleness, ought not to reckon that the only expense; he has really spent or rather thrown away five shillings besides¹¹.

Usually these thoughts, and the very expression “time is money” is understood exclusively as a warning that wasting time is the same as wasting money, and is mistakenly interpreted as advice merely to make as much money as possible. This distorts the true meaning. Taking Franklin’s attitude towards time and to life as the highest value, the advice to make money leads to acquiring more time to realize oneself, with money not the goal, but the means to having a full life. As Franklin says, “He that is of the opinion that money will do everything may well be suspected of doing everything for money”. Money, for Franklin, is the most convenient metaphor, a simple way to show the value of something that might not be obvious to his fellow countrymen at the time. For example, “Knowledge is the one investment that keeps paying dividends” or “Genius without education is like silver in the mine”.

Franklin devoted a lot of attention to questions of self-development – exploring one’s internal world and developing virtue. We can cite just a few of his aphorisms:

It is much easier to suppress a first desire than
to satisfy those that follow;
He that won’t be counselled, can’t be helped;
Well done is better than well said;

¹¹ *Franklin B.* Advice to a Young Tradesman [Electronic resource]. URL: https://founders.archives.gov/documents/Franklin/01-03-02-0130_363701 (accessed 17.02.2020).

If you would have a faithful servant and one you like – serve yourself;
If thou injurest Conscience, it will have its Revenge on thee;
Who is strong? He that can conquer his bad habits;
He that composes himself is wiser than he that composes books.

The story of Franklin's life that he describes in his *Autobiography* is an illustration of his famous aphorisms, and shows us a man in love with life, trying to use all the possibilities that life presents. Franklin is inclined to view almost all of his circumstances in the most favorable light, not because Fate gave him only pleasant surprises, but because Franklin looked on everything through the prism of his own position in life, which was that of a man with a curious mind and an optimistic nature. If circumstances cooperated in helping him achieve his goals, then he succeeded; if not, then they helped him form his character and strengthened his will.

For example, after Franklin had decided to open his own printing house in Philadelphia, Governor Keith promised to help him. Franklin went to London to buy equipment, and only after arriving discovered that Keith had not written a single letter of introduction, and nobody in London was expecting him. But he was not discouraged; he found work in a local publishing house. During his 18 months in England, Franklin earned nothing, since he had spent so much, but he acquired invaluable life experience, made many useful contacts, and read a lot of books. He also learned the merchant profession.

Through most of his life, Franklin showed future generations that any type of work and any knowledge could be mastered by an energetic man with a curious mind. In his *Autobiography* he describes in detail how he developed in himself those moral qualities he considered necessary for success. This is his famous collection of virtues:

1. Temperance. Eat not to dullness; drink not to elevation.
2. Silence. Speak not but what may benefit others or yourself; avoid trifling conversation.
3. Order. Let all your things have their places; let each part of your business have its time.
4. Resolution. Resolve to perform what you ought; perform without fail what you resolve.
5. Frugality. Make no expense but to do good to others or yourself; waste nothing.
6. Industry. Lose no time; be always employ'd in something useful; cut off all unnecessary actions.
7. Sincerity. Use no hurtful deceit; think innocently and justly, and, if you speak, speak accordingly.

8. Justice. Wrong none by doing injuries, or omitting the benefits that are your duty.
9. Moderation. Avoid extremes; forbear resenting injuries so much as you think they deserve.
10. Cleanliness. Tolerate no uncleanness in body, cloaths, or habitation.
11. Tranquility. Be not disturbed at trifles, or at accidents common or unavoidable.
12. Chastity. Rarely use venery but for health or offspring, never to dullness, weakness, or the injury of your own or another’s peace or reputation.
13. Humility. Imitate Jesus and Socrates¹².

If we look closely at these virtues, it is obvious that they are all quite practical in nature, i.e., they are aimed at forming the type of character that can most easily accommodate itself to life, that can be useful and attain success. It is worth noting that the Puritanical model is transformed into a secular one, and “moral perfection” leads to societal achievement.

Franklin himself took a very rational approach towards developing these qualities in himself: he kept a daily diary in which he recorded how often he violated one or another of his virtues. In addition, he made a schedule that he followed almost every day. Each hour was planned so as not to lose valuable time. This was a living guide of his famous aphorisms on the value of time.

Franklin’s virtues and schedules would become objects of friendly jokes and bitter pessimism, sometimes reaching the level of complete rejection in the works of future American writers. However, the greatness of this man, who created the ideal of the self-made American, capable of building his own life and achieving success without having to rely on others, is unquestioned. He was a product of his time, the embodiment of the American Dream in the Age of Enlightenment, and all the talents that Nature had given him were devoted to serving himself and his society.

¹² *Franklin B.* The Autobiography [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/20203/20203-h/20203-h.htm>. P. 146. (accessed 16.02.2020).

Further Reading

- Batalov E.Ya.* The Russian Idea and the American Dream, Moscow, 2009. (In Russ.)
- Debusmann B.* Obama and the American dream in Reverse // Reuters. 2010. September 24 [Electronic resource]. URL: <http://blogs.reuters.com/great-debate/2010/09/24/obama-and-the-american-dream-in-reverse/> (accessed 10.01.2020).
- Decker J.L.* Made in America: Self-styled Success from Horatio Alger to Oprah Winfrey. Minneapolis, 1997.
- Essays on the American Dream [Electronic resource]. URL: <https://www.bartleby.com/essay/> (accessed 13.01.2020).
- Goldfield D.* The Gifted Generation: When Government was Good. New York, 2017.
- Irving W.* Astoria. [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/1371/1371-h/1371-h.htm> (accessed 10.01.2020).
- Lawrence S.L.* The American Dream: A Cultural History. New York, 2012.
- Selected quotes on the American Dream 2010 [Electronic resource]. URL: <http://americandreamconference.com/selected-quotes-on-the-american-dream/> (accessed 15.01.2020).
- “The Self-Made Man”: America’s Experiment in persons and types: Foreword by T.D. Venediktova. Moscow, 1993. (In Russ.)

Electronic Resources

- See the video at: <https://edu.amc.ru/courses>
- Franklin Institute website [Electronic resource]. URL: <https://www.fi.edu/> (accessed 16.01.2020).

Lecture 2. How to Become “Healthy, Wealthy and Wise” – A Discussion of Dreams and Success in 19th-century American Literature

Just think of all the self-help and personal growth programs that have appeared in the past several years! There are spiritual development trainings, trainings on how to grow stronger and develop self-confidence, how to take control of your life, or simply personal development. There are a lot of names, but the essence is the same, and few stop to think that all these programs are just modern versions of the idea of self-help and self-development that arose in the 19th century, not without some help from America.

The concept of self-help was explained by Scotsman Samuel Smiles (1812–1904) in his book *Self-Help; with Illustrations of Character and Conduct* (1859). In his work, Smiles talks about the necessity of developing and maintaining moral purity in oneself, which must be combined with an active life, hard physical labor, a thirst for knowledge, and perseverance in accomplishing one’s goals. The book contained biographies of well-known European industrialists and inventors, whose entire lives were a testament to this postulate. Smiles showed that

Liberty is quite as much a moral as a political growth – the result of free individual action, energy, and independence. <...> It may be of comparatively little consequence how a man is governed from without, whilst everything depends upon how he governs himself from within¹³.

The book became a bestseller in America: the author’s thoughts accorded well with the American view of life, where everyone relied solely on himself. Even though most of the outstanding individuals described in Smiles’ work were British, the author did, in fact, neatly sum up the process of spiritual development taking place in America in the first half of the 19th century, in that to a great extent he shared American views on transcendentalism, the first national American philosophy. Transcendentalism, from the Latin *transcendens*, which

¹³ *Smiles S. Self-Help; with Illustrations of Character and Conduct* [Electronic resource]. URL: <https://oll.libertyfund.org/title/smiles-self-help-with-illustrations-of-character-and-conduct> (accessed 26.02.2020).

means “to move beyond”, can rightly be considered the philosophy of American individualism. This philosophy, formed by New England intellectuals (clerics, teachers, writers), incorporated many elements of German idealism, as well as Eastern philosophy, adapting them to the needs of American spiritual development.

The head of the Transcendentalists was Ralph Waldo Emerson (1803–1882), who presented this philosophical movement as an internal form of spirituality, which could be expressed in the language of poetry and the imagination. This is why there were so many writers among the Transcendentalists, including Nathaniel Hawthorne (1804–1864), author of *The Scarlet Letter*, and Henry David Thoreau (1817–1863), renowned for *Walden*; or, *Life in the Woods*, his book about his two-year stay in the woods. The great poet Walt Whitman (1819–1892) also shared his ideas on transcendentalism.

According to the Transcendentalists, the physical world of Nature is a reflection of the Divine. This means that man and his intellect are divine in their very essence; therefore it is imperative to concentrate on understanding one’s own thoughts, feelings and emotions as a reflection of the divine plan and predestination.

Transcendentalism promoted a new understanding of the individual, his connection to nature, society and the universe, and the importance of self-knowledge in the life of each person. This understanding of personality led to a new formula for American individualism within Transcendentalism – the doctrine of self-reliance. The basis for this doctrine is the idea that only man himself knows what he is capable of, but he cannot realize this until he tests himself. Emerson wrote:

Trust thyself; every heart vibrates to that iron string. Accept the place the divine providence has found for you, the society of your contemporaries, the connection of events¹⁴.

The philosophy of self-reliance, which was fully expounded in Emerson’s essay of the same name (“Self-Reliance,” 1841), means not only the transformation of the personality itself, but also political adherence to the ideals of democracy. Emerson was convinced that democracy provided the best environment for the active development of each individual. “The Self” became a central category in the life and activity of Americans. Important social movements and ideas deve-

¹⁴ Emerson R. Self-Reliance [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/16643/16643-h/16643-h.htm#SELF-RELIANCE.P82> (accessed 11.12.2019).

loped within Transcendentalism, glorifying the total freedom of the individual. First and foremost was abolitionism – the movement for the freedom of the slaves. Emerson tried in an eloquent and accessible form to explain the terrible essence and consequences of slavery:

I think we must get rid of slavery, or we must get rid of freedom. If you put a chain around the neck of a slave, the other end fastens itself around your own¹⁵.

The Transcendentalists also campaigned to give women more rights and freedoms. In his lectures, Emerson called on women to fight for their rights in education, property, political participation, and the life of the nation. He maintained that if women did not have the right to vote, they should not be taxed. It is no accident that the editor of *The Dial*, the journal of the Transcendentalists, was a woman – the talented journalist and literary critic Sarah Margaret Fuller Ossoli, known as Margaret Fuller, (1810–1850), renowned for her feminist work *Woman in the Nineteenth Century* (1843).

The Transcendentalists rejected any form of violence, and their favorite means of standing against the authorities was civil disobedience. The citizen’s right to peaceful protest was defended by Henry David Thoreau: in demonstrating the right of citizens to express their disagreement with the politics of the state, he himself refused to pay the poll tax. In this manner, he demonstrated his disagreement with the government’s policies regarding the War with Mexico (1846–1848), for which he was put in jail. On the basis of his own experience he developed the principle of civil disobedience in his tract *Civil Disobedience* (1849), in which Thoreau emphasized that citizens are obliged to peacefully oppose the force of the government so that this force would not become all-encompassing. It is Thoreau who promoted the idea of vegetarianism, which became popular in the 20th century. In his main work *Walden; or Life in the Woods* (1854), he writes:

No human being, past the thoughtless age of boyhood, will wantonly murder any creature which holds its life by the same tenure that he does¹⁶.

¹⁵ Address to the Citizens of Concord on the Fugitive Slave Law, 3 May 1851 // Sources: Houghton Library of Harvard University [Electronic resource]. URL: <http://emerson.tamu.edu/content/address-citizens-concord-fugitive-slave-law-3-may-1851> (accessed 19.11.2019).

¹⁶ *Thoreau H.D.* *Walden; or, Life in the Woods* [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/205/205-h/205-h.htm> (accessed 21.11.2019).

For Thoreau, the decision not to eat meat is the beginning of spiritual transformation.

Later, the ideas of Transcendentalism would find a hold not only in America, but all over the world. Transcendentalism inspired such different individuals as L.N. Tolstoy and Mahatma Gandhi.

In the first half of the 19th century, social and philosophical concepts were developed affirming the American national character as that of the self-made man, relying only on himself, on his "I". It is especially important to note that this reliance on oneself and on individualism did not mean promoting an egoistic attitude towards life. On the contrary, it was an attempt to affirm the creative nature of man, capable of changing his own world for the better, thereby making the whole world a better place.

This was during the presidency of Andrew Jackson, whose name is given to an entire decade in the country's history, and who is considered the hero of his time. His administration, which lasted from 1829–1837, was a period of socio-economic and political reform in the U.S. He was born into a humble family, but, thanks to his own determination, received a good legal education and pursued a successful career as a lawyer, then as an entrepreneur and later as a plantation owner. During the Anglo-American War of 1812, Jackson gained a reputation as a talented general, and finally turned to politics.

Jackson grew and became famous in the American West, spending a good part of his life among people who were building their futures with blood and sweat. He knew the life of the common man firsthand. To a large extent, this determined his future political creed. One of the main principles that guided Jackson was individual liberty and the sovereignty of peoples. He was convinced that no one had the right to interfere in the life of an individual or a community of individuals if their activities were not against the law.

The first half of the 19th century in the U.S. were the years of the Industrial Revolution and rapid westward expansion, with more and more Americans on the move in search of new lands to settle. The purchase of the Louisiana territory from France in 1803 almost doubled the size of the country. In the Northeast, factories were springing up and farming was developing at a lively pace. Immigration from Europe also increased, with 2,45 million new Americans arriving in the U.S. between 1820 and 1850. From 1800 through 1860, the country's population increased by more than one-third every ten years. Cheap land, and the chance to start one's own enterprise with few competitors, prompted people to move to the new territories, which led to the construction and rapid development of new cities. New names appeared on the map: Chicago (1803), Astoria (1811), Montgomery

(1819), Indianapolis (1821), Tallahassee (1824), Milwaukee (1833), and many others.

The American city is a special organism, characterized by scale, diversity, fluidity, volatility, and movement. The cities did not present clear class barriers that could get in the way of young entrepreneurs. As Henry James (1843–1916) wrote in his novella *Daisy Miller* (1876), Europeans were shocked by the fact that the courier employed by Daisy’s family had dinner with them. This atmosphere fostered initiative and an entrepreneurial spirit; the concept of the “self-made man”, which stemmed from Enlightenment ideas of respectable labor, gained a whole new shade of meaning in the Age of Jackson.

It was in these new cities that the first American businessmen appeared. The term “businessman” itself existed in the 17th century, but did not enjoy wide use until the first decade of the 19th century, in America. The first American businessmen were fundamentally different from the European men of commerce, such as those in the works of Charles Dickens. U.S. businessmen were not just working to line their pockets, they were working for the common good. The money they made from their enterprises went into construction and the development of cities. The early American businessman was an enthusiast who believed in combining social interests with his personal prosperity.

Newspapers and magazines in the first half of the 19th century are full of tales of successful people; the image of the businessman became popular, embodying the qualities important to America at the time: individualism, boldness, a keen mind, and an entrepreneurial spirit. Stories of men like William B. Ogden (1805–1877), who became a railroad magnate and the first mayor of Chicago, or Daniel Drake (1785–1852), a talented doctor who helped to establish the Medical College of Ohio in Cincinnati, served as examples to others.

The turning point in the formation of the American character and its relationship to the country came during the Civil War (1861–1865). America had long tried to maintain a balance between two different socio-economic systems: the free, industrializing North, and the slave-owning, agrarian South. This clash of interests was obvious very early on, from the signing of the Constitution in the 18th century, but as a result of a whole series of events in the first half of the 19th century (the spread of abolitionism; Nat Turner’s slave rebellion in 1831; the expansion of slavery into the new territories after the annexation of Texas in 1845; *the Fugitive Slave Act* of 1850, which required that all escaped slaves be returned to their masters, and which mandated harsh punishment not only for the runaways, but for those who assisted them; etc.), the conflict grew into armed confrontation. The South

was defeated, slavery was abolished, and the U.S. entered the final phase of its national formation.

This stage was characterized by unprecedented economic growth, on the one hand, with President Abraham Lincoln's economic program providing the basis. Lincoln paid attention to the development of the banking business, telegraph, and railroads, and after the war, major national projects began, such as the construction of the transcontinental railroad. Wages rose sharply, and a new wealthy class was formed by those favored by fortune during this stage of intense entrepreneurial activity.

On the other hand, the country was mired in corruption scandals, when enormous fortunes were accumulated through less than ethical means. The American cultural elite was divided in its attitude towards these changes in society, but more often than not they were pessimistic about the modern era. Take, for example, the view of Ulysses S. Grant (1822–1885) expressed by Henry Brooks Adams (1838–1918), grandson of one American president and great-grandson of another. In Adams' opinion, Grant's presidency (1869–1877) was an argument against evolution: "The progress of evolution from President Washington to President Grant, was alone evidence enough to upset Darwin", he wrote in his autobiography¹⁷. Walt Whitman, the bard of American democracy, was also disappointed in the way things were going, as he made clear in his essay *Democratic Vistas*:

The depravity of the business classes of our country is not less than has been supposed, but infinitely greater. The official services of America... in all their branches and departments, except the judiciary, are saturated in corruption, bribery, falsehood, mal-administration... <...> The great cities reek with respectable as much as nonrespectable robbery and scoundrelism. In fashionable life, flippancy, tepid amours, weak infidelism, small aims, or no aims at all, only to kill time. In business, (this all-devouring modern word, business,) the one sole object is, by any means, pecuniary gain. <...> ...money-making is our magician's serpent, remaining to-day sole master of the field¹⁸.

Writer and literary critic William Dean Howells (1837–1920) lent his voice to the negative chorus on business and businessmen in his novel *The Rise of Silas Lapham*, (1885). The book tells a rags-to-riches story in which a simple family is transformed into nouveaux

¹⁷ Adams H. Education of Henry Adams: An Autobiography. In 2 vols. New York, 1964. Vol. 2. P. 34.

¹⁸ Whitman W. Democratic Vistas. Washington, 1871. P. 12.

riches. Their aristocratic airs are comical, and their unbridled vanity leads to the loss of their fortune and a return to their humble status.

It is no accident that the final third of the 19th century was crowned with the surprisingly accurate term “The Gilded Age” – an ironic take on the traditional image of a Golden Age. The name was invented by Mark Twain (born Samuel Langhorne Clemens, 1835–1910), in his novel *The Gilded Age: A Tale of Today* (1873), the great writer’s first major work, written in conjunction with Charles Dudley Warner, (1829–1900). The character of Senator Dillworthy personifies a new type of politician, for whom the ends justify the means, no matter what moral detours he must take to get there. This cynic has a good grasp of business, and knows the rules of the entrepreneurial world: “The business prosperity of the world, is only a bubble of credit and speculation”, he said. For Mark Twain, Congress is just a group of unprincipled swindlers plundering the government treasury, like the delegate from a distant territory, who “was recognized as the first man of his commonwealth and its fittest representative”. As Twain puts it:

The Hon. Higgins had not come to serve his country in Washington for nothing. The appropriation which he had engineered through Congress for the maintenance of the Indians in his Territory, would have made all those savages rich if it had ever got to them¹⁹.

This same novel creates the prototype of the man of fortune, striving for the American Dream. This was the character Colonel Beriah Sellers, a good-natured bumbler, endlessly inventing schemes to make mountains of gold, but not harsh or cynical enough to make them happen. Beriah Sellers was one of Mark Twain’s first heroes; much later, in 1905, he remembered his creation with irony:

Sixty years ago optimist and fool were not synonymous terms. This is a greater change than that wrought by science and invention. It is the mightiest change that was ever wrought in the world in any sixty years since creation²⁰.

The Gilded Age was an important turning point in the view of the American Dream and the Self-Made Man. The polarity of views

¹⁹ *Twain M., Warner Ch.* The Gilded Age [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/3178/3178-h/3178-h.htm> (accessed 27.01.2020).

²⁰ *Twain M.* Notebooks, 1865–1905 [Electronic resource]. URL: https://archive.org/stream/MarkTwainsNotebook/MarkTwainsNotebook_djvu.txt (accessed 20.11.2019).

was expressed most sharply in a literary clash between Mark Twain and Horatio Alger (1832–1899), conducted both long-distance and face-to-face. Alger was one of the foremost embodiments of the American Dream and the self-made man, the author of several rags-to-riches novels whose titles speak for themselves: *Fame and Fortune* (1868), *Mark the Match Boy* (1869), *Ben the Luggage Boy* (1870), *From Canal Boy to President* (1881), *From Farm Boy to Senator* (1882), *Abraham Lincoln, the Backwoods Boy* (1883), etc.

His books boiled down to an extended, detailed recipe for success, of the type suggested by Benjamin Franklin. Alger attained fame in 1867 with his first major novel, *Ragged Dick; or, Street Life in New York with the Boot Blacks*. The novel takes place entirely on the streets of New York City, where the novel's hero, Dick, who taught himself reading, writing and arithmetic, gradually transforms from a vagabond into a respected member of society. New York is portrayed from the main hero's point of view: it is a city divided between the rich and successful and those who live in dire poverty. Dick is not simply poor: he is a beggar, as we understand from the very beginning of the novel.

His bedchamber had been a wooden box half full of straw, on which the young bootblack had reposed his weary limbs, and slept as soundly as if it had been a bed of down²¹.

Dick is not resigned to his fate, however; he studies people who had been poor, but who had achieved success. They are now ready to help boys like they themselves had been. For example, the owner of a bookstore had once been a newspaper delivery boy, but due to honest, hard work, became a wealthy gentleman. Dick is poor, but he is surrounded by successful people, which gives him faith that all he has to do is try and he will make it, becoming a respectable member of society.

Alger devotes special attention to the hero's moment of awakening, when he reexamines his life and realizes that he has been wasting his time. Alger wants to emphasize that the main thing is to want change, to take that first step, and never stop listening to your inner voice. Alger's main task is to inspire children who read the book to make changes in their own lives; he wants to show them how easy it is to create one's own life, to be more responsible. This is why Alger does not show us Dick's entire destiny, but concentrates on one day, on one

²¹ Alger H. *The Ragged Dick, or The Street Life of New York with the Boot-Blacks*. New York, 2009. P. 5.

act that serves as the impetus for all of the positive changes in Dick’s life. Right from the start, Alger points out Dick’s superiority over the other boys, giving him many positive traits. Like Charles Dickens, Alger does not explain how Dick managed to stay kind and honest in the company of street urchins. He paints him as a model child, generous and full of optimism, friendly, honest, and brave. He is an exemplary hero, the embodiment of Franklin’s famous virtues, as expressed in his immortal aphorisms: “Early to bed, early to rise, makes a man healthy, wealthy and wise!” or “It is easier to prevent bad habits than to break them”.

The obvious moral of Horatio Alger’s novels is: listen to your conscience and you will be happy. For Alger, material prosperity and success are inextricably linked to moral upbringing. The main goal of his texts is to set a good example, to inspire, to make young people believe in their own strength and to give them hope that their lives can follow the path of his heroes.

Alger’s novels were hugely successful, and gave rise to the “Horatio Alger myth”, in which the main themes were optimism, success, possibility and hope. This myth is a reflection of the American Dream, and the faith in the possibilities that America offers.

However, Alger’s novels, which have little literary merit, prompted sharp criticism from major wordsmiths, who dismissed the tradition of moralistic novels in American literature. Thomas Bailey Aldrich (1836–1907), for example, first established the tradition of mocking the “good boys” from Alger’s novels and Sunday school books in his semiautobiographical novel with the provocative title

The Story of a Bad Boy (1870). His Tom Bailey is not exactly a model of good behavior: he dreams of travel and adventure, and even prepares for life on an island, but when his father dies, he grows up fast and gets to work.

Mark Twain continued and refined this initiative. In the mid-1870s Twain created a parody of Alger’s novels, turning their preachy theme on its head: *The Story of the Bad Little Boy* (1875) and *The Story of the Good Little Boy* (1875). With immense irony, in a style approaching black humor, Twain shows that real life has little to do with Ben Franklin’s ideal. The “bad little boy”, who disdains decency and morals, has great success in all his illegal endeavors. When Jim, the “bad little boy”, goes to steal an apple,

...the limb didn’t break, and he didn’t fall and break his arm, and get torn by the farmer’s great dog, and then languish on a sick bed for weeks, and repent and become good. Oh! no; he stole as many apples as he wanted and came down all right; and he was all ready for the dog

too, and knocked him endways with a brick when he came to tear him. It was very strange... <...> Nothing like it in any of the Sunday-school books... And he grew up, and married, and raised a large family, and brained them all with an axe one night, and got wealthy by all manner of cheating and rascality; and now he is the infernalst wickedest scoundrel in his native village, and is universally respected, and belongs to the Legislature²².

The story of “the good little boy”, by contrast, is a pompous depiction of good deeds and the expectation of reward, but our hero keeps getting into nasty situations that the original genre never included:

He always obeyed his parents, no matter how absurd and unreasonable their demands were; and he always learned his book, and never was late at Sabbath-school. He would not play hookey, even when his sober judgment told him it was the most profitable thing he could do... But somehow nothing ever went right with this good little boy; nothing ever turned out with him the way it turned out with the good little boys in the books. They always had a good time, and the bad boys had the broken legs; but in his case there was a screw loose somewhere; and it all happened just the other way. When he found Jim Blake stealing apples, and went under the tree to read to him about the bad little boy who fell out of a neighbor’s apple-tree and broke his arm, Jim fell out of the tree too, but he fell on him, and broke his arm, and Jim wasn’t hurt at all²³.

It is important to note that Mark Twain was not just making fun of novels like Alger’s, he was making fun of the very basis for those books – Ben Franklin’s virtuous ideal. Back in 1870, he had written a humorous pamphlet “The Late Benjamin Franklin,” in which he ridiculed the great enlightener’s most famous aphorisms, as well as those who tried to follow his teachings blindly, and to bring up their children by them:

With a malevolence which is without parallel in history, he would work all day and then sit up nights and let on to be studying algebra by the light of a smouldering fire, so that all other boys might have to do that also or else have Benjamin Franklin thrown up to them. Not

²² Twain M. The Story of the Bad Boy [Electronic resource]. URL: <https://linguabooster.com/en/en/book/the-story-of-the-bad-little-boy#page-3> (accessed 15.11.2019).

²³ Twain M. The Story of the Good Boy [Electronic resource]. URL: https://shortstoryamerica.com/pdf_classics/twain_goodboy.pdf (accessed 15.11.2019).

satisfied with these proceedings, he had a fashion of living wholly on bread and water, and studying astronomy at meal time – a thing which has brought affliction to millions of boys since, whose fathers had read Franklin’s pernicious biography. His maxims were full of animosity toward boys. Nowadays a boy cannot follow out a single natural instinct without tumbling over some of those everlasting aphorisms and hearing from Franklin on the spot... If he wants to spin his top when he is done work, his father quotes, “Procrastination is the thief of time”. If he does a virtuous action, he never gets anything for it, because “Virtue is its own reward”. And that boy is hounded to death and robbed of his natural rest, because Franklin said once in one of his inspired flights of malignity – Early to bed and early to rise Make a man healthy and wealthy and wise. As if it were any object to a boy to be healthy and wealthy and wise on such terms²⁴.

This pamphlet, along with the stories of the good and bad little boys, full of wit and irony, were, in a sense, the prologue to *The Adventures of Tom Sawyer* (1876), the very opposite of sickly sweet stories about virtuous little boys who attain success in life through their good conduct. Tom is a naughty boy, who hates pompous, virtuous people and exemplary boys. He is able to turn his gray, monotonous life into an interesting world full of mystery and adventure. He embodies the freedom of America, where all roads are open, and all dreams attainable.

In *Tom Sawyer*, Twain shows us that Franklin’s dogmatic rules of diligence and piety are against human nature. His Tom Sawyer is a real American, who relies only on the rules of Nature, and displays genuine knowledge gained through experience. In Tom, life itself triumphs, free and bright. It is not virtuous people who help Tom force his friends to paint the fence in his place, and even get paid for it in marbles and firecrackers: it is his natural abilities. There is, of course, brilliant irony on the teachings of the great enlightener when Aunt Polly took Tom into the closet and selected a choice apple and delivered it to him, along with an improving lecture upon virtuous effort. But in reality it was exactly the opposite: it was not Tom’s labor, but his wits that put him on the path to success.

Mark Twain uses irony in his works to belittle and refute the idea that only good, honest work can bring success. He parodies the themes and characters in Alger’s novels to show that the widespread doctrine

²⁴ *Twain M.* The Late Benjamin Franklin [Electronic resource]. URL: <https://linguabooster.com/en/en/book/late-benjamin-franklin#page-2> (accessed 15.11.2019).

of success is groundless. He shows that the ideals of the Enlightenment do not fit the spirit of a different age, but his faith in Americans as uniquely energetic, who rely only on themselves, is unparalleled. This disconnect between ethics and reality signaled a new stage in the history of the American Dream and the possibilities of the self-made man. This discussion of the capabilities of Americans, of their character, distinguished by individual responsibility, ran through the entire 19th century. Self-reliance is the main thesis of this discussion, but at different stages of development the tone changed significantly, from unconditional faith in success as a reward for honest hard work and moral purity, to ironic doubt in the reliability of such assertions.

Further Reading

- Boorstin D.* The Americans: The National Experience, Toledo, OH, 1967.
- Harpster J.* The Railroad Tycoon Who Built Chicago: A Biography of William B. Ogden. Carbondale, 2009.
- History of American Literature: In 6 vols. / Ed. by Ya.N. Zasursky, M. Korneva, E. Stetsenko. Vol. 5. Moscow, 2000. (In Russ.)
- Lerner M.* America as a Civilization, New York, 1957.
- Making America. The Society and Culture in the USA. Washington, 1992.
- Osipova E.F.* Henry Thoreau. A Sketch of his Works. Leningrad, 1985. (In Russ.)
- Osipova E.F.* Ralph Waldo Emerson: The Writer and his Time. Leningrad, 1991. (In Russ.)
- Osipova, E.F.* Ralph Emerson and American Romanticism, St. Petersburg, 2001. (In Russ.)
- Tebbel J.* From Rags to Riches. Horatio Alger Jr. and the American Dream / Ed. by R.A. Kaseler. New York, 1963.
- Zverev A.M.* The World of Mark Twain. Moscow, 1985. (In Russ.)

Electronic Resource

See the video at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 3. Coming into the 20th Century: The American Dream as American Tragedy

“The American Dream may be slipping away. We have overcome such challenges before. To recover the Dream requires knowing where it came from, how it lasted so long and why it matters so much”, said Jon Meacham (b. 1969), a leading journalist and author of a series of biographies of American presidents²⁵.

Indeed, there has not been a single generation of American writers who have not addressed the American Dream in their work.

At the beginning of the 20th century, America saw heroes who had chased after the American Dream only to suffer a tragic destruction of their illusions. The philosophy of success based on the virtues of the Enlightenment period had started to crumble a bit at the end of the 19th century. This happened, not just because of changing economic conditions and new prospects for enrichment that opened up during the “Gilded Age” of the last third of the 19th century, but in large part due to the ironic treatment this philosophy received in the works of such writers as Mark Twain (Samuel Langhorne Clemens, 1835–1910).

It turned out that success came, not to those who worked hard and honestly, but to those who had the most daring and cunning, and who did not always worry too much about respectability. The turn of the century was a time of doubt in the belief that every single person in America could be successful. If success could be attained, what would it take? Could a person attain his dream with sacrificing along the way much of what makes a person human?

The turn of the century saw the release of a novel by Theodore Dreiser (1871–1945), *Sister Carrie* (1900), which was immediately banned for “unbridled obscenity”. Upright, decent America could not let its readers learn about a girl who attains success in ways that did not fit in with the strict moral code of the day: the heroine of the novel, Caroline Meeber, uses men without compunction; they become her “social elevators”. It is not so much the immoral conduct of the female

²⁵ Meacham J. Keeping the Dream Alive // Time. 2012. June 21 [Electronic resource]. URL: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2117662_2117682_2117680,00.html (accessed 19.02.2020).

character that shocked the public, though; it was that the writer, in all seriousness, without any of Mark Twain's irony, cast doubt on the very idea that the American Dream could be attained by just and honest means.

At the end of the novel, Dreiser discusses success – what it is and how to get there:

If honest labour be unremunerative and difficult to endure; if it be the long, long road which never reaches beauty, but wearies the feet and the heart; if the drag to follow beauty be such that one abandons the admired way, taking rather the despised path leading to her dreams quickly, who shall cast the first stone? Not evil, but longing for that which is better, more often directs the steps of the erring... <...> It is when the feet weary and hope seems vain that the heartaches and the longings arise. Know, then, that for you is neither surfeit nor content. In your rocking-chair, by your window dreaming, shall you long, alone. In your rocking-chair, by your window, shall you dream such happiness as you may never feel²⁶.

Dreiser knew what he was writing about first-hand. He, and Jack London, and F. Scott Fitzgerald – writers without whom it would be impossible to imagine the development of American society's attitude towards its founding social myth – knew very well what they were saying, since their own paths to success had been difficult. Theodore Dreiser, son of Czech-German immigrants, began his life in poverty, worked from a young age, and after the failure of *Sister Carrie*, his first novel, almost committed suicide. He came to terms with his failure, however, and, while working as an editor of women's magazines, began his writing career anew, becoming a famous author of major novels about social themes.

Jack London (1876–1916) tried a wide variety of professions during his short life. While still in school, he had to work as a newspaper seller, a bit later he worked at a canning factory, he was an oyster pirate and a sailor, a gold miner, and a reporter. He poured all this experience into the characters of his novels. It has never been determined whether he killed himself or whether it was an accident. The one sure thing is that he was working tirelessly at the end of his life, creating works that had little to do with great literature. He sold his talent and his dream, and, compromising his creative freedom, bankrupted himself as an artist.

²⁶ Dreiser T. *Sister Carrie* [Electronic resource]. URL: <https://cdn.fulltextarchive.com/wp-content/uploads/wp-advanced-pdf/1/Sister-Carrie-by-Theodore-Dreiser.pdf> . P. 338 (accessed 15.12.2019).

Francis Scott Key Fitzgerald did not have a difficult childhood; he was born into a relatively wealthy family, but he, too, saw his dreams of a rich and happy life destroyed. According to his friends, he was the embodiment of the American Dream – young, handsome, carefree, successful at a young age. It did not last long, however. Fitzgerald was unable to maintain his success; his entire life after his early rise was a tortuous, humiliating fall, which led to creative and financial ruin.

Of course, it was not just the authors' personal lives that made them write about the American Dream and the chances of attaining it. The 1900s, when America was entering a dynamic period of industrial and cultural maturity, forced people to be a lot more pragmatic about the virtues of the Enlightenment – a period when America had just begun to take shape.

The altruistic individualism of the builders of the new nation, which became the doctrine of self-reliance held by the American Romantics, gave way to a new type of American at the beginning of the 20th century – an enthusiast who worked primarily for his own prosperity. This turnaround was signaled by the first American millionaires. For example, Cornelius Vanderbilt (1794–1877), the transportation magnate, expressed his credo thus:

I have always served the public to the best of my ability. Why? Because, like every other man, it is to my interest to do so²⁷.

The beginning of the 20th century saw a split between the American Dream as a social and ethical ideal, which had already become a national myth, and the methods by which it was attained. It was this split that served as the basis for the perception of the American Dream as a drama that was constantly playing out on the American real-life stage. It is a drama that has been interpreted by various writers from various points of view.

In his novel *Martin Eden* (1909) Jack London, who was at the same time a participant in and an observer of the American Dream, used his own life experiences to create a powerful image of an individualist-enthusiast who wasted his life chasing after fortune. The hero of the novel, Martin Eden, like the author himself, trod the path from poverty to the heights of the American bourgeoisie. Strong in body and spirit, he withstands all adversities, but is defenseless against Ruth, a refined, somewhat frail upper-class beauty.

²⁷ Cornelius Vanderbilt Quotes [Electronic resource]. URL: https://www.brainyquote.com/quotes/cornelius_vanderbilt_618009# (accessed 14.10.2019).

Ruth is the embodiment of Eden's dream, and his love for her becomes a powerful stimulus for his future course in life. He believes in himself, believes that if he works long and hard, he will attain his goal, he will become rich and famous, will win the heart of his beloved and be happy. Eden gives up a lot to become a famous writer, but at first all publishers reject him, and Ruth also turns away.

Martin does reach his goal: he becomes rich and popular, and everyone who had rejected him now tries to have the fashionable writer as a guest. Is he happy? It turns out that in chasing after happiness, which he thinks is riches and recognition, he has lost his taste for life. When Martin finally receives the first copies of his collection of short stories,

...a heavy sadness fell upon him. He thought of the wild delight that would have been his had this happened a few short months before, and he contrasted that delight that should have been with his present uncaring coldness. His book, his first book, and his pulse had not gone up a fraction of a beat, and he was only sad. It meant little to him now. The most it meant was that it might bring some money, and little enough did he care for money²⁸.

Losing his taste for life, Eden loses his creative energy; the only way out of this gray and empty life was suicide: "Life worried and bored him, and time was a vexation"²⁹.

Jack London approached the problem of the American Dream from the point of view of its individualistic character, and creates a fairly sad portrait of the lonely hero. The full realization of this loneliness becomes an unbearable burden, even with material wealth. Jack London's American Dream is clearly tied to the drama of human life.

This idea of the American Dream as a tragedy, but much more clearly formulated, was the main theme of Theodore Dreiser's novel *An American Tragedy*. This novel, just like the famous work of F. Scott Fitzgerald, *The Great Gatsby*, came out in 1925, when America was at the height of its prosperity, or, as Fitzgerald was later to call it, "the Jazz Age". As a result of the First World War, the United States had reached unprecedented economic growth, but that success was accompanied by the destruction of sacred truths and a re-examination of values.

²⁸ *London J.* Martin Iden [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/1056/1056-h/1056-h.htm#chap43> (accessed 16.11.2019).

²⁹ *Ibid.*

Dreiser's view of the American Dream as a tragedy was based on a close examination of what had happened to America and its moral basis from the point of view of Christianity. This was where the American Dream had begun. The story revolves around a young man, Clyde Griffiths, who dreams of breaking out of the miserable grey life he is leading with his family, street missionaries who bring up their children in strictness and in faith.

Clyde is crushed by

...the home life of which this boy found himself a part and the various contacts, material and psychic, which thus far had been his, did not tend to convince him of the reality and force of all that his mother and father seemed so certainly to believe and say³⁰.

At first, he goes to work as a bellhop at a luxury hotel, where the very air seemed permeated with riches, then he becomes a supervisor at a shirt-collar factory owned by his uncle.

There he meets the young Roberta, who sees Clyde as the embodiment of her dream of the good life. But Clyde has met Sondra: young, beautiful and deliriously wealthy. Sondra becomes infatuated with him, and it seems that Clyde is on the verge of success, but Roberta begins to blackmail him with her pregnancy. In his attempt to remove an obstacle to his dream of a rich life with Sondra, Clyde thinks about killing Roberta, but Roberta falls in the water all by herself, and Clyde does nothing to save her.

Roberta's death puts Clyde in the electric chair. So ends the tale of a young man who single-mindedly pursues success. It is noteworthy that the story is based on a real case – the murder at a lake of a young woman, Grace Brown, by Chester Ellsworth Gillette, 1883–1908. The fate of this young man forms the basic plotline of *An American Tragedy*: religious parents, work at an uncle's factory, a sexual entanglement with Grace, and a romance with the wealthy Harriet Benedict, the murder of Grace at the lake, and execution by electric chair.

It is not the tragic subject that makes this story into a cautionary tale of American life. It is more the inevitable recurrence of it. In fact, there were 15 similar cases in the U.S. at the time. Dreiser took the story and molded it into a shockingly exact framework, designed to underscore the inevitability of the tragedy. The novel begins and ends with almost the same scene – the Griffiths family standing on the street, singing psalms while passersby hurry past on business, ignoring their calls to buy religious pamphlets. It is im-

³⁰ Dreiser T. *An American Tragedy*. New York, 1963. P. 17.

portant that in both frames there is a boy – in the first it is Clyde, in the second it is the son of Clyde’s sister – who has run away from home. Both boys are trying to escape this unprepossessing group. History repeats itself almost word for word, the only difference being that in the first instance 27 passersby look at the brochures, while in the second it is only 11.

The tragedy of the American Dream for Dreiser is that America has lost the Christian values with which it began, replacing them with material wealth, to be gained at any cost. Right before he dies, Clyde comes to the realization that faith is necessary:

In the shadow of the Valley of Death it is my desire to do everything that would remove any doubt as to my having found Jesus Christ, the personal Savior and unfailing friend. My one regret at this time is that I have not given Him the preeminence in my life while I had the opportunity to work for Him. If I could only say some one thing that would draw young men to Him I would deem it the greatest privilege ever granted me. <...> If the young men of this country could only know the joy and pleasure of a Christian life, I know they would do all in their power to become earnest, active Christians, and would strive to live as Christ would have them live³¹.

Dreiser makes it clear in his novel that in chasing success, a person loses his moral compass; when the desired goal is in sight, no one worries about the means. It is this relentless race that turns not only Clyde into a murderer, but the prosecutor Mason as well. He dreams of becoming the district attorney, and Clyde’s conviction could be a turning point in his career. Even though he knows that one piece of evidence – Roberta’s hair on Clyde’s camera – was planted, he uses it and thereby seals the young man’s fate.

The picture painted by Dreiser colors the American Dream in dark, somber tones. The hopelessness of the struggle for success – the loss of faith and morals – turns the dream into a genuine tragedy.

The great American playwright Eugene O’Neill (1888–1953) held a similar point of view. In his famous play *Desire Under the Elms*, (1925), he tells the story of Abbie, a country girl yearning for happiness, which for her is love and a home of her own. She wants to prove to the man she loves that her child is not her way of laying claim to some land, so... she kills her own son. This horrific crime in O’Neill’s interpretation is not just a crime of passion, it is crime born of a passionate desire to be happy. It is not Abbie’s fault that the issue of land

³¹ Dreiser T. *An American Tragedy*. P. 867.

ownership forces her to commit a terrible crime. Her desire, her dream, kill everything human in her; that is the great tragedy of this ordinary American girl.

Not as somber, but just as dramatic is F. Scott Fitzgerald's version of the American Dream. In his first novel *This Side of Paradise*, (1920) Fitzgerald declares that the new generation has found "all Gods dead, all wars fought, and all faiths in man shaken" and that for them the only thing left is "fear of poverty and the worship of success". Fitzgerald is generally considered the most brilliant expression of the spirit of the post-war era. He, like many young men of the time, was, in the words of a contemporary "deafened by explosions without ever having visited the front lines". The feeling of an irreversible dissolution of connections, and a crisis of traditional values was heightened for this group, which American writer Gertrude Stein (1874–1946) called "the Lost Generation".

The mood of this generation, living only for today, for transitory pleasures, is clearly expressed in the novel *The Great Gatsby*, an elegant and subtle work that with unusual depth exposes the essence of the American Dream and its place in the national consciousness. This mood is summed up by the description of a party at Jay Gatsby's home: "In his blue gardens men and girls came and went like moths among the whisperings and the champagne and the stars"³².

The feverish atmosphere of the Jazz Age is conveyed by Fitzgerald with near documentary exactness: detailed descriptions of the interiors of houses and cars, mentions of the musical compositions of the time bring to life the world in which the story's heroes live, with a tangible reality. Some characters are taken from life, like, for example, Meyer Wolfsheim, a minor character who takes care of Daisy's affairs. He is the notorious Arnold Rothstein (1882–1928), one of those who turned a criminal gang into a real corporation. Rothstein was a gambler who was the first in the U.S. to touch the holy of holies: baseball. He bribed players from the Chicago White Sox on the eve of a decisive match in 1919 (the "Black Sox Scandal").

The novel's hero – Jay Gatsby – has a contradictory nature, just like the American Dream that created him. On one hand, he is a romantic, who believes in love and tries to win it. He is sensitive and he suffers. On the other hand, he is a cold-hearted businessman, a bootlegger (a slang term meaning "underground merchant"), who made a fortune selling alcohol during Prohibition (a ban on the sale, pro-

³² *Fitzgerald F.S.* *The Great Gatsby*. Ch. 3 [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/64317/64317-h/64317-h.htm> (accessed 20.11.2019).

duction and transport of alcohol, which was in effect in the U.S. from 1919 until 1933). In a word, he is a hero who combines the romanticism of the dream with the pragmatism of achieving it, a theme that Fitzgerald's predecessors had also explored. Mark Twain, for example, touched on this in his brilliant parodies on the upstanding characters from the novels of Horatio Alger (1832–1899), who paved the way for their success by good, honest hard work.

The attentive reader will see in *Gatsby* a clear reference to two writers from an earlier generation. Just as Mark Twain mocks Benjamin Franklin's teachings on Virtue in his pamphlet *The Late Benjamin Franklin*, (1870), Fitzgerald ironically belittles the self-improvement program of this great American. *Gatsby's* father, who comes to his son's funeral, shows Nick Carraway an old copy of Hopalong Cassidy as proof that his son's unusual talents had been obvious even in early childhood. *Gatsby* had loved the book when he was a child, and on the title page he had written his "Schedule":

Rise from bed	6,00 a.m.
Dumbbell exercise and wall-scaling	6,15–6,30 "
Study electricity, etc.	7,15–8,15 "
Work	8,30–4,30 p.m.
Baseball and sports	4,30–5,00 "
Practice elocution, poise and how to attain it. . . .	5,00–6,00 "
Study needed inventions	7,00–9,00 "

General Resolves

- No wasting time at Shafters or [a name, indecipherable]
- No more smokeing or chewing.
- Bath every other day
- Read one improving book or magazine per week
- Save \$5,00 [crossed out] \$3,00 per week
- Be better to parents³³

General Resolves No wasting time at Shafters or [a name, indecipherable] No more smoking or chewing Bath every other day Read one improving book or magazine per week Save \$5,00 {crossed out} \$3,00 per week Be better to parents.

This brilliant parody on Benjamin Franklin's program for self-improvement is all the more expressive for having been written in a

³³ *Fitzgerald F.S.* Op. cit. Ch. 9.

book about Hopalong Cassidy, a fictional cowboy and the hero of stories by Clarence Edward Mulford (1883–1956). Mulford gave his hero a cruel and vicious character. Fitzgerald shows us the combination of two incompatible moral codes: the cowboy hero and the little boy who is trying, so naively, to live up to Franklin's commandments. The paradox of these moral codes is what, in Fitzgerald's view, gives rise to the drama of the American Dream.

From Fitzgerald's point of view, the American Dream, like any dream, is a natural part of man's spiritual life. The reality, however, will never match up to the Dream itself. It's no accident that Gatsby, when he finally meets his beloved Daisy, seems a bit lost,

...as though a faint doubt had occurred to him as to the quality of his present happiness. <...> Daisy tumbled short of his dreams...³⁴

It is Fitzgerald's novel that gives us perhaps the most exact, the most comprehensive, the most ambiguous definition of the American Dream, which is at the same time a great American treasure, a great disappointment and a great drama:

Gatsby believed in the green light, the orgiastic future that year by year recedes before us. It eluded us then, but that's no matter – tomorrow we will run faster, stretch out our arms farther... <...> And one fine morning – So we beat on, boats against the current, borne back ceaselessly into the past³⁵.

There is almost no major writer in American literature of the first half of the 20th century who did not touch on the American Dream and try to determine whether it was a curse or a blessing for the American nation. John Steinbeck (1902–1968), for example, in his novella *Of Mice and Men*, describes two vagrants who dream about owning a piece of land, but they can never manage it. And in his significant epic canvas of the fate of American farmers in *The Grapes of Wrath* (1939), where farmers lose their land, he also talks about the ephemeral, elusive nature of the American Dream.

Nathanael West (born Nathan Wallenstein Weinstein, 1903–1940), in his famous novel *Day of the Locust*, (1939) uses Hollywood to discuss the ephemeral nature of the American Dream. Grotesque situations and grotesque heroes in the world of artificial blondes, cockfights, and tasteless glamor show the absolute spiritual impoverishment, alienation, and despair of people who chase after the American Dream.

³⁴ Ibid. Ch. 5.

³⁵ Ibid. Ch. 9.

In the novels of the first half of the 20th century, we can already see the path that American literature will take in the years after the Second World War, when the American Dream is seen as a great social myth which both delights and horrifies by the way it affects human lives. The drama of the American Dream, whether it is the individualism of Jack London, the abandonment of Christian values in Theodore Dreiser, or the unattainability of the romantic ideal with Fitzgerald, will lead more and more often to thoughts of the incompatibility of moral values with material success.

Perhaps no one better than William Faulkner (1897–1962) summed up the development of the American Dream from its inception to the second half of the 20th century. This is the tone in which American literature continues to speak about the American Dream to the present day:

THIS was the American Dream: a sanctuary on the earth for individual man... <...> ...the individual men and women who said as with one simultaneous voice: We will establish a new land where man can assume that every individual man – not the mass of men but individual men – has inalienable right to individual dignity and freedom within a fabric of individual courage and honorable work and mutual responsibility. We did not live in the dream: we lived the Dream itself, just as we do not merely live in air and climate, but we live Air and Climate; we ourselves individually representative of the Dream... <...> Then we lost it... <...> It is gone now³⁶.

Further Reading

- Allen W.* Tradition and Dream: A Critical Overview of English and American Prose from the 1920s to the Present. New York, 1986.
History of American Literature in 6 volumes / Ed. by Ya.N. Zasursky, M. Korneva, E. Stetsenko. Vol. 4. Moscow, 2000. (In Russ.)
Zverev A.M. American Tragedy and American Dream (On the Problem of National Ideo-Artistic Identity in U.S. Literature), U.S. 20th Century Literature. Experiment in typological research. Moscow, 1978. (In Russ.)

Electronic Resource

See the video at: <https://edu.amc.ru/courses>

³⁶ *Faulkner W.* On Privacy: The American Dream, What Happened to It [Electronic resource]. URL: https://alina_stefanescu.typepad.com/files/on-privacy-by-faulkner-harpers.pdf (accessed 20.11.2019).

Lecture 4. The Many Faces of the American Dream

The American Dream is a unique phenomenon in a country whose founding principle is the affirmation of equal rights for all and the support of every person's pursuit of happiness. The Dream has evolved through a series of stages – from an unquestioning faith in the possibility of attaining it to doubts and even the rejection of such a possibility.

One of the questions that Americans are asking more and more often is whether it is time to give up this endless quest for the American Dream. Is it time to give it up once and for all? The financial expert Robert Graham, author of *Job Killers: The American Dream in Reverse*, (2010) writes:

In all my years of experience as a business/political leader, I've seen the American Dream slowly but surely erode for most American families. There were days in America when a family could prosper from only one income and could depend on consistent work to provide a roof over our heads, a yard for our children and a safe neighborhood to come home to each evening. Those days are now disappearing right before our eyes³⁷.

This fairly pessimistic attitude towards what is all but the main American ideological pillar is not just the result of many authors' reflections on the economic and cultural challenges of modernity; it is, in its own way, the distillation of an intensive discussion of the American Dream in the literature of the second half of the 20th century. In the half-century following World War II, the attitude towards the American Dream underwent many changes in the U.S. in reaction to the cultural-historical dynamic.

Immediately after World War II and right up until the mid-1960s, America was flourishing. The economy was booming, resulting in higher salaries and economic prosperity. That was when the Ame-

³⁷ *Graham R.S.* Job Killers. The American Dream in Reverse: How Labor Unions are Destroying American Jobs and the Economy. Paradise Valley, 2010. P. II.

rican Dream for most citizens meant a lovely, well-kept house with a garden and a car, home to a happy, beautiful wife, and happy, pink-cheeked kids waiting for their successful Dad to come home from work to dinner on the table. In the 1950s, around two million homes were built every year for families just like this. Television shows enthusiastically promoted this lifestyle, where the American Dream was embodied in a house. Such programs as *Father Knows Best*, (from October 1954 to May 1960) and *The Donna Reed Show*, (from September 1958 to March 1966) presented the ideal American life in all its glory, reinforcing the conviction that having the same as everyone else was the sign of success and happiness.

On the other hand, the years of economic boom were extremely unstable and alarming in the social and foreign policy spheres. The start of the Cold War, McCarthyism (a movement in the U.S. at the end of the 1940s–1950s aimed at the Communist threat and the spread of leftist ideas, named for the senator who initiated it, Joseph Raymond McCarthy), the Korean War (1950–1953), and the Vietnam War (1965–1975), the assassination of black minister and activist Martin Luther King Jr., the civil rights movement – all of this led to a rejection of the idealized image of a flourishing, self-satisfied society. One of the leaders of the African-American civil rights movement, Malcom X, in a 1964 speech expressed a very strong attitude towards the American Dream, viewing it, in his own definition,

...as a victim of America's so-called democracy. You and I have never seen democracy – all we've seen is hypocrisy. <...> We don't see any American dream. We've experienced only the American nightmare³⁸.

The literature of this period is obsessed with the American Dream. It may be the period of the most intense discussions of the American Dream in all of U.S. literature. One might say that it was playwright Arthur Miller who began this long and difficult conversation in his famous drama *Death of a Salesman*, 1949. The tragedy of Willy Loman, the little guy, who spends his whole life striving for success but is unable to achieve it, became a vivid protest against a world that promotes a model of success as the only acceptable way to be a real American.

It's as if Loman is caught in the space between dream and reality, just as his small house is caught between skyscrapers. He had golden

³⁸ *Malcolm X*. The Ballot or The Bullet [Electronic edition]. URL: <https://www.inkshed.dk/2020/02/24/american-dream-american-nightmare> (accessed 25.09.2019).

hands, but, as his son Biff put it, he never really understood what he was. Instead of being a simple worker, he wanted a job that gave him greater prestige in the eyes of society. Willy believed that the job of a salesman, who tries to please everybody in order to sell a product, is the ideal life for a real American.

These false ideals are obvious to Biff. But his other son, Happy, is intent on carrying on in his father's footsteps:

I'm gonna show you and everybody else that Willy Loman did not die in vain. He had a good dream. It's the only dream you can have – to come out number-one man. He fought it out here, and this is where I'm gonna win it for him³⁹.

The theme of the race for success as an important motif in the American national myth is portrayed through all of the main characters in the play. Miller shows the hopelessness and futility of the passion for success that had taken hold of America. That is the message of the dramatic scene when Willy Loman plants seeds in his garden before his suicide, complaining fretfully that the soil has become infertile.

But the seeds of protest against the American Dream planted in the soil by the post-War generation brought a rich harvest. They blossomed lavishly in the art and philosophy of the writers of the 1950s and 1960s. The first to appear were the writers of the “beat generation,” who were trying to escape from the Dream in its present state and find it anew, unsullied, free from the material world.

There are many versions of how the term itself came into usage, who invented it, and what its exact meaning was. Poet Herbert Edwin Huncke (1915–1996) brought it into wide usage, using the adjective “beat” to describe his generation as “exhausted”, or “bankrupt”. One of the most brilliant representatives of the movement, Jack Kerouac (1922–1969), added another, and not exactly decent, meaning, to the word. It began to be used to mean “messed up”. He also added a musical subtext (“beat” meaning “drum beat”). In this manner the term acquired the sense of broad protest against trivial America, boring and stuck in its propriety.

A bit later, the word “beatnik” came into use, invented in 1958 by Herb Caen, a columnist for the San Francisco Examiner, by analogy with the Russian word “Sputnik”, as way of disparaging this group of writers and their followers, since it hinted at a link to Communist

³⁹ *Miller A.* Death of a Salesman [Electronic edition]. URL: <https://joycej.kenstonlocal.org/wp-content/uploads/sites/109/2015/01/Death-of-a-Salesman.pdf> (accessed 26.09.2019).

ideas. At first the group was quite angry at the journalist. Herb Caen recalled how he once bumped into Jack Kerouac, who, he said, attacked him: “You’re putting us down and making us sound like jerks. I hate it. Stop using”⁴⁰. The word caught on, however, as often happens, and later on the writers themselves used it quite freely.

The most famous works of this movement were Kerouac’s novel *On the Road*, written in 1951, published in 1957; a poem by Allen Ginsberg (1926–1997) *Howl*, 1956; and *Naked Lunch*, 1958, by William Seward Burroughs (1914–1997). While the beatniks were quite diverse, they maintained a united front towards the conformism of post-War America and the moral bankruptcy of traditional values. They wanted to renew the real American Dream by completely rejecting its soulless, materially-oriented content in the modern day.

All of them tried to break out of the bourgeois world, which was caught up in the notion of prosperity, to seek America’s wide-open spaces. Smashing the accepted values and often shocking the public with open homosexuality and a dependence on drugs, they try to find the true touchstones of the American spirit, the American Dream. It is not by chance that the work that symbolized the beatniks was *On the Road*. The road in Kerouac’s novel is, in essence, life itself. To keep moving, to keep seeking, to keep chasing the Dream – that is the real meaning of life.

The well-kept house and garden were clearly counterposed to the crazy rhythm of the road. The road regained its original meaning, which it had acquired at the dawn of America. The road meant a search for spirituality, spiritual development, accompanied by a search for a better place for man’s harmonious existence in the world. The beatniks proposed new heroes, who were capable of living, not merely existing. As Kerouac wrote,

...the only people for me are the mad ones, the ones who are mad to live, mad to talk, mad to be saved, desirous of everything at the same time, the ones who never yawn or say a commonplace thing, but burn, burn, burn⁴¹.

It’s no accident that the following generation of “burning hero”-rebels also chose the road in their search for the American Dream using the motto of a famous song by British singer Ian Robins Dury

⁴⁰ See: *Hamlin J.* How Herb Caen Named a Generation // SFGATE. 1995. November 26 [Electronic resource]. URL: <https://www.sfgate.com/entertainment/article/HOW-HERB-CAEN-NAMED-A-GENERATION-3018725.php> (accessed 12.08.2020).

⁴¹ *Kerouac J.* *On the Road*. New York, 1976. Kindle Edition. Ch. 1.

Sex & Drugs & Rock & Roll. The chief “bad boy” of the 1970s, Hunter Stockton Thompson (1937–2005) at the very beginning of the decade published his book *Fear and Loathing in Las Vegas: A Savage Journey to the Heart of the American Dream*, (1971), a unique type of hymn to the American Dream, free from its material, “decent” aspect. Thompson rejected the normative vocabulary of literary language; the book is rife with slang.

In contrast to “decent” Americans, who rolled down the highways in their expensive autos, Thompson traveled in a car whose trunk resembled a mini-drug lab. Drugs were Thompson’s vehicle for freeing himself from the clichés that society foisted upon him: they gave him back his purity.

But our trip, was different. It was a classic affirmation of everything right and true and decent in the national character. It was a gross, physical salute to the fantastic possibilities of life in this country-but only for those with true grit⁴².

Hunter Thompson, like the beatniks, laid the common image of the American Dream to rest, seeing “the Great American Dream” in a wild race for freedom, for a life of endless possibility, in a return to its romantic beginnings.

Hunter Thompson’s novel, witty, dynamic, defiant, not only pushed the rebellious spirit of the beatniks to the limit, it continued the reflections of the writers of the 1960s on the complete absurdity of American life, built on an American Dream that could be limited to the acquisition of a family home.

It wasn’t just the rebel-hero who becomes the symbol of the 1950s; the loser-hero also has a place. The story of the loser, who sees all his dreams and ambitions crash, is analyzed in a story by Saul Bellow (born Solomon Bellows, 1915–2005) *Seize the Day*, (1956). Tommy Wilhelm chased the American Dream, which for him meant Hollywood. He ends up just a bit player, in Hollywood and in life, having lost the most important thing in his quest – the love of those close to him. The title has a double meaning: on the one hand, it refers to an eternal quest for success, while on the other it is a warning, that you can let the important things slip, you won’t have time to say “I love you” to your dying father. The result of chasing the dream is emptiness.

Family ties are also at the forefront of a play by Edward Albee (1928–2016), *The American Dream* (1960). The action revolves

⁴² Thompson H. *Fear and Loathing in Las Vegas*. New York, 1972. Kindle Edition. Ch. 4.

around a traditional American family, and to underscore its stereotypical character, Albee refuses even to give his characters names, calling them simply “Mommy”, “Daddy”, and “Grandma”. They are always quarreling over money, over the house, over Grandma’s boxes, tied up with ribbons. They want to put Grandma in an old-age home, when a devastatingly handsome Young Man appears at the door, whom Grandma calls a real “American dream”: He is not only beautiful on the surface, he is willing to take on any kind of job.

It would seem that now that the “American Dream” has come to live in the house, things will get better. Instead it is just the opposite, because under the charming exterior of the “American Dream” is nothing but emptiness.

I no longer have the capacity to feel anything, I have no emotions! I have been drained... I have, now, only my person... my body, my face. I use what I have... I let people love me... I let people touch me... <...> I let them draw pleasure from my groin... from my presence... from the fact of me... but, that is all it comes to. As I told you, I am incomplete... I can feel nothing. I can feel nothing. And so... here I am... as you see me. I am... but this... what you see. And it will always be thus⁴³.

This is the emptiness that the writers of the 1960s and 1970s were protesting; it is the emptiness they sought to explain and to escape. All the authors, without exception, suffer greatly from the lack of content of the *American Dream*. Edward Albee put it well, describing this painful experience in the foreword to his play:

Is the play offensive? I certainly hope so; it was my intention to offend – as well as amuse and entertain. Is it nihilist, immoral, defeatist? Well, to that let me answer that The American Dream is a picture of our time – as I see it, of course. Every honest work is a personal, private yowl, a statement of one individual’s pleasure or pain; but I hope that The American Dream is something more than that. I hope that it transcends the personal and the private and has something to do with the anguish of us all⁴⁴.

The emptiness and absurdity of the sterile American Dream is presented in the novel *Revolutionary Road*, (1961), by Richard Yates (1926–1992). The main characters of the novel, Frank and April

⁴³ Albee E. *American Dream*. The Zoo Story. New York, 1959. P. 115.

⁴⁴ Albee E. Preface. *The American Dream and The Zoo Story*. New York, 1997. P. 53–54 [Electronic resource]. URL: <https://edwardalbeesociety.org/works/the-american-dream> (accessed 15.11.2019).

Wheeler, are the ideal middle-class couple. They live in a comfortable house, they are raising their children, but there is no happiness in their family, because they always feel that they were made for something other than this boring life. They dream of moving to Paris, to start over. Their dream, however, is destined not to be fulfilled, because the entire narrative is a story of unrealized ambitions, a growing understanding that existence is pointless, disappointment in their own resources, with the result that a young woman dies.

The American Dream in the works of many writers of this period is tied to death or crime. The Dream, and the thirst to attain it, to achieve success, give rise to criminal tendencies. The link between the Dream and crime was explored by Norman Mailer (Norman Kingsley Mailer, 1923–2007) and Truman Capote (Truman Garcia Capote, born Truman Streckfus Persons, 1924–1984).

In Norman Mailer's novel *An American Dream*, (1965), a new type of American Dream is starkly juxtaposed with the old myth, according to which any American who has a clear goal, and who works honestly and diligently, has every chance of attaining wealth and happiness.

The hero of the novel, Stephen Rojack, had in his youth an excellent chance at a brilliant political career, but he soon understood that in modern America the road to wealth and happiness was not by one's own skills and effort, but by inheritance or a lucky marriage. From the minute he marries the wealthy Deborah Kelly he is in the hands of dark forces – the CIA and the mafia, to whom Deborah's father has ties.

On the surface, Rojack is eminently respectable, but he clearly understands his dependency on the family of the unstable Deborah, and during one of their regular quarrels he kills her. After that, he looks for freedom from the world that surrounds him. He has a new romantic interlude, but that, too, ends in murder; he is pursued by police and gangsters, he has to fight for survival. Running for his life, Rojack ends up in Las Vegas, which has always been associated in the American consciousness with sudden wealth, and he wins a large sum of money at a casino. At the end, having lost everything, he leaves America and runs off to the jungles of Guatemala and the Yucatan, where he hopes to find the real American Dream.

Mailer's novel is a tragic, black humor narrative with a healthy dose of cynicism, pointing to the fact that the American Dream has become an illusion, often on the verge of criminality, and that running away from it is just another American Dream.

The tragedy of the American Dream, accompanied by crime, is at the heart of discussions about the fate of the great national myth in the

non-fiction novel by Truman Capote, *In Cold Blood: A true Account of a Multiple Murder and Its Consequences* (1966).

Truman Capote, like Theodore Dreiser before him, in the novel *An American Tragedy*, saw in a real-life murder the terrifying scale of the American tragedy spawned by the American Dream. In this case the basis for the narrative is the murder of a four-member family of farmers, committed on November 14, 1959, in the small town of Holcomb, Kansas.

The family of prosperous farmer Herbert Clutter is presented as the ideal family, which has attained the American Dream: “Always certain of what he wanted from the world, Mr. Clutter had in large measure obtained it,” and therefore he was unfailingly polite and worked 18 hours a day. He had a large farm, a wonderful family, a pretty white house “situated at the end of a long, lane-like driveway shaded by rows of Chinese elms”, and a beautiful garden – what else do you need to complete this perfect picture of the American Dream?”

Even though the mother of the house suffered from depression, her daughter in Capote’s depiction is the ideal woman of the American Dream:

Where she found the time, and still managed ‘to practically run that big house’ and be a straight-A student, the president of her class... <...> ...a skilled rider, an excellent musician (piano, clarinet), an annual winner at the county fair (pastry, preserves, needlework, flower arrangement)... <...> Certainly her strongest trait, the talent that gave support to all the others, derived from her father: a fine-honed sense of organization⁴⁵.

Their murderers are young men, convicted felons, with just one idea: to make a big score. It seems to them that robbing the Clutter home will make them rich. All they think about is money. Their cynicism is boundless: “Perry was impressed. He wondered how much the funeral had cost”.

The murderers were soon caught, in Las Vegas. Where else would they go in their quest for a beautiful life and that constantly beckoning American Dream? These criminals, devoid of any sympathetic qualities, nevertheless become victims in Capote’s telling – victims of the dream of success and quick riches. The writer sees in this crime the symbolic embodiment of America as a whole: It is no accident that the town is located in the American heartland, “right in the middle”, and

⁴⁵ Capote T. In Cold Blood. Part 1 [Electronic resource]. URL: <https://www.chinhnghia.com/1836.pdf> (accessed 17.02.2020).

its name, Garden City, calls to mind the Garden of Eden, as well as the garden that the murdered Cutter tried to cultivate, daily striving for his own American Dream.

Capote's novel was one of the first produced by writers of "New Journalism" in the 1960s. For them, facts and the journalistic style become a necessary condition for a work of art. The leader of the New Journalism movement, Tom Wolfe (Thomas Kenenrly Wolfe, Jr. 1930–2018), in his novel *The Bonfire of the Vanities*, (1987) shows how easy it is to fall from the heights to which the American Dream had brought his hero. The main character of the novel, Sherman McCoy, is a successful broker. He's married and has a daughter. Sherman calls himself a "Master of the Universe", having conquered Wall Street. Sherman is involved in a car accident in which a young African-American is killed, and is betrayed by his lover, who was responsible for the accident. He loses his family, his expensive apartment, his prestigious job, and finally ends up a defendant in a criminal trial. Everything burns in the bonfire of ambitions, fed by people who pursue success at the expense of others.

The tragedy of ambition had been a subject for American writers even before Tom Wolfe. *In Requiem for a Dream: A Novel* (1978) by Hubert "Cubby" Selby Jr. (1928–2004), one of the beatniks, the thwarted ambitions of the heroes, who were unable to see or accept the difference between dreams of the ideal life and reality, lead them to seek solace in drugs. Drug dependency in the novel is equated with dependency on the American Dream. This book – terrifying, full of frightening real-life details of the lives of drug addicts – is a requiem for the American Dream, and for Americans who have betrayed life itself for their shadowy illusions.

Among the powerful chorus issuing a challenge to the American Dream or denying it altogether were the voices of those who believed in it unconditionally. One of these was John Steinbeck (John Ernst Steinbeck, Jr., 1902–1968), who in the 1930s was already using his art to examine the validity of the national myth. Steinbeck, like his younger contemporaries, travels across the United States to make sure that the American Dream is still alive, and that the ideals that drove people to cultivate new lands and settle uninhabited places are still operating. In his *Travels with Charley: In Search of America* (1962), Steinbeck describes his encounters with various people, and is convinced that, despite the changes in the lives of ordinary people, not all of them good, they still believe in themselves and their dreams. Steinbeck talks about the specific national character of Americans in his next book, *America and Americans*, (1966), in which he devotes an entire chapter to the American Dream. He comes to the conclusion that

the American dream is nothing other than “the American way of life”, and the fact that Americans have a dream at all is testimony to the possibility of attaining it.

This same thought is a central theme in the works of a later period – in *Forrest Gump*, (1986), a novel by Winston Francis Groom, (1943–2020), in which a slow-witted young man goes through many trials in his life, always coming out the winner. His main quality is naiveté and kindness. Winston Groom was certainly not the first to use a mentally challenged hero to convey the image of an unspoiled, innocent character. This approach holds an obvious faith in the American Dream, and a confirmation that it is not through ambition, but by pure thoughts and a kind heart, that it can be attained.

In general, the 1980s represented a special stage in the development of the American Dream. The idea of multiculturalism was starting to catch on in the U.S. at that time. Now there was not just one variant of the American Dream, but many different ones in the works of writers from different ethnic groups: the Jewish-American Dream, the Italian-American Dream, the Chinese-American Dream, etc. The right to a hyphenated identity gives the right to a special version of the American Dream.

The most brilliant representative of American literature to reflect on the fate of the American Dream in a world that united various cultural traditions was Philip Roth (Philip Milton Roth, 1933–2018). He analyzes the American Dream in a traditional 20th century interpretation: The Dream is a tragedy for the American, all the more so if he is closely tied to his own culture. In Roth’s work, chasing after the dream is mixed up with a crisis of his own Jewish identity.

The novels that the author combined in a trilogy – *American Pastoral* (1997), *I Married a Communist* (1998), and *The Human Stain* (2000) – are dedicated to the problem of the relationship between the American Dream and identity at various periods of American society. The events taking place in America in the 1950s (*I Married a Communist*), the 1960s (*American Pastoral*), and the end of the 1990s (*The Human Stain*), were definitive in the heroes’ achievement of their life goals.

The narrator of all three novels is Nathan Zuckerman, Roth’s favorite character, who appears in many of Roth’s works, and who, like Roth, became a writer. The novel is made up of the reflections of the main character (and, along with him, of the author himself) about the difficulties he had to overcome on his way to success.

The failure of the American Dream in the 1950s is portrayed in *American Pastoral*, with a healthy dose of tragic irony. Zuckerman,

the narrator, recalling his old classmate Seymour Levoy, known as “Swede”, shows him as an ideal American, the son of immigrants, who seemed born to win and who became the embodiment of the American Dream. Athletic and handsome, he builds his own American Pastoral. His wife, Irish beauty queen Dawn, became the exemplary American housewife, creating a small paradise in their beautiful, comfortable home.

The next generation destroys that paradise. Swede’s daughter, Merry, sets off bombs to protest the war in Vietnam, which kill innocent bystanders. The book is divided into three parts: “Paradise Remembered”, “The Fall”, and “Paradise Lost”. Each of them is dedicated to a stage of Swede’s loss of illusion and the crash of his American Dream.

On the one hand, the novel is extremely literal, on the other – it is endlessly symbolic. The writer is trying to understand how the Dream has changed, and how it was “blown up” from the inside due to events in American society. It dissects American social and religious myths of the divine predestination of the country, and about the heaven on earth that the immigrants who settled the country were hoping to find. It connects national myths to the human cultural code; for example, the names of the chapters contain a clear reference to the works of the great English poet and philosopher John Milton.

In all three novels, Roth sees that behind his heroes’ outward success lies deception, and a yearning to leave behind their Jewish roots, to become “real Americans”. This is where he pinpoints the tragedy of most immigrants, who abandon their identity, the culture that ties them to their past, to their roots. For Philip Roth, the American Dream is a myth, a glossy magazine cover, with no connection to reality.

In the novels of other writers, the Dream retains its bright, positive sides. For example, Jean Kwok, an American of Chinese extraction, writes about success and the possibility of attaining the American Dream. She was brought to the U.S. from Hong Kong at the age of five, graduated from Harvard, became a well-known writer, and to a large extent her novel *Girl in Translation* (2010) is autobiographical.

This is the multifaceted American Dream of the second half of the 20th to the beginning of the 21st centuries – both tragic and happy. It would be impossible to list all the works in which the central theme was the American Dream. All we can do is point out the main tendencies in the examination of the Dream: there is a complete rejection of its material equivalent, expressed in the revolt of the beatniks; there is its absurdity, its emptiness; the transformation of the

romantic Dream into a war of ambitions; a crisis of identity in the quest for the Dream, while at the same time there is an endless faith in the fact that the Dream exists, that it is not going anywhere, that it is both America's curse and its great gift. In a word, the American Dream has as many faces as the country in which it arose.

Further Reading

- BEAT Generation: National Beat Poetry Foundation Anthology. New York, 2020.
- Karasik O.B.* The American Dream in the Novel of Philip Roth [Electronic resource]. URL: <http://american-lit.niv.ru/american-lit/articles/karasik-amerikanskaya-mechta-rot.htm> (Date of application: 13.07.2020). (In Russ.)
- Khorolosky V.V.* The New Journalism in the U.S.A.: Problems of Fact and Speculation // Academic News. Belgorod State University, Series: Humanities. 2012. No 12 (131) [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyy-zhurnalizm-v-ssha-problema-fakta-i-domysla-1> (accessed 20.07.2020). (In Russ.)
- Konovalova Zh.G.* The Counterculture in the American Dream: The Transformation of the Concept of the 'Dream' in the Literary-Documentary Novels of H. Thompson, T. Wolfe [Electronic resource]. URL: <http://philology-and-culture.kpfu.ru/?q=node/739> (accessed 13.07.2020). (In Russ.)
- Konovalova Zh.G.* The American Dream in the Literary-Documentary Literature of the Second Half of the 20th Century [Electronic resource]. URL <https://docplayer.ru/29144166-Konovalova-zhanna-georgievna-amerikanskaya-mechta-v-hudozhestvenno-dokumentalnoy-literature-ssha-vtoroy-poloviny-hh-veka.html> (accessed 13.07.2020). (In Russ.)
- Korshunova E.S.* The American Dream in American Fiction [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/amerikanskaya-mechta-v-amerikanskoy-hudozhestvennoy-literature> (accessed 23.07.2020). (In Russ.)
- Nesmelova O.O., Konovalova Zh.G.* The New Journalism: Theoretical Principles Embodied in Literature // Kazan University. Humanities Series. 2011. № 2 [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyy-zhurnalizm-teoreticheskie-printsipy-i-ih-hudozhestvennoe-voploschenie> (accessed 22.07.2020). (In Russ.)
- Newhouse T.* The Beat Generation and the Popular Novel in the United States, 1945–1970. Jefferson; London, 2000.

Novoselova M.E. The New Journalism: From the Beginnings to the Present Day // Philology. Theory and Practice. 2017. [Electronic resource]. URL: novyy-zhurnalizm-ot-istokov-do-nashih-dney (accessed 22.07.2020). (In Russ.)

The Riddle of the Beatniks // Anthology of Beatnik Poetry. Moscow, 2004. (In Russ.)

Roshak T. The Origins of the Counterculture, Moscow, 2014. (In Russ.)

Swartz O. The View From On the Road: the Rhetorical Vision of Jack Kerouac Carbondale, 1999.

Venner J., Seymour C. Gonzo: The Life of Hunter S. Thompson. New York; Boston; London, 1976.

Wolf T. The New Journalism. New York, 1973.

Zverev A.M. Modernism in U.S. Literature. Moscow 1979. (In Russ.)

Electronic Resource

See the video at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 5. The American Dream in the “Many-Windowed House”

As a nation of immigrants, America stood out right from the beginning of its existence for its wide palette of ethnic groups and races, each with its own view of the world, its own traditions and beliefs. This is why national identity – who is actually a “real” American – has interested leading civic leaders, politicians, historians, and writers.

At the end of the 18th century, Frenchman Michel Guillaume Jean de Crèvecoeur, who was known on the American continent as John Hector St. John de Crèvecoeur, held a wide-ranging discussion on who exactly this new American was. In his famous epistolary essay *Letters from an American Farmer* (1782), he proposes the idea of an American as a new type of person, who had to renounce everything that tied him to his past life:

He is an American, who leaving behind him all his ancient prejudices and manners, receives new ones from the new mode of life he has embraced, the new government he obeys, and the new rank he holds. The American is a new man, who acts upon new principles; he must therefore entertain new ideas, and form new opinions⁴⁶.

The new ideas had to correspond to the so-called “American credo”, formulated by the Founding Fathers, primarily Thomas Jefferson (1743–1826), author of the *Declaration of Independence*. The basic articles of this “American credo” were English language, English legal principles, and concepts of civic rights and responsibilities, the Christian commandments and the Protestant ethic. Almost right up until the beginning of the 20th century, it was Anglo-Protestant culture that lay at the heart of American identity.

The tumultuous events of the 20th century – two world wars, revolutions, and anti-colonial liberation movements – completely transformed the nature of the immigrant stream. Of course, the majority were still those for whom “uni panis, ibi patria” (“where there is bread,

⁴⁶ *Crèvecoeur de S.-J.* Letters from an American Farmer. Letter III. [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/cache/epub/4666/pg4666.html> (accessed 16.05.2019).

there is my country”), but there were also those for whom America was not just a country giving material wealth, but a country of freedom and the right to one’s own opinion. There was also a significant increase in the number of immigrants for whom America was associated with the possibility of receiving a good education and being able to realize one’s personal and professional potential.

What was it like for these people, each of whom nurtured and cherished their own American Dream, to carve out a place in the sun in such a deeply desired but not very welcoming land?

Immigrants, their experiences, their fears and joys, successes and failures, were for a long time outside the focus of literature, which was always so sensitive to the complex, ambiguous fates of the people who made America great. Novels about their fates were few and far between, and the authors were not interested in the phenomenon of immigration per se; they focused on the very poorest segments of the population, among whom there were, of course, immigrants, as, for example, in the novel by Stephen Crane (1871–1900) *Maggie: A Girl of the Streets* (1893), or *The Jungle* (1906) by Upton Sinclair (1878–1968). In general, a foreigner would appear now and again in the background of a story, as part of everyday life, as, for example, in F. Scott Fitzgerald’s *The Great Gatsby*:

It was a few days before the Fourth of July, and a grey, scrawny Italian child was setting torpedoes in a row along the railroad track⁴⁷.

The fate of this and many other Italian boys was of no interest to white male writers with no knowledge of the very real problems linked to adapting to a new culture, until novels like *The Godfather* (1969) appeared. It was written by one of those grown-up boys, Mario Puzo (1920–1999). In 1972, the novel was made into a movie by another scion of Italian immigrants – Francis Ford Coppola (born 1939), and became a world hit. This happened, not because the mafia, or the experiences of Italian mafiosi in America, was so important to Americans or to people in other countries, although that was a factor, thanks to figures like Al Capone (Alphonse Gabriel “Big Al” Capone, 1899–1947, colorful representative of organized crime in the U.S. in the 1920s and 1930s). The novel itself, as well as the film, were made with knowledge and understanding of the psychology of these people, and of the real problems that immigrants encountered in trying to attain their American Dream.

⁴⁷ Fitzgerald F.S. *The Great Gatsby*. Ch. 2 [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/64317/64317-h/64317-h.htm> (accessed 28.11.2019).

In 1965, immigration policy started to become more liberal, and at this time, multiculturalism took center stage in the concept of American identity. This is a theory of cultural diversity based on the desire of each national group to retain its traditions and unique character within the framework of a single American culture. New metaphors for America's identity were forged – it was “a patchwork quilt”, “a salad bowl”, reflecting as fully as possible the new view of the motto printed on the U.S. seal: “E pluribus unum” (from the Latin: “out of many, one”).

It is no accident that the prominent critic Malcolm Cowley, (1898–1989) used the metaphor “a many-windowed house” in a book of the same name *A Many-Windowed House* (1870), to describe American literature, which up to now had been exclusively Anglo-Saxon white literature, in spite of the important achievements of African American writers. Modern American literature, beginning in the 1970s, is distinguished by an extreme diversity of artistic views and approaches to portraying society and the person living in it, with his wants, his hopes and dreams.

A significant and very productive number of modern writers are first- or second-generation immigrants; they or their parents came to America with their own American Dream. Coming to terms with the immigrant experience in finding the American Dream, and the problems of “hyphenated identity” (Italian-American, Hispanic-American, Chinese-American, etc.) were major themes in the culture of the “salad bowl”.

These themes were accurately and fully summarized by the prominent American literary scholar and culturologist Edward Wadie Said (1935–2003), himself of Arabic descent:

Exile is strangely compelling to think about but terrible to experience. It is the unhealable rift forced between a human being and a native place, between the self and its true home: its essential sadness can never be surmounted. And while it is true that literature and history contain heroic, romantic, glorious, even triumphant episodes in an exile's life, these are no more than efforts meant to overcome the crippling sorrow of estrangement⁴⁸.

The theme of a rift between cultures, between the old and the new homes and their traditions, runs like a red thread through all

⁴⁸ Said E. *Reflections on Exile. Reflections on Exile and Other Literary and Cultural Essays*. Cambridge, 2001. P. 180.

the works of modern authors with a hyphenated identity. More often than not, this rift plays out in the difficult relationships between parents and children – the first immigrant generation and their offspring, who have already managed to assimilate into the American environment.

This theme is presented in one of the first Chinese-American novels, one of the most studied works of American literature today: the novel *The Woman Warrior* (1976) by Maxine Hong Kingston (born 1940). A girl tries to break through the half-fantasy world of China created by her mother to the real American world, to find her way in it. Listening to her mother’s stories, she creates for herself the image of the Woman Warrior, based on the ancient Chinese legend of Fa Mu Lan, thereby determining her identity and her image in new cultural surroundings.

The Joy Luck Club, a novel by another writer of Chinese descent, Amy Tan (born 1952), also deals with problems between mothers and daughters. In order to blend in to the new culture, the parents of the main character hide their expensive silk garments, brought from China, and wear second-hand American-style clothing, go to the Chinese-Baptist church, improve their English through Bible study classes, and sing in the church choir every Sunday, but this does not fill up their lives.

For them it is all a matter of “The East... where things begin... <...> ...the direction from which the sun rises, where the wind comes from”. For this reason the heroine’s mother organizes the Joy Luck Club to play mahjong, but in reality to have the chance to tell each other stories – about themselves, their hopes and dreams, their disappointments and their desires, and their memories of their homeland. It is an outlet for others like her, Chinese women who have “unspeakable tragedies they had left behind in China and hopes they couldn’t begin to express in their fragile English”⁴⁹.

Nostalgia for one’s traditions also figures in the works of an American writer of Bengali descent, born in London, Jhumpa Lahiri Vourvoulis (born 1967), the literary pseudonym of Nilanjana Sudeshna. In her novel *The Namesake* (2003), writing about the difficult path her hero – a Bengali named Gogol – took to find himself, she portrays a traditional Indian family which, like many others, comes to live in America, bringing their customs and traditions along with their baggage, desperately resisting the assimilation of a new culture into their lives:

⁴⁹ Tan A. *The Joy Luck Club*. London, 1998. P. 29.

The families drop by one another's homes on Sunday afternoons. They drink tea with sugar and evaporated milk and eat shrimp cutlets fried in saucepans. They sit in circles on the floor, singing songs of Nazrul and Tagore...⁵⁰

Right before his birth, Gogol's mother, Ashima, looks at the watch her mother gave her as a bon voyage present and thinks that they are now living in American time, although her native time is always with her – drawn in henna on her fingers. In her mind's eye she sees her parents' house, she sees her mother and father drinking tea, but immediately other images arise – from Boston – Memorial Drive, cars gliding by... “Ashima quickly opens her eyes and shakes her head – she does not want to see American pictures”.

Another one unimpressed by “American pictures” is the mother of the female heroine in the novel *¡Yo!* (1997) by Julia Alvarez (born 1950), an American writer of Dominican descent. She shows the confusion of a woman in new surrounding with subtle humor. Remembering her life in the Dominican Republic, from which her family fled to escape Trujillo's dictatorship, she resurrects the image of a huge family, in which no one was ever lonely:

There was never any reason to clash with anyone. You didn't get along with your mother? You had two sisters, one brother-in-law, three brothers and their wives, thirteen nieces and nephews, a husband, your own kids, two great-aunts, your father, a bachelor uncle, a deaf poor relation, and a small army of housemaids to mediate and appease – so that if you muttered under your breath, “You bitch!” by the time it got to your mother it would sound something like, “Pass the mango dish, please”⁵¹.

And now, with tears in her eyes, she thinks of the frightening unknown:

I'm not just crying about leaving home or about everything we've lost, but about what's to come. It's not really until now with the whole clan pulled away like the foundation under a house that I wonder if the six of us will stand together⁵².

The traumatic experience of moving to another country, which beckoned with the promise of a brighter future, becomes the subject of reflection for an American author of Japanese descent, Julie Otsuka

⁵⁰ Lahiri J. *The Namesake: A Novel*. Kindle Edition, 2003 Ch. 1.

⁵¹ Alvarez J. *¡Yo! : A Novel*. Kindle Edition, 2007. Part 1.

⁵² *Ibid.*

(born 1962), in her novel *The Buddha in the Attic* (2011). The novel deals with the collective memory of Japanese immigrants, primarily women, who cross the ocean to create a family, becoming wives of men they have seen only in photographs. From their multitude of voices is woven a single, dramatic tale of Japanese Americans, how they learned to survive, how hostile their adopted homeland was to them during World War II, when around 120,000 Japanese were sent to special internment camps, and how afterwards they had to adapt all over again, and get over the trauma they had suffered.

Pakistani-American author Shaila Abdullah (born 1971) also takes up the problem of traumatic experiences in her novel *Saffron Dreams* (2009). The heroine has to see the world through the eyes of a Muslim woman after 9/11. Arissa, a talented artist, a happy wife, pregnant with her first child, in an instant loses everything: her husband, her child, the good opinion of society, which now views her as a potential threat. It is interesting that the symptoms of the change in her neighbor's attitude are almost the same as those described in Julia Otsuka's novel, when usual smiles are wiped from the faces of formerly friendly people. Arissa has to go through a type of positive evolution from despair to hope, from distrust to trust, which, as in most of the novels of American authors with hyphenated identities, is one of the central themes.

The theme of the confusion of a young American uniting two cultures within himself and traveling the path of positive evolution can be considered central to the works of writers who tried to describe American immigrants and their problems of identity – ethnic, cultural, and personal. How does one overcome the barrier between two cultures, how does a personality find its place when there are two voices within, what hopes and dreams does a person feel when he is forced, as de Crèvecoeur wrote, to abandon his former customs and values?

All these questions find answers in the works of modern American authors who traveled the difficult path of self-knowledge, incorporating clearly autobiographical elements as successful children of immigrant parents. Jean Kwok, in her novel *Girl in Translation* (2010) writes that parents only exist so their children can have better lives. If the first generation maintains its distance from American culture, the younger generation, on the contrary, tries to renounce their parents' culture. The daughters in Amy Tan's *The Joy Luck Club* see the mahjong games as a sort of anachronism and treat their mothers with irony. Each of them has to make many mistakes in her life before they understand that their mothers were right, and they accept their Chinese heritage as part of their identity.

The heroine of another Amy Tan novel, *The Hundred Secret Senses* (1995), travels the same path. Here the writer delves even more deeply into the problem of preserving Chinese values, portraying the clash of diverse systems in the relationship between two sisters: One was born in America of a white mother and Chinese father, and the other, a half-sister, came from China after their father's death.

Another wife? A daughter in China? We were a modern American family. We spoke English. Sure we ate Chinese food, but takeout, like everyone else. And we lived in a ranch-style house in Daley City. My father worked for the Government Accounting Office. My mother went to PTA meetings. She had never heard my father talk about Chinese superstitions before⁵³.

The older Chinese sister, her father's legacy, teaches the younger American sister love, patience and insight, forces her spirit to become more open to the world and learn to value every moment of life. She makes the heroine go to China, where a miracle happens: After long years of trying vainly, she manages to become pregnant. Of course, a birth in China after complete hopelessness in America is the symbolic indication of the fruitfulness of the other part of her identity. The heroine's dream is fulfilled as soon as she accepts that second part.

A lost young man, who is no longer strictly Bengali, but not yet quite American, and who has the exotic name Gogol to boot, from Jhumpa Lahiri's book *Namesake* accepts nothing of his parents' legacy, least of all the name given him by his father. He is inclined to see his name as the reason for his failures. He changes it, trying to become 100% American; he tries to start a family, but his American girlfriends are completely alien to him. Later on, he can't seem to get along with a girl from an Indian family. Only after his father's death does he understand how important that name, and the book with the Russian author's stories, had been to his father, and this realization completes the hero's process of identifying himself as an American of Indian descent, no matter how unusually it was presented.

This positive evolution in searching for one's identity, one's "I," ethnic and personal, is also completed by Yolanda, a girl called Yo, American-style, in a book of the same name by Julia Alvarez. Brought to the U.S. from the Dominican Republic by her parents, Yo grew up, went through a long and twisted path to achieve an understanding of herself and her calling. She was a good student she entered graduate

⁵³ Tan A. *The Hundred Secret Senses*. A Novel. Kindle Edition, 2010. Ch. 16.

school but did not complete it, she started and ended relationships, but never stopped writing and telling stories. At the end of the novel, Yolanda not only manages to establish a happy family, she fulfills her dream and becomes a writer.

The heroine of the Chinese-American author Jean Kwok also fulfills her dreams in the novel *Girl in Translation*. This is a typical “rags to riches” story. Kimberly, the heroine, comes from China with her mother dreaming of a full and beautiful life, but they quickly learn that “sometimes our fate is different from the one we imagined for ourselves”. They live in terrible conditions, Kimberly has to work after school in a semi-legal sweatshop, and she has trouble translating not only English words, but American life in general:

I was beginning to see the importance Americans put on a kind of general athleticism, which was new to me. Back home, a student was praised if she did well in her classes at school, but for these kids, good grades were not enough. They were also expected to play sports and an instrument and have straight teeth as well⁵⁴.

But these difficulties do not frighten the little girl, they make her stronger:

There’s a Chinese saying that the fates are winds that blow through our lives from every angle, urging us along the paths of time. Those who are strong-willed may fight the storm and possibly choose their own road, while the weak must go where they are blown⁵⁵.

Without renouncing her Chinese identity, Kimberly was able to “translate” traditional Chinese values and wisdom into the new American lifestyle. Her convictions (“nobody can change who you are, except for you” “no matter how flawed someone else may be, that doesn’t give us the right to be less than we are”) are not so different from Benjamin Franklin’s famous aphorisms about Americans’ moral development, and allow her to attain her dream of becoming a pediatric surgeon.

It would not be correct to think that all novels by American writers with dual identities end with a happy discovery of one’s true nature, and the achievement of “a place in the sun”. One example of how not all stories of self-discovery have happy endings is a novel by

⁵⁴ Kwok J. *Girl in Translation* [Electronic resource]. URL: <https://www.6lib.ru/books/read/Girl-in-Translation-227618?page=53> (accessed 16.11.2020).

⁵⁵ Ibid.

an American author of Dominican descent, Junot Diaz (born 1968). In *The Brief Wondrous Life of Oscar Wao*, (2007), the main character, Oscar, is a kind, overweight romantic, a lover of comic books, who dreams of writing fantasy fiction and finding love. He lives in a Spanish-speaking ghetto in a small provincial town in New Jersey, stuck in his cultural “borderland”. Searching for love, he goes back to the Dominican Republic, where the woman he loves becomes a prostitute, whose former lover kills poor Oscar.

Junot Diaz creates a touching – and at the same time ironic – story of shattered dreams and the failure to find one’s true identity in a limited cultural context. In this novel there are numerous characters, Oscar’s friends and family, who try and define their own identities and are torn between their internal feelings and their external circumstances, and few of them attain harmony within themselves.

The problem of finding one’s identity in multicultural American society, the complexity and ambiguity of the process are portrayed quite vividly in the works of modern Jewish-American authors, for whom the central theme is also the question of finding one’s “I” against a backdrop of interweaving cultures which influence each other in the hybrid society of the U.S.

For European Jews, the U.S. was a special place, since America, with its Puritan heritage, seemed the closest country in terms of mentality. The Puritans were linked to the Bible tradition more closely than any other Christian community. They, as a Biblical people, saw America as the “Promised Land”, the road to which lay across “the vast and furious ocean” as William Bradford, first governor of the New England colony, wrote. Concepts common to American and Jewish mentality, such as the idea of being “chosen”, forged a secure bond between the two cultures.

The ethnically hybrid nature of Jews in the U.S. has a more complex structure than many other ethnic groups: It is the result of the interplay, not only of Jewish and American values, but the values and cultural traditions of the countries from which the Jewish immigrants came to America. As a result there is a wide field of mutual attraction and repulsion of various cultural vectors, which makes the process of self-identification and the choice of strategy for finding it especially dramatic.

Throughout the long history of Jewish traditions in American literature, the specific nature of this process, with all of its contradictions, was reflected on numerous occasions in the works of Jewish writers in the U.S. It’s enough to name Saul Bellow or Philip Roth, masters of the genre, to see the significance of the problems of Jewish identity in American culture.

The new generation of Jewish-American writers also deals with this problem. It was a central theme in the novel by Allegra Goodman (born 1967), *The Family Markowitz* (1996). Each chapter of the novel is a self-contained short story about an event in the life of a separate hero, tied to a turning point in the life of the family. The narrative opens with the story of the death of the head of the family and ends with a granddaughter’s wedding. Watching the traditional Judaic dance of the bride and bridegroom, the grandmother, a first-generation immigrant, remembers that at her own wedding they did not carry her and her bridegroom in chairs – “maybe they forgot”. The parents remember their own “elegant wedding”, with completely different dances – the foxtrot, the samba and the cha-cha. With subtle humor, Allegra Goodman combines three stages of Jewish-American self-identification at the granddaughter’s wedding, where a new family is born, symbolizing not only overcoming loneliness and continuing the lineage, but the rebirth of Judaic traditions.

Modern, poly-ethnic literature in the U.S. presents a multitude of views of the American Dream from the “many-windowed house”. In this house, personal dramas play out, and inevitable generational conflicts occur, triumphal episodes from life are portrayed side by side with crushing failures, testifying to the lasting grief of the immigrant at being torn from his roots. However, no matter how difficult the process of self-identification for American immigrants, the American Dream remains a constant stimulus to development. As Amy Tan correctly notes in *The Hundred Secret Senses*: “Everyone must dream. We dream to give ourselves hope. To stop dreaming – well, that’s like saying you can never change your fate. Isn’t that true?”⁵⁶

Further Reading

Caesar J. Patriarchy, Imperialism and Knowledge in The Kitchen God’s Wife. New York, 2009.

A History of U.S. Literature in 7 Volumes / Ed. by Ya.N. Zasursky, M. Korneva, E. Stetsenko. Moscow, 2000. Vols. 6–7. (In Russ.)

Ho W. In Her Mother’s House: The Politics of Asian American Mother-Daughter writing. Oxford, 1999.

Huntington S. The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. New York, 1996.

Huntington S. Who Are We? The Challenges to America’s National Identity. New York, London, Toronto, Sydney, 2005.

⁵⁶ Tan A. The Hundred Secret Senses.

Huntley E.D. Maxine Hong Kingston: A Critical Companion. Westport, CT, 2001.

Karasik O.B. The Interplay of Racial and Ethnic Components in Modern U.S. Literature [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/vzaimodeystvie-rasovogo-i-etnicheskogo-komponentov-v-sovremennoy-literature-ssha> (Date of application 20.07.2020).

Ling A. Between Worlds: Women Writers of Chinese Ancestry. New York, 1990.

Popova M.K. National Identity and its Reflection in Literary Consciousness. Voronezh, 2004. P. 179. (In Russ.)

Tlostanova M.V. Problems of Multiculturalism and U.S. Literature at the end of the 20th Century, Moscow, 2000. (In Russ.)

Vashchenko A.V. America in Conflict with America. Moscow, 1988. P. 64. (In Russ.)

Electronic Resource

See the video at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 6. Heroes of Folklore and the American Dream

It might seem that folklore has no direct relation to a conversation about the American Dream. This, however, is far from true, since the American Dream is a phenomenon that to a large extent reflects not only the national ethos, but the special nature of the American character. Where is the spirit of a nation, its hopes and dreams exposed more fully than in bedtime stories, oral traditions, anecdotes, and other folklore genres? The term “folklore” itself (from the English folk + lore) literally means “popular wisdom”.

Ballads, legends, tall tales, fables, and songs created by the American nation were born against the backdrop of the complex and contradictory history of the U.S.A. Strictly speaking, American folklore has three main branches: indigenous folklore (Native American and Eskimo traditions); the tales of the white settlers, and the oral traditions of the black population. Each branch is, on the one hand, completely self-contained, expressing the specific spiritual culture of each group that settled America. On the other hand, all three branches were forced to intersect, since these groups were all inhabiting the same territory in the 17th century, and they could not remain completely isolated. This is why folklore subjects, motifs, and types of heroes often went from one folklore tradition to another, taking on the appropriate cultural trappings.

The most ancient folklore comes from the Native Americans and the Eskimos. It arose as a pre-literary, oral tradition, as is proper with folklore, and it's based on mythology and a particular religious system. There are various incantations, rites, and rituals.

The white settlers and the Africans were “newcomers”. They came to the new land with their own cultural traditions. These traditions were later transformed, and at times were abandoned in the different cultural and geographic space.

Each group had a different attitude towards that geographic space: for the Native Americans, it was the land of their ancestors; for the whites it was space to be conquered, and for the blacks it was a place of slavery. All were united, however, by the thing that later became the basis for American ideology – the need for freedom.

The indigenous people had a special “culture of freedom”; they perceived their land as a mythological space, as is common with folk-

lore. As with any myth, the folklore of the Native Americans tends more towards a fairytale history of the indigenous people, stories about the creation of the world and the first people on the continent, what paths they traveled to get to their homeland. “A people without history is like wind on the buffalo grass”, goes an old Sioux saying. Native Americans of various tribes imagined their origins differently: some descended from the stars, others, on the contrary, came from the underworld, still others were saved from a great flood thanks to a sandbar.

In these tales, there is much that is frightening and miraculous, there are stories of catastrophes and the metamorphosis of heroes who had violated some prohibition, or just by a stroke of fate. An important element of such legends is the belief in magic, the magical object and the magic word. Magic helps to overcome obstacles, enables victory over the enemy, and the recovery of the sick, averts catastrophe, gives a good harvest.

Native American legends often speak of the essence and meaning of human life and death. For example, in the legend *Of the Creation of the Pikuni Tribe*, there is a tale of how, following a great flood (just like in the Bible), just Na-Pi-Va was saved, sitting with his wife, Na-Po-Os on a raft along with a few animals who had managed to climb aboard. Na-Pi-Va created a wonderful island, where everyone would be immortal. His wife was afraid that there wouldn't be enough room if no one died, and by subterfuge made her husband change his decision. When their beautiful young daughter died, however, she asked that immortality be returned. Na-Pi-Va's answer to his wife was full of wisdom and unusual poetry:

Let it be as we decided, Na-Po-Os. People will live and love, they will hunt, and give birth to children, they will swim in clear streams and admire my wonderful island. But they will die. Forever⁵⁷.

These lessons in wisdom were transmitted from generation to generation, they bear the voice of the people, possessing a great and noble spirit.

Sit by me and we will smoke the pipe of peace and understanding. Let us become a gift to one another. Let us become the food that fills each other up, so that we all can grow. Let us teach each other all the ways of our Earth⁵⁸,

so begins a tale by a Native American storyteller.

⁵⁷ Son of the Morning Star. Folklore of North American Indians and Eskimos [Electronic resource]. URL: <http://skazka.mifolog.ru/books/item/f00/s00/z0000035/st002.shtml> (accessed 20.09.2020). (In Russ.)

⁵⁸ Ibid.

Native American legends inspired American romantics to create works that became world classics: *The Last of the Mohicans: A Narrative of 1757* (1826), by James Fenimore Cooper (1789–1851); and the epic poem *The Song of Hiawatha* (1855), by Henry Wadsworth Longfellow (1807–1882). These works contain images of strong, proud Native Americans, who have gained the love of readers all over the world.

Love of freedom and dignity are characteristic of African American and folklore and heroes, although they are presented differently. African culture is also one of the oldest in the world, and so has its own mythological systems and heroes. Since the African slaves were torn from their land and brought to a completely different place, however, with different and clearly inimical conditions, a unique folklore tradition appeared among American blacks.

African American folklore can trace its origins back to the 18th century, almost a century after the first slave stepped onto the land of the English colonies in America (the first slave ship came to the shores of Virginia in 1619). This folklore is made from various sources, since the slaves were taken from various regions of Africa, home to various tribes, each with its own traditions and languages. The process of combining various traditions into one took almost 100 years, and one could say that African American folklore as a single tradition began only when the importation of slaves began to decrease at the beginning of the 19th century.

Two factors influenced this process, and the whole character of African American folklore – Christianity and the African pagan past. This is why such characters as God and the Devil, on the one hand, and Br'er Rabbit and the Spider Anansi, on the other, exist as equals so naturally in folklore tales.

In African American folklore there are many fairy tale subjects linked to animals. The tradition of fairy tales with animals is generally tied to allegories of human behavior, and not just in African American folklore. Animals embody the human character, its virtues and flaws. In conditions where black slaves were forced to hide their real thoughts, fairy tales about animals became the simplest means of expressing themselves.

In these fairy tales, the chief cultural hero of African Americans emerges – the trickster (from the English “to trick” – cheat, swindler), who does not need physical power, because he wins through cunning and subterfuge. The rascal and schemer Br'er Rabbit is able to fool Br'er Fox, like in the famous tale of the Tar-Baby, when Br'er Fox has caught Br'er Rabbit with a doll made of tar and turpentine. Br'er Rabbit, taking the doll for a real person, says hello, but does not re-

ceive a response. So he punches the doll, and the more he punched, the more deeply he was stuck. Then Br'er Fox appeared, unwisely thinking aloud about what to do with his catch. Br'er Rabbit is saved by his wits: he desperately pleads "please, Br'er Fox, don't fling me in dat brier patch". Br'er Fox, of course, does just that, and Br'er Rabbit loses no time in escaping.

That same Br'er Rabbit, however, is not always able to trick the turtle or the prairie dog, who seemed even more helpless. All of the tales are united by the idea that helpless creatures can defend themselves without using physical force, using their wit and their cunning. Their victory is an expression of African Americans' hope for the justice they did not see in life, as well as a way of making fun of their white masters, the people in charge.

These tales became very popular after some of them were gathered and given a literary treatment by Joel Chandler Harris (1848–1908). For almost 50 years, even after Harris' death, the famous *Uncle Remus Stories* were published, which, strictly speaking, are actually several anthologies of stories united by a single character, the black storyteller Uncle Remus. In 1880, the first collection was came out: *Uncle Remus: His Songs and His Sayings*, and the final one, *Seven Tales of Uncle Remus*, was published in 1948.

In addition to Br'er Rabbit the trickster, special attention should go to the *Signifying Monkey*. The sense of the word "signifying" here lies in an old African American game, in which sides compete to hurl insults about family members at each other. The sides tease each other with abuse, and the winner is the one who most viciously insults the relatives of the other while remaining calm himself and not getting mad. These matches, called "dozens", were designed to test the patience and endurance of the participants, who constantly had to endure attacks from whites. The Signifying Monkey appears in tales as a trickster, challenging Fate. This image even today is an important component of African American culture. Young people today know this image, and not just in America; this game of "dozens" has been transformed into rap battles.

All of these games, these tall tales, this nonsense, the "lies" and word battles were the result of the internal protest of an oppressed people, trying to resist, to retain their original nature. They gave the African slave a space for internal freedom that he did not have in reality. In later years, these genres, specifically African American, were widely used by the representatives of the Harlem Renaissance (a cultural movement headed by the leading African American writers and artists in the 1920s, when African American culture was flourishing).

Zora Neale Hurston (1891–1960), for example, an outstanding writer and anthropologist, gathered them and used them in her short stories and novels. As Christopher Myers, one of the publishers of the tales collected and reworked by Zora Hurston, put it: “Liars, back in the day, could tell a lie so good, you didn’t even want to know the truth”⁵⁹.

In African American folklore, as in Native American tales, there is an abundance of magical elements, the origins of which are connected to the voodoo religion, which came from the African continent and was adapted in the new land. Tales of spirits, witches, the Hairy Man (a type of goblin) were popular. A stable component here as well as in many other tales is a Gothic atmosphere, which is doubtless tied to the conditions of slave life – violence engendered fear and horror.

The Gothic motifs in African American folklore are used masterfully by modern writers. Some of the most brilliant examples are the novel of Nobel laureate Toni Morrison (born Chloe Ardelia Wofford, 1931) *Beloved*, (1987) and the novel by Colson Whitehead (1969–) *The Underground Railroad* (2016), which won the Pulitzer Prize.

Major parts of the folklore heritage of African Americans are the songs: work songs and spirituals. These songs convey all the nuance of the emotional state of the slave with particular sincerity and poetry; they combine tragic loneliness, spiritual suffering, a naïve faith that Jesus Christ will help, bound up with a simple faith in the Bible. It’s no surprise that compositions based on these songs became world hits. Look at the famous spiritual *Go Down Moses*, performed by Louis Armstrong (1901–1971), which won over the entire world.

The singing tradition of the slaves gave jazz its foundation – music that has conquered many nations with its emotionality, endless spiritual freedom and natural sensuality. Zora Neale Hurston quite correctly spoke of jazz as an essential part of African American self-identification. In her essay *How it Feels To Be Colored Me* (1928) she called attention to how she and her white friend perceived jazz differently:

In the abrupt way that jazz orchestras have, this one plunges into a number. It loses no time in circumlocutions, but gets right down to business. It constricts the thorax and splits the heart with its tempo and narcotic harmonies. This orchestra grows rambunctious, rears on its hind legs and attacks the tonal veil with primitive fury, rending it, clawing it until it breaks through to the jungle beyond. I follow those heathen – follow them exultingly. I dance wildly inside myself; I yell

⁵⁹ *Myers Ch.* Introduction // Hurston Z.N. *Lies and Other Tall Tales*. New York, 2005. P. 4.

within, I whoop... <...> My pulse is throbbing like a war drum... But the piece ends... I creep back slowly to the veneer we call civilization with the last tone and find the white friend sitting motionless in his seat, smoking calmly. “Good music they have here”, he remarks, drumming the table with his fingertips. Music. The great blobs of purple and red emotion have not touched him. He has only heard what I felt. He is far away and I see him but dimly across the ocean and the continent that have fallen between us⁶⁰.

African American folklore thus embodied ideas of the world, emotions, the hopes and dreams of freedom of an oppressed and suffering people who nevertheless never lost their sense of self, their “I”, their dignity.

The folklore of the white settlers to a large extent developed in direct contact with the traditions of the Native Americans and the African Americans, and it evolved in roughly the same amount of time as African American folklore. It is no coincidence that these traditions intersect on many levels: there are the same types of trickster-heroes, a common genre, even some characters from black and Native American folklore appear in white folklore. Even though there is also faith in witchcraft, to some extent, these magical types of subjects did not really catch on in white folklore. As the poet John Greenleaf Whittier (1807–1892) humorously put it:

The Irish Presbyterians who settled in New Hampshire about the year 1720 brought indeed with them, among other strange matters, potatoes and fairies; but while the former took root and flourished among us, the latter died out, after lingering a few years in a very melancholy and disconsolate way, looking regretfully back to their green turf dances, moonlight revels⁶¹.

In reality, the taming of new territories, the constantly shifting border between the cultivated lands and virgin territory (the frontier), demanded, not fairies, but people with a specific type of character: pioneers, hunters, trackers. The colorful and not always friendly reality was creatively transformed and gave birth to a new type of hero, a national mythology and a folklore that reflected the essential aspects of the pioneer, this new man – the American. The further West a person

⁶⁰ Hurston Z.N. How It Feels to Be Colored Me [Electronic resource]. <https://xroads.virginia.edu/~MA01/Grand-Jean/Hurston/Chapters/how.html> (accessed 18.03.2020).

⁶¹ Whittier J.G. Margaret Smith’s Journal, and Tales and Sketches // The Works of John Greenleaf Whittier: In 7 vols. Frankfurt am Main, 2018. P. 227.

went, the less he was tied to European traditions, and the more clearly he manifested those qualities necessary for life in the harsh conditions of untouched nature – a disregard for conventions, daring, endurance, cunning, determination and strength.

Real and fictional heroes existed on an equal footing in these tall tales. For example, the famous hunter Daniel Boone (1734–1820) was known for many deeds. He was the one who blazed the trail to the west, the so-called Wilderness Road, in what is now Kentucky. In 1773, he founded Boonsborough, one of the first English-speaking settlements beyond the Appalachian Mountains. He had acted heroically during the War of Independence (1775–1783), and had tried his hand at business: he sold land in Kentucky. He did not become a businessman; he got into debt and for a while even had to live in exile. Not long before his death, however, he was able to return home.

Even during his lifetime, Daniel Boone was a figure of legend; at the end of the 18th century, a book was published with stories of his adventures. In these tales Boone is depicted as a natural hunter, displaying his courage and skill even as a boy. There is one popular story about how as a young lad he felled a panther who was lunging at him with a shot straight to the heart. Daniel Boone was immortalized in literature in the image of Natty Bumppo, the main character of James Fenimore Cooper's pentalogy of novels known as the Leatherstocking Tales: *The Pioneers* (1823); *The Last of the Mohicans* (mentioned above); *The Prairie* (1827); *The Pathfinder* (1840); *The Deerslayer*, (1841).

Boone's fame was so great that it extended far beyond the borders of his own country. Even the famous British Romantic Lord Byron dedicated lines to him in his novel *Don Juan* (1824):

The General Boon, back-woodsman of Kentucky,
Was happiest amongst mortals anywhere;
For killing nothing but a bear or buck, he
Enjoy'd the lonely, vigorous, harmless days
Of his old age in wilds of deepest maze.
Crime came not near him – she is not the child
Of solitude; Health shrank not from him – for
Her home is in the rarely trodden wild,
Where if men seek her not, and death be more
Their choice than life, forgive them, as beguiled
By habit to what their own hearts abhor –
In cities caged. The present case in point I
Cite is, that Boon lived hunting up to ninety)⁶².

⁶² *Byron G.* Don Juan. Ch. 8 [Electronic resource]. https://www.gutenberg.org/files/21700/21700-h/21700-h.htm#2H_4_0010 (accessed 27.03.2020) .

Just as popular was David Crockett, who went down in history as Davy Crockett (1786–1836), a traveler, an officer and a political figure. He perished in the Battle of the Alamo (February 23 – March 6, 1836), during events tied to the U.S. acquisition of Texas. He, like Boone, was a living legend.

Accordingly, the stories about Crockett matched his status as “legend” – there were real tall tales, containing unusual stories of how skilled and cunning a hunter he was, how he never failed to bag his prey, how he always had bear meat and venison in abundance.

He was not above raccoon, either. It’s just that he didn’t have enough bullets and powder, so he learned to take raccoon without a weapon. One time Davy had chased a raccoon up a tree. The poor thing looked so unhappy that Davy couldn’t stand it and started laughing. The raccoon sat on the branch and shook, while Davy stood below, grinning. Finally the raccoon was overcome by that smile and fell to earth. Davy took the raccoon without firing a single shot⁶³.

After this, Davy Crockett’s smile became his chief weapon against raccoons, and it became famous.

Davy Crockett became one of the most beloved heroes, of course, not just because of his real or mythical successes in his “professional” life, but also because of the character created around his adventures. This is one of those resilient frontiersman, people who live in unbelievably difficult conditions, and who save themselves and others from the difficulties of life with humor, jokes, and tall tales:

In one word, I’m a screamer... <...> I can tote a steamboat on my back and play at rough and tumble with a lion... <...> I can walk like an ox, run like a fox, swim like an eel, yell like an Indian, fight like a devil, spout like an earthquake, make love like a mad bull, and swallow a Mexican whole without choking if you butter his head and pin his ears back⁶⁴.

It was not just the strong, skilled hunter who became a hero of folk tales, however. For example, Johnny Appleseed was not a great hunter. The name of this historical person was Jonathan Chapman (1774–1845), a Christian missionary on the frontier, who at the same time was promoting the need to plant fruit trees. He was the first to

⁶³ American Tall Tales / Ed. by M.P. Osborne. New York, 1991. Kindle edition.

⁶⁴ Ibid.

plant apple trees in the American Mid-West. In legends he is portrayed as a wandering preacher, who planted apple trees, maintained friendships with all residents of the frontier, with Native Americans, even with wild animals, and who was a great storyteller.

The folklore of the white settlers reflected not only the moods, aspirations, and moral values of the pioneers and hunters, but also real events from the War of Independence. Ordinary people, farmers and artisans, rose up to defend their interests and created a new country. Inspired by the battle, they wrote and sang songs and ballads celebrating their heroes. General George Washington was one of these popular heroes, as was, for example, the famous Paul Revere, (1734–1818), who before the war had the peaceful, not at all heroic profession of silversmith, from time to time earning extra money as a dentist. But when it came time to defend the American homeland, he turned out to be a real hero and a patriot. On the night of April 18–19, 1775, on the eve of the Battle of Lexington and Concord, Revere got an important message about the movements of the enemy troops. He got on a horse and managed to get to the rebels' positions, to warn them that the British were coming. This event was called *Paul Revere's Ride*, celebrated in oral tradition and in literature, as, for example, in the famous poem by Henry Wadsworth Longfellow, *Paul Revere's Ride* (1860). It ends with lines about Revere's feat, and about the general mood of the people:

So through the night rode Paul Revere;
And so through the night went his cry of alarm
To every Middlesex village and farm, –
A cry of defiance, and not of fear,
A voice in the darkness, a knock at the door,
And a word that shall echo for evermore!
For, borne on the night-wind of the Past,
Through all our history, to the last,
In the hour of darkness and peril and need,
The people will waken and listen to hear
The hurrying hoof-beats of that steed,
And the midnight message of Paul Revere⁶⁵.

Folklore flourished exceptionally well during the fight for independence, and did not stop flourishing after it was achieved; as the nation expanded westward, up until the mid-19th century, Americans

⁶⁵ Longfellow H. Paul Revere's Ride [Electronic resource]. URL: <https://poets.org/poem/paul-reveres-ride>.

continued to invent their heroes, investing them with their idea of the best qualities for a citizen of the young state. New heroes appeared, like Pecos Bill, the “greatest cowboy of all time”, who was supposed to have invented the cattle brand and the lasso; giant woodsman Paul Bunyan, and many other brave, daring, merry rogues.

These heroes, however, were just variations on a common theme: the image of the Yankee, the defiant and contentious colonizer, singing the upbeat song, “Yankee Doodle”. Today this song is seen as patriotic, but at first it was just some humorous couplets set to a simple, childish melody.

Where did the Yankee come from, who created this image, giving it a multitude of faces? As Constance Rourke wrote in her book *American Humor: A Study of the National Character* this image grew out of a peddler:

Abreast of the frontier, through the widening settlements of the Mississippi, tramped this long-legged wizard, decade by decade, bringing a splatter of color to farms... <...> ...providing the zest of the new tales and sharp talk. He was forever pushing into new regions... <...> ...walking to Oregon at the heels of the settlers, or on the march across the plains to the gold of California... Many hands had joined to fashion his figure⁶⁶.

The job of an itinerant merchant, what later came to be called a traveling salesman, demanded a talent for convincing people and for verbal acrobatics, as well as a sense of humor. The traits attributed to the Yankee – practicality and resourcefulness, actually were an in-born talent for making deals. The tales often contain a motif where the Yankee gets so carried away making deals that he ends up in a desert, where there is no one to make a deal with, and nothing to offer anyone – all he has is his old clothes. It wasn't the end result, but the process of trading that made both him and his buyer happy. There was also no practical use for his beloved genre – trickery – although in English it is called playing a “practical joke”.

It was the Yankee who had that special sense of humor that later came to be perceived as truly American. This humor grew out of the very depths of the national experience, where people needed caution and prudence, but also wanted a little simple fun. All of that gave rise to a specific type of American humor, which includes playing dumb, acting like a simple-minded onlooker. The mask was a kind of shield,

⁶⁶ Rourke K. *American Humor. A Study of the National Character*. New York, 1955. P. 10.

hiding one's true feelings of alarm, surprise, joy, worry, or anger. It also gave absolute freedom of imagination and expression, depending on which identity the storyteller assumed.

The Yankee always had a mass of stories at his disposal, on any topic, and often he would start out with one topic, but through his wandering narrative would lead his listener in a completely different direction, one that was more advantageous to the storyteller. This required quite a bit of talent, to deliver a monologue slowly and deliberately, but with sudden twists and turns and a lot of improvisation.

This oral tradition gave rise to a literary genre of the humorous story. As Mark Twain wrote,

The humorous story is American, the comic story is English, the witty story is French. The humorous story depends for its effect upon the manner of the telling... The humorous story may be spun out to great length, and may wander around as much as it pleases, and arrive nowhere in particular⁶⁷.

This was exactly the type of story that brought the writer fame all across America, in *The Celebrated Jumping Frog of Calaveras County* (1865).

Stand-up comics, who have become so popular lately, are also direct a continuation of the art invented by the irrepressible Yankee. Of course, they are not always so talented.

The American people have invented a lot of heroes, legends, and tall stories that reflect their irrepressible spirit, their amazing ability to withstand stress, their adaptability and their talent for prevailing over circumstances. Humor was a faithful friend in overcoming difficulties and attaining happiness in the new land. It's no accident that American folklore found a new subject in the 20th century, about traveling to the Promised Land. This story contains the whole history of how the Americans settled their new land, with its heroes who acquired life skills and wisdom along the way.

The narrative of this story is built around a family of farmers, who are constantly moving around in search of happiness. They travel to new territory, which they associate with the Promised Land. They have an enormous number of adventures, successes and catastrophes. The story ends with a reflection on the fact that the Promised Land exists, as does the American dream:

⁶⁷ Twain M. How to Tell a Story and Others [Electronic resource]. URL: https://www.gutenberg.org/files/3250/3250-h/3250-h.htm#link2H_4_0001 (accessed 17.01.2020).

Lord, how many places did we go, and how many people did we meet along the way! We worked. We made friends. We helped people, and they helped us. The children went to school. We lived in peace. We talked little; we did a lot. We had been living in Woodward County for three years when my husband had a stroke and died soon after. I loved him so much. For forty-three years we had been searching for the Promised Land together, and it was only right before his death that we made a very important discovery. We understood that there is no Promised Land. It's only in our dreams. Looking back on our life, we found that we were always looking for it, this land. We worked. We loved. We lived honestly. We brought up our kids. We were happy. We lived for forty-three happy years in the Promised Land⁶⁸.

In these simple, homely words is the wisdom of a people, its special optimism, faith in oneself and testimony to the fact that the American Dream existed, still exists, and will always be the engine that keeps Americans in constant motion, whether they were born there or came from other continents.

Further Reading

- American Folklore: An Encyclopedia. New York; London, 1996.
Dickson P. War slang: American fighting words and phrases since the Civil War. Washington DC, 2004.
Fairy Tales of the World / Compiled by V.P. Anikin, N.I. Nikulin, B.N. Putilov. Moscow, 1987. (In Russ.)
History of U.S. Literature: In 7 vols / Ed. by Ya.N. Zasursky, M. Korneva, E. Stetsenko. Moscow, 2000. Vols. 2–3. (In Russ.)
Lucas J.R. A Treasury of Legends. Create Space Independent Publishing Platform, 2017.
Polley J. American Folklore and Legend. New York, 1978. "Up with people!" From American Folklore. Moscow, 1983. (In Russ.)

Electronic Resource

See the video at: <https://edu.amc.ru/courses>

⁶⁸ Up with people! Moscow, 1983. P. 174. (In Russ.)

Lecture 7. The Regional Aspect of the American Dream: New England, the South, and the West

The character of the American Dream – its identity – is determined by many factors, among which an important place must be given to the regionalism of American culture. Regionalism is the result of the gradual settlement of the continent by people who arrived with their own goals and their own dreams.

From the very beginning of colonial times, the land was settled by various groups of people, who were constantly joined by new settlers with similar goals. Right from the start, there were three distinct regions. The New England Colonies included: New Plymouth, established in 1620 (it became part of Massachusetts); Massachusetts Bay (which included the modern state of Maine), established in 1630; Connecticut, 1635; Rhode Island, 1636; and New Hampshire, 1638. The Middle (Mid-Atlantic) Colonies included: Delaware, 1638; Pennsylvania, 1681; New York, 1664 (from 1631 to 1664 it was the Dutch colony of New Amsterdam); New Jersey, 1664. The Southern Colonies included: Virginia, 1607; Maryland, 1634; North and South Carolina, 1663; Georgia, 1732. The first three colonies formed the Upper South, the last three – the Lower South.

The colonies of these three regions rapidly spread West, forming the basis for the new country, having won independence from the British Crown in the American Revolution (1775–1789).

Later, after the huge Louisiana Purchase from France in 1803, the annexation of Texas in 1845, the Mexican-American War (1846–1848) and the discovery of gold in California, a new cultural region appeared on the map of America that differed strikingly from the rest – the West, often called the Wild West, with its heroes – cowboys and gold miners – and with its dream, often defended with a lasso and a Colt. The Wild West traditionally includes the states of Montana (1806); Texas (1845); California (1850); Kansas (1861); Nevada (1864); Colorado (1876); North and South Dakota (1889); Wyoming (1890); Arizona (1912); New Mexico (1912).

New England, the South, and the West have retained their specific regional differences to the present day, which can be seen in literature, music and film.

In spite of statements that regional cultural differences have given way to multicultural tendencies, modern American literature tells a different story. For example, there is a very distinct “Southern Gothic” style of literature: the works of Cormac McCarthy (born 1933), Harry Crews (1936–2012), and Donna Tartt (born 1963) would be impossible to understand or appreciate without their ties to the cultural traditions of the South. The worlds of horror created by Stephen King (born 1947) unquestionably spring from New England.

New England, which from 1791 included Vermont, united under its roof deeply religious people, mainly Puritans, followers of the Calvinist (the strictest) branch of Protestantism. Many of them had been persecuted for their faith in their homelands, and for this reason, their dream was freedom of conscience and the establishment of the “city on a hill”, New Jerusalem. They viewed their move to the new continent as an act of Divine Providence, showing them the path to a life where their faith would not be repressed.

This is how that dream was presented in the most famous sermon from the Colonial period, *A Modell of Christian Charity*, 1630, given aboard the “Arabella”, the second most important ship (after the “Mayflower”), by John Winthrop (1587/88–1649):

...we must knit together, in this work, as one man. We must entertain each other in brotherly affection... <...> We must delight in each other; make other's conditions our own; rejoice together, mourn together, labor and suffer together, always having before our eyes our commission and community in the work, as members of the same body. So shall we keep the unity of the spirit in the bond of peace. The Lord will be our God, and delight to dwell among us, as his own people, and will command a blessing upon us in all our ways... We shall find that the God of Israel is among us... <...>...when he shall make us a praise and glory that men shall say of succeeding plantations, ‘The Lord make it likely that of New England.’ For we must consider that we shall be as a city upon a hill. The eyes of all people are upon us⁶⁹.

In other words, the dream of the New England settlers was the construction of a social model founded exclusively on the “unity of the spirit”, the principles of freedom, and Christian charity, which could serve as a model for the rest of the world. This conviction in one's recititude, on the one hand, and on the other, the deep-seated reflex cha-

⁶⁹ *Winthrop, J.* A Model of Christian Charity [Electronic resource]. URL: <https://minio.la.utexas.edu/webeditor-files/coretexts/pdf/163020model20of20christian20charity.pdf> (accessed 08.10.2020).

racteristic of Protestants on the “correctness” of reading God’s word, defined the New England “regional dream”. It also contained one of the most important ethical principles of Protestantism – respect for labor, as well as constant improvement of oneself and the surrounding environment.

In essence, the New England Puritan thought of his life as a short-term stay of his spirit in an earthly shell, and in the final analysis, he either would or would not be saved. For this reason, the New England version of the American Dream, especially during the Colony’s first years, has a clearly defined religious content. For example, misfortune that fell to the Christian’s lot was seen as a sign from God, a test of the strength of his faith.

In one of the most famous texts of the 17th century, *The Sovereignty and Goodness of God: Being a Narrative of the Captivity and Restoration of Mrs. Mary Rowlandson* (1682), written by a native of New England, Mary Rowlandson, (born 1635/37–1711), who had been captured by Indians, this idea of trials sent by God is clearly expressed:

Before I knew what affliction meant, I was ready sometimes to wish for it. When I lived in prosperity, having the comforts of the world about me, my relations by me, my heart cheerful, and taking little care for anything, and yet seeing many, whom I preferred before myself, under many trials and afflictions, in sickness, weakness, poverty, losses, crosses, and cares of the world, I should be sometimes jealous lest I should have my portion in this life, and that Scripture would come to my mind, ‘For whom the Lord loveth he chasteneth, and scourgeth every Son whom he receiveth’ (Hebrews 12.6). <...> Affliction I wanted, and affliction I had, full measure (I thought), pressed down and. Yet I see, when God calls a person to anything, and through never so many difficulties, yet He is fully able to carry them through and make them see, and say they have been gainers thereby. And I hope I can say in some measure, as David did, ‘It is good for me that I have been afflicted... I have learned to look beyond present and smaller troubles, and to be quieted under them.’ (Psalms 118:71). As Moses said, ‘Stand still and see the salvation of the Lord’ (Exodus 14.13)⁷⁰.

Such an attitude towards one’s own life certainly gave rise to specific traits in the New England character – its resilience and refusal to knuckle under in the face of life’s trials. Even though the New

⁷⁰ *Rowlandson M.* Narrative of the Captivity and Restoration of Mrs Mary. 20th Remove [Electronic resource]. URL: https://www.gutenberg.org/files/851/851-h/851-h.htm#link2H_4_0020 (accessed 17.02.2020).

England dream dealt less with the material than the spiritual – being saved – it still gave the material world huge importance, as an area for improvement according to God’s plan. The intense scrutiny of the surrounding world with the goal of deciphering divine messages could not fail to have a distinct effect on a person’s character, value system, mentality, and therefore to create a special intellectual tradition.

This tradition is distinguished by intense reflection on the battle between Good and Evil, constant doubt about the rightness of the chosen path, and tireless work on improving oneself and the surrounding world, i. e., on creating the model “city on a hill” that the first settlers were dreaming of. It is no accident that almost all the Founding Fathers were followers of this intellectual tradition. At the beginning of the 20th century, the grandson and great-grandson of two U.S. presidents, Henry Adams (1838–1918), in his final work *The Education of Henry Adams* (1907), gave the following definition of the New England character and the consciousness of a resident of that region:

Resistance to something was the law of New England nature; the boy looked out on the world with the instinct of resistance; for numberless generations his predecessors had viewed the world chiefly as a thing to be reformed, filled with evil forces to be abolished⁷¹.

The world as an arena for the struggle between Good and Evil was most clearly presented in the works of New England Romantics, who reflected on the disconnect between the dream of an ideal society and the real world. They saw human nature as the reason why it was impossible to create that world; original sin was responsible. Herman Melville (1819–1891) wrote about this in *Moby Dick, or The Whale* (1851), his famous novel in which Captain Ahab projects his sinful nature onto the outside world and creates Evil.

Later, the idea of Evil and the ability of the human mind to create it would form the basis for the horror in the worlds of Howard Phillips “H.P.” Lovecraft (1890–1937), who inspired the aforementioned “King of horror” Stephen King.

The theme of the sinfulness of the human soul, as one of the main motifs in New England religious consciousness, forms the basic premise for the works of Nathaniel Hawthorne (1804–1864), one of the most brilliant of the New England writers. In his novel *The Scar-*

⁷¹ Adams H. Adams H. *Education of Henry Adams: An Autobiography*. In 2 Vols. New York, 1964. Vol. 1. P. 5.

let *Letter* (1850), he shows the impossibility of attaining a dream if one does not have the strength to admit one's sin. Dimmesdale, the minister, dies without confessing to adultery, while the heroine, Hester Prynne, condemned by the residents for that sin, gradually wins their respect and in practical terms demonstrates her right to live independently, free from prejudice.

It is not surprising that with such a satisfying interior world, New England was the birthplace of the national intellectual and philosophical tradition in America. The first settlers, after all, in order to provide for the spiritual state of the region's residents, established the first college in 1636 to educate the clergy, which has now become a world leader for scholarship – Harvard University. Naturally, it was New England thinkers who founded the first national philosophy – transcendentalism (from the Latin “transcendens” – to go beyond).

Transcendentalism is rightfully considered the philosophy of American individualism, expressed in the doctrine of “self-reliance”. This doctrine, which encourages trust in one's instincts and intuition in identifying Good and Evil, became a unique philosophical basis for the American individualist-enthusiast, happily discovering his internal world as an absolute, but not sole value of the universe.

I celebrate myself, and sing myself,
And what I assume you shall assume,
For every atom belonging to me as good belongs to you⁷².

These lines by Walt Whitman (1819–1892) are the best reflection of the essence of the transcendentalist concept of the value of the individual and its interconnection with the people and the world around it.

It is natural that abolitionism (from the Latin “abolitio” – to abolish; movement to abolish slavery and to free the slaves) was most widespread among New England intellectuals, with their desire to remake the world, and their refusal to accept a lack of freedom in their land. It was within the confines of this movement that the most famous anti-slavery novel, *Uncle Tom's Cabin* (1852) by Harriet Beecher Stowe (1811–1896) was written. It may be impossible to find a work of literature in any other country that would have such a powerful effect on the consciousness of a nation as this novel. There is a legend that President Abraham Lincoln, meeting the author at the beginning of the Civil

⁷² Whitman W. Song of Myself [Electronic resource]. URL: <https://www.poetryfoundation.org/poems/45477/song-of-myself-1892-version> (accessed 12.11.2020).

War (1861–1865) half in jest said “So you are the little woman who wrote the book that started this great war”⁷³.

The fates of the main heroes as well as many of the minor characters in the novel reflected all of the disasters and humiliations that slavery inflicted on dark-skinned people. Slavery is presented in the novel as a completely immoral phenomenon, that has equally negative effects on slaveowners as slaves, since it morally cripples them.

Abolitionism, by bringing the problems of freedom and independence of the black slave to the forefront, forced society to confront these problems in a general sense. For example, one of the founders of the “American Anti-Slavery Society”, William Lloyd Garrison (1805–1879), not only rejected slavery, he defended the freedom and independence of all people and all nations, with their right to a peaceful life. In the famous *Declaration of the American Anti-Slavery Society* (1838) he declared:

Our country is the world, our countrymen are all mankind. We love the land of our nativity only as we love all other lands. The interests, rights, liberties of American citizens are no more dear to us than are those of the whole human race. Hence, we can allow no appeal to patriotism, to revenge any national insult or injury⁷⁴.

It is interesting to note that this dream of the New England philosopher elicited a sincere response by Leo Tolstoy, who called Garrison “one of the greatest people”, “who was, and is, not only a warrior in the fight against slavery in America, but a great prophet for all mankind”. Tolstoy translated the *Declaration of Sentiments* and included this translation in his tract *The Kingdom of God is Within You* (1890–1893).

This tireless New England striving, this desire to remake and perfect the world, was far from always in tune with the hopes and dreams of their Southern neighbors, which, actually, led to one of the most important chapters in the history of the United States – the Civil War. The slave-owning South, from the very beginning of its existence, differed significantly in its ideological, social, and economic cli-

⁷³ Harriet Beecher Stowe: The Little Woman Who Wrote the Book that Started This Great War [Electronic resource]. URL: <https://ehistory.osu.edu/articles/harriet-beecher-stowe-little-woman-who-wrote-book-started-great-war> (accessed 10.11.2020).

⁷⁴ Garrison W.L. Declaration of Sentiments of the American Anti-Slavery Society [Electronic resource]. URL: https://wwnorton.com/college/history/archive/resources/documents/ch15_04.htm (accessed 10.10.2020).

mate. It became the home of people who came not for freedom of religion (with the exception of the state of Maryland, which had been a refuge for English Catholics), but for material prosperity. By the mid-19th century, this region, which at various times was joined by Texas, Tennessee, Kentucky, Arkansas, Louisiana, Mississippi, Alabama, Maryland, Florida, Oklahoma, already differed so much from all the other regions of the U.S. that it was, in the words of modern historians, “a country within a country”.

Captain John Smith (1580–1631), founder of the Virginia Colony, in his work *The Generall Historie of Virginia, New England and the Summer Isles* (1624), did a lot to shape the image of the South as a land of plenty, with generous and fertile land, in which every man can attain happiness. Of course, this was happiness for the white man. In 1619, the first slave ship arrived on Virginia’s shores, bringing dark-skinned people, for whom happiness was not provided.

The South’s emergence as a distinct region was, of course, aided by its geographical position, special natural and climate features – a lot of sunshine, moisture, lush vegetation. In the letters of planter William Byrd (1674–1744), dating from 1726–1727, there is a fairly broad picture of an almost idyllic existence in Virginia. The author describes the climate, the wonderful flowering spring, the warm sunshine, the fresh air and the cloudless sky.

Our land produces all the fine things of Paradise, except innocence and the Tree of Life⁷⁵.

This perception of Virginia was characteristic of the South as a whole, existing in the consciousness of white Southerners up until the Civil War. It is a mythical image of a perfectly organized patriarchal society, in which every Southerner, black and white, man and woman, rich or poor, occupied the place they were meant to and were happy there.

The family is the basis for the Southern idea of the stability of the world of the South. At the head of the family was a man, the master, who was responsible for the material security of the family, the Southern cavalier, whose characteristic qualities were honor, duty, paternalism, and gallantry. The women ruled the spiritual side, embodying love, tenderness, friendship, and all the other Christian virtues; this is a Southern Lady – mother, wife, and respectable, prudent mistress of a large family.

⁷⁵ William Byrd of Westover to Charles Boyle, Earl of Orrery // *An Early American Reader*. Washington, D.C., 1989. P. 56.

The white family was completed by its black servants, among whom the leading role belonged to the black “mammy”, a type of link between the black and white members of the family. This image is awarded the highest moral qualities and is a kind of emblem of the spiritual and material worlds of the family to which this “mammy” belongs. All the other black members of a white Southern family – naïve, kind, satisfied large children, demanding constant care and a certain strictness, as the Southern writer Caroline Howard Gilman (1794–1888) noted, made up a specific kind of “landscape” against which the life of the Southerner transpired.

This image has had extraordinary cultural-historical stability from the moment it appeared in American national literature in the 1830s. It was writers who had the most immediate effect on the creation of the South’s image in the antebellum years; they saw the South as the embodiment of a dream of a harmonious and aristocratic society. The novels of William Gilmore Simms (1806–1870), such as *Gay Rivers: A Tale of Georgia* (1834); *The Yemassee* (1835); *Richard Hurdis, Or The Avenger of Blood: A Tale of Alabama* (1838) and many others, were designed to glorify the Southern way of life with Southern cavaliers and ladies, so far from Yankee practicality, with special Southern spirituality, and patriarchal concepts of honor, respectability and hospitality.

The strength of these concepts of the South, and their effect on Southerners themselves, even years after the Civil War that supposedly destroyed that world, was described in *Life on the Mississippi* (1883) by Mark Twain (1835–1910):

There, the genuine and wholesome civilization of the nineteenth century is curiously confused and commingled with the Walter Scott Middle-Age sham civilization; and so you have practical, common-sense, progressive ideas, and progressive works; mixed up with the duel, the inflated speech, and the jejune romanticism of an absurd past that is dead, and out of charity ought to be buried⁷⁶.

The unfading charm of this image of the Old South and its particular spirituality retains its power even today, aided in no small part by Margaret Mitchell’s 1936 novel *Gone with the Wind*, along with the 1939 film version. Margaret Mitchell drew a charming portrait of the

⁷⁶ Twain M. *Life on the Mississippi* [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/245/245-h/245-h.htm#linkc6> (accessed 17.02.2020).

South and Southerners, living according to a code of conduct passed down through generations, and forming the basis of the Southern way of life. This code of conduct, according to American researcher S. Brabant, boils down to a person having to act in order to survive, but must do it with as much dignity as possible.

The defeat of the South in the Civil War obviously did not destroy the myth; on the contrary, it gave rise to a new myth, nostalgia for the “Lost Cause”, characterized by the tragic rejection of an unfair, merciless time.

This theme, the shattered dream of a harmonious Southern life, is taken up by the literature of the “Southern Renaissance” – the period of the development of Southern literature in the 1920s through the 1950s, thanks to which the Southern myth did not disappear, but instead far exceeded its chronological and cultural framework, overcame its regional nature and transformed itself into a phenomenon of American national culture. An entire pantheon of remarkable authors called for a reexamination of Southern history in the modern context. The Southern Renaissance included William Faulkner (1897–1962), Robert Penn Warren (1905–1989), Tennessee Williams (born Thomas Lanier Williams III, 1911–1983). Truman Capote (born Truman Streckfus Persons, 1924–1984), Flannery O’Connor (1925–1964), Carson McCullers (born Lula Carson Smith, 1917–1967), Eudora Welty (1909–2001), Harper Lee (1926–2016), and others.

In the words of William Faulkner, writers of this region

...seem to try in the simple furious breathing (or writing) span of the individual to draw a savage indictment of the contemporary scene or to escape from it into a make-believe region of swords and magnolias and mocking-birds...⁷⁷

The Southern writers of the 20th century are characterized by a concept of cyclical, rather than linear, time, the appeal to myth, to dying and feeling of guilt towards the black population. As William Faulkner put it, every white Southerner is born nailed to a black cross. This gives rise to a tragic view of a world that is falling apart, dying right before one’s eyes. This gives rise to a fierce resistance to the passage of time, to change. This is why one of Faulkner’s most significant works, *The Sound and the Fury* (1929) ends with a scene where Benjy forces the buggy to turn in its habitual direction, so that

⁷⁷ William Faulkner: Critical Assessments / Ed. by H. Claridge. In 4 vols. Vol. 4. Mountfield, 1999. P. 170.

...cornice and facade flowed smoothly once more from left to right; post and tree, window and doorway, and signboard, each in its ordered place⁷⁸.

In the novels of the South, this nostalgia for “ordered places” is often accompanied by the depiction of a tragically absurd world, in which, however, there is room for hope, for the dream that it can be restored. These dreams are embodied in children, who personify the idea of purity and innocence, and, primarily in the images of black “mammys” and colored friends, bearers of goodness, common sense and, in general, all the natural impulses that white Southerners have lost. This is Dilsey in *The Sound and the Fury*, Catherine Creek in *The Grass Harp* (1951) by Truman Capote, and Calpurnia in *To Kill a Mockingbird* (1960) by Harper Lee.

All these Southern writers brought glory to American literature. As James Billington, director of the Library of Congress, said in an interview with *Literaturnaya Gazeta* in 1988,

...the best American literature comes from the South. Southerners may have lost the war, he said, but they won great literature, perhaps because they have suffered so much⁷⁹.

Completely different dreams and a completely different type of thought are found in the literature of the West, also known as the Wild West and the Old West, and the Roaring West. All of these names come from an attempt to give the closest possible definition of the specific character of this region, which owes its birth and rapid rise to the American frontier – the line, constantly shifting from East to West, that marked the border between settled and virgin lands. The Western expansion and frontier life enabled to formation of a type of character that united brute strength, curiosity, acumen, tireless energy, a sharp, practical mind, and with all of this, a joy in life and an emotionality granted by the constant sense of freedom.

On one hand, the limitless expanses that lay before the frontiersman constantly supported the idea of America’s possibilities, there for the taking. On the other, life on the frontier led to a savage competition, a “he who gets there first is right” type of mentality, a pitiless ex-

⁷⁸ *Faulkner W.* The Sound and the Fury [Electronic resource]. URL: <https://antilogicalism.com/wp-content/uploads/2018/04/sound-and-fury.pdf>. P. 252 (accessed 27.03.2020).

⁷⁹ *Billington J.* Russia’s Unique Features // *Literaturnaya gazeta*. 1988. April 13. P. 13. (In Russ.)

exploitation of land resources and cruelty towards the native population. It was during the massive resettlement of Native Americans that the expressions “the Indians must go” and “the only good Indian is a dead Indian” arose.

The West and the frontier gave birth to national heroes like hunter and pioneer Daniel Boone (1734–1820). Boone’s name became a symbol of the frontiersman and real American thanks to the book by John Filson (1747–1788) *The Discovery, Settlement and Present State of Kentucke*, one chapter of which, “The Adventures of Colonel Daniel Boone”, told of the unusual feats and actions of the pioneer. The figure of Boone has become part of American folklore, American Romantics were inspired by him as they sought to create the literary image of a real American. James Fenimore Cooper (1798–1851), for example, took the theme for his novel *The Last of the Mohicans: A Narrative of 1757* (1826) from the story of the kidnapping of Boone’s daughter Jemima by an Indian tribe.

The most vivid example of the pioneer, reflecting the specific color of the Wild West, appeared in the second half of the 19th century, when crowds rushed to California gold mines, chasing their get-rich-quick dreams. Francis Bret Harte (1836–1902) drew the most vivid and uncompromising picture of this type of person in his works. His short-story-parable *The Luck of the Roaring Camp* (1870) shows this clearly in his characterization of the diverse population, through the list of gifts to an unexpected new-born in the gold miners’ camp, where death was a constant guest, but there had not yet been a single birth. The list includes:

...a silver tobacco-box; a doubloon; a navy revolver, silver mounted; a gold specimen; a very beautifully embroidered lady’s handkerchief (from Oakhurst the gambler); a diamond breastpin; a diamond ring (suggested by the pin, with the remark from the giver that he “saw that pin and went two diamonds better”); a slung shot; a Bible (contributor not detected); a golden spur; a silver teaspoon (the initials, I regret to say, were not the giver’s); a pair of surgeon’s shears; a lancet; a Bank of England note for £5; and about \$200 in loose gold and silver coin⁸⁰.

This simple enumeration of gifts contains both humor and psychological analysis, allowing the reader to guess the occupation, origin, character and fate of the colorful population of the Roaring Camp.

⁸⁰ Harte B. *The Luck of Roaring Camp* [Electronic resource]. URL: <http://www.lib.ru/INPROZ/GART/happy.txt> (accessed 15.03.2020).

Each gift is quite symbolic: those who bring gifts to the newborn see in him the rebirth of their own failed dreams.

The West was not just gold miners; there were people with much more peaceful professions, like cowboys who tended cattle. They become the heroes of short stories by O. Henry (born William Sydney Porter, 1862–1910), who knew life in the West first-hand – he grew up in Texas. He gathered his observations in a collection of short stories called *The Heart of the West* (1907), where the action occurs in cowboy camps or on ranches, and the characters are cowboys from the West with their ideas of love, fidelity, freedom and true friendship. As the hero of *A Call Loan* says:

...it is a man I've laid on the same blanket with in cow-camps and ranger-camps for ten years. He can call anything I've got. He can call the blood out of my veins and it'll come⁸¹.

The stories have an atmosphere of the free life in Nature and good humor – cowboys love practical jokes and are happy to tell about them. This is the atmosphere in which American folklore, with its rough-hewn heroes, was born.

Mark Twain also had a deep connection to the West. His stories, beginning with “The Celebrated Jumping Frog of Calaveras County” (1865) are also full of the slightly crude humor of cowboys and gold miners, and his *Huck Finn*, who lives on the border between Nature and civilization, contains in himself the main characteristics of the frontier – his love of freedom and his belief in friendship.

The spirit of the West colors all of *The Stories of the North* by Jack London (born John Griffith Chaney, 1876–1916), who created genuine, cohesive characters who display true fidelity, honor, courage and self-sacrifice.

All these works represent a part of truly outstanding American literature, in which the West is presented in all its multi-faceted reality, with all its positive and negative sides.

Another tradition that gave birth to numerous stereotypes in the “Western” genre is linked to a novel by Owen Wister (1860–1938) *The Virginian: A Horseman of the Plains* (1902), which tells the story of a young cowboy in love with a schoolteacher, interrupted from time to time by the schemes of a local villain. The finale of the novel is the fulfillment of the great American Dream: the hero marries, becomes a cattle ranching magnate. The book was a resounding success and gave rise to a host of imitators, promoting the image of the victorious cowboy in literature and film.

⁸¹ O'Henry. *A Call Loan* [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/1725/1725-h/1725-h.htm#chxiv> (accessed 15.03.2020)

The West left an indelible mark on U.S. culture as a special tradition. This is not just the famous genre of the “Western”; it is heroes of this region representing the genuine American Dream in its romantic and pragmatic variants – a dream of freedom and limitless expanses, of possibilities and rapid riches. This is why everything linked to Western culture in mass consciousness is still unusually attractive right up to today.

As we see, the American Dream in its regional aspects has a number of specific characteristics dictated by social, historical and cultural context. Despite the differences of views of the Dream and of values that cannot be sacrificed to attain it, Americans from all regions are united by their faith in the possibilities that America represents.

Further Reading

- Baranova K.M.* The Origins of the Basic Leitmotifs of American Literature in the Colonial Period (17th Century). Moscow, 2009. (In Russ.)
- Bolkhovitinov N.N.* The Role of the ‘Moving Border’ in the History of the U.S. // Questions of History. 1962. № 9. P. 57–74. (In Russ.)
- Bradbury J.M.* Renaissance in the South: A Critical History of the Literature 1920–1960. Chapel Hill, 2001.
- Buchanan P.J.* The Death of the West. Moscow, 2003. (In Russ.)
- Carroll P.N.* Puritanism and the Wilderness. New York; London, 1969.
- Gray R.J.* The Literature of Memory: Modern Writers of the American South. New York, 1977.
- A History of U.S. Literature: In 7 vols. / Ed. by Ya. N. Zasursky, M. Korneva, E. Stetsenko. Moscow, 2000. (In Russ.)
- Holman H.C.* The Roots of the Southern Writing. Essays on the Literature of the American South. Athens, 2008.
- Mark Twain and His Role in the Development of American Realist Literature / Ed. by Ya.N. Zasursky. Moscow, 1987. (In Russ.)
- Morozova I.V.* The “Southern Myth” in the Literature of Female Writers in the Old South. St. Petersburg, 2004. (In Russ.)
- Origins and Formation of American National Literature of the 17th and 18th Centuries. Moscow, 1985. (In Russ.)
- Stone I.* Men to Match My Mountains: The Opening of the West, 1840–1900. New York, 1987.
- Vashchenko A.V.* Foreword // Ghosts of the Bisons: American Writers on the West. Moscow, 1988. P. 5–12. (In Russ.)
- Vashcehnko A.V.* Literature of the West // Problems in the Making of American Literature. Moscow, 1981. P. 195–216. (In Russ.)
- Yatsenko V.I.* The Literature of the American South: 1865–1900: Textbook. Ivanovo, 1984. (In Russ.)

Electronic Resource

See the video at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 8. Women's Paths to American Happiness: Biographies of Successes and Failures

American history has many glorious pages written by women and about women who fought for their idea of personal freedom and happiness, as well as for the happiness of their country.

From the moment the continent was settled, there were remarkable women in the colonies – mothers, wives, and daughters of the first settlers, called the Pilgrim Fathers. There was no similar title invented for the women, but they bore the hardships just as bravely and with just as much dignity, they were the bulwark, the support of their families and their communities. Women made a great contribution to the foundation and development of the new state, defending their right to their own opinions and their own paths to attaining their dream.

Anne Hutchinson, for example (née Anne Marbury, 1591–1643), who is recognized as one of the most famous women of the colonial period, played an important role in establishing freedom of religion. She was the ideological inspiration for the Antinomian movement, which was based on the belief that the faithful had a direct relationship with God. Anne Hutchison was, perhaps, the first American woman who was not afraid to speak out against the generally accepted dogmas, and who was, moreover, capable of gathering like-minded people around her. Her faith, her fortitude, and her courage were echoed in the work of an entire pantheon of female reformers. Hutchison was accused of heresy; she was convicted and sentenced to banishment. Nathaniel Hawthorne (1804–1864), in his novel *The Scarlet Letter* (1850), called her “sainted”, mentioning the New England legend that a rose bush had sprung up under her footsteps as she entered the prison. As a result, however, Anne Hutchison was forced to move to an area of New Amsterdam (what is now New York) that was not very favorable in terms of relations with the Native Americans; she and five of her children were massacred when the Native Americans attacked their farm.

It was a woman who became the first American poet. Anne Bradstreet (1612–1672) wrote religious poetry and verses about nature, lyrical love poems dedicated to her husband, and witty everyday verses, but her main theme was always a poetic celebration of

family happiness, of hearth and home, of getting and maintaining a household. She, like many of the first female colonists, saw this as her destiny.

The War of Independence (1775–1783) gave rise to an entire pantheon of famous women, genuine patriots, who fought shoulder to shoulder with their husbands. There is the legendary Molly Pitcher (real name Mary Ludwig Hays McCauley 1744(?)–1832), who followed her husband to war and who carried water around to cool the weaponry during battle, and who later became a cook and laundress. There was also Margaret Cochran Corbin (1751–1800), who replaced her wounded husband in battle and lost an arm. There was Deborah Sampson Gannett (1760–1827), who, like the Russian Cavalry Maiden Nadezhda Durova, wore men's clothing and, under the name Robert Shurtliff, enlisted as a soldier in a light infantry company of the Fourth Massachusetts Regiment and fought bravely.

The era of the struggle for independence was one of the most important stages of the formation, not only of national political and social ideas, but of female identity. On March 31, 1776, Abigail Adams (1744–1818), wife of the future second president of the United States, in a letter to her husband, insisted that articles guaranteeing women's independence be included in the Constitution:

I long to hear that you have declared an independency. And, by the way, in the new code of laws which I suppose it will be necessary for you to make, I desire you would remember the ladies and be more generous and favorable to them than your ancestors. Do not put such unlimited power into the hands of the husbands. Remember, all men would be tyrants if they could. If particular care and attention is not paid to the ladies, we are determined to foment a rebellion, and will not hold ourselves bound by any laws in which we have no voice or representation⁸².

Since the process of forming the young state touched on cultural life as well as political aspects, it is natural that women in this period began to demonstrate their talents in the literary and creative fields as well.

In their works, the first women writers in the new nation took on the most pressing socio-political problems of their time and their country. Among the most famous female representatives of American literature of this period were Mercy Otis Warren (1728–1814), a play-

⁸² Abigail Adams to John Adams. 1776. March 31 [Electronic resource]. URL: <http://www.thelizlibrary.org/suffrage/abigail.htm> (accessed 14.09.2020).

wright, poet and historian, and Judith Sargent Murray (1751–1820), a brilliant essayist.

Mercy Warren was deeply concerned with the lack of equality that women faced and devoted herself almost totally to their education. She spoke out against educating women only in sewing and handicrafts, while men were studying history, Greek, and Latin. She saw such attitudes towards women as a clear violation of basic human rights, and of the philosophical spirit that inspired the American Revolution, and which was reflected in the Declaration of Independence. Her ideas were often rejected, but it was in large measure thanks to her that in 1821, less than 10 years after her death, Emma Hart Willard (1787–1870) opened the first institute for women – the Troy Female Seminary – in New York State.

Judith Sargent Murray, a younger contemporary of Mercy Warren, also worked for women's rights. Her most famous essay was "On the Equality of the Sexes", written in 1792. In it, Judith Murray anticipated the feminist ideas of her more famous English contemporary, Mary Wollstonecraft (1759–1797), who is considered the founder of the feminist movement. The most famous phrase from this essay – "Yes, ye lordly, ye haughty sex, our souls are by nature equal to yours; the same breath of God animates, enlivens, and invigorates us"⁸³, became the motto of the women's movement for the equality of the sexes in the U.S. from the end of the 18th until practically the end of the 19th centuries.

She passionately defended the position that, if America really wanted to attain the greatness that God had intended, it must develop the intellect and virtue of all its citizens, including women. Murray emphasized that America's future depended on the degree to which women participated in building the young state, since it was they who played the main role in raising the younger generation of Americans. How could a woman raise the new generation of patriots, and give them the necessary knowledge about their civic duty, if she herself was not considered a full-fledged citizen?

These ideas found their most extensive treatment in the concept of "Republican Motherhood", which boils down to women being obligated to educate themselves in the principles of freedom, independence and democracy, so that they could transmit these republican principles to the younger generation.

In the discussion that unfolded on the cusp of the 19th century on the role of women in society, the central position was given to home

⁸³ *Murray J.S. On the Equality of the Sexes // Selected Writings of Judith Sargent Murray. Oxford, 1995. P. 32.*

and family as the pillar of the nation. The poetic embodiment of the cult of the home was the famous song written in 1823 by American John Howard Payne to the music of Englishman Henry Bishop, the hymn to the American home, with the famous words "Home! Home! Sweet, sweet home! There's no place like home".

The rules for upbringing and future conduct that formed the dream of women in the 19th century were formed along these lines – "sacrifice everything on the altar of family affection". Just such a feminine destiny was depicted poetically and vividly in Harriet Elizabeth Beecher Stowe (1811–1896) in her novel *The Minister's Wooing*:

The fair poetic maiden, the seeress, the saint, has passed into that appointed shrine for woman, more holy than cloister, more saintly and pure than church or altar – a Christian home. Priestess, wife, and mother, there she ministers daily in holy works of household peace, and by faith and prayer and love redeems from grossness and earthliness the common toils and wants of life⁸⁴.

Along with this, it was on women's shoulders that the responsibility for organizing a "Christian home" rested – a place where the fate, not only of that home, but of the entire nation, was decided by a woman. So, for example, did Catharine Esther Beecher (1800–1878), Harriet Beecher-Stowe's sister, dedicate her book *The American Woman's Home, Or, Principles of Domestic Science, Being a Guide to the Formation and Maintenance of Economical, Healthful, Beautiful, and Christian Homes*, (1869): "To the women of America, in whose hands rest the real destinies of the Republic".

In the first half of the 19th century, ideas began to take shape quite clearly that would form the basis for the feminist movement in the U.S. They arose within the abolitionist movement, and the date of the beginning of the feminist movement in the U.S. is usually considered to be 1832, when Maria Weston Chapman (1806–1885) and 12 of her associates organized the Boston Female Anti-Slavery Society. By 1834, the New York Female Moral Reform Society was created, which later grew into the American Female Reform Society.

The women's movement gained momentum after the historic Women's Rights Convention in Seneca Falls, New York, in 1848. The participants adopted the *Declaration of Sentiments*, which they contrasted to the *Declaration of Independence*. This important document expressed demands for equal rights for women in all issues, including the right to vote.

⁸⁴ Beecher Stowe H. *The Minister's Wooing*. New York, 1859. P. 568.

In the period between 1820 and the 1850s, the literary market was flooded with essays, sermons, poems, and novels that tried to help women gain knowledge about their place in society, offering advice and the philosophical basis for family life and maintaining a home. It was during this time that women began to develop a powerful voice in social commentary; the first female newspapers and magazines appeared. These publications launched the careers of many American women writers, some of whom were extremely popular, and who had a fairly deep influence, not only on the formation of the literary tastes of their female contemporaries, but on U.S. public life.

One example is Sarah Josepha Buell Hale (1788–1879), who became one of the most significant figures in American life in the first half of the 19th century, nowadays more famous as the author of the children's verse *Mary had a little lamb* (1830). In fact, she was a woman who managed to attain her dream under conditions of absolute male dominance in the 19th century: she was an exemplary wife and the mother of five children, but at the same time she became the editor of the first American women's journals, *American Ladies' Magazine* and *Godey's Lady's Book*. Considering it necessary to develop the literary taste of the female reading audience, she published the works of Washington Irving, Henry Wadsworth Longfellow, Ralph Waldo Emerson and Edgar Allan Poe in her magazine.

In addition, Sarah Hale was herself the author of a whole series of novels. In them she advanced the idea of a peaceful coexistence of the North and the South on the basis of compromise, as, for example, in her novel *Northwood* (1827). Following this thought, she proposed making Thanksgiving a national holiday, instead of just a New England one. In 1863, at the height of the Civil War, President Abraham Lincoln, bowing to Sarah Hale's insistent demands, signed the Proclamation of Thanksgiving.

In all of her activities, Sarah Hale affirmed the dream of the 19th-century woman: to be an example of moral, primarily Christian, virtue, not only in her own home, but for the nation. This dream was embodied in hundreds of novels written by female American authors, where the heroine actively defends her opinions, while remaining the embodiment of tenderness and vulnerability.

The novels of Catharine Maria Sedgwick (1789–1867) and Emma Dorothy Eliza Nevitte Southworth (1819–1899) were especially popular, and often became bestsellers on a par with the works of Charles Dickens. They developed the American woman's ideas of her destiny and her dream.

The popular novel *Little Women* (1868) by Louisa May Alcott (1832–1888) was created along these lines. It told of the joys,

sorrows, hopes, and experiences of four sisters, each of whom is a strong individual. The main lesson of this book is endurance, and an understanding of the value of what you have, the ability to focus on the positive, to believe that things can be better, and to attain happiness. The girls' stories naturally continue in the novel *Good Wives* (1869).

The turning point in such an understanding of woman's destiny came with the works of Sarah Margaret Fuller Ossoli (1810–1850), primarily her essay *Woman in the Nineteenth Century* (1845), which anticipated the image of the “new woman” at the dawn of the 20th century. In it, Fuller calls woman “Queen of the Earth”, and emphasizes that she must prize spiritual freedom above all else, she must obey her inner voice and her own will. Modern society, in her opinion, does not create women; instead, it produces “overgrown children”, incapable of an independent life. Fuller was not demanding that women copy men and become similar to them; true equality would only come when women realize their own nature and begin to follow it.

This is what women were writing about on the cusp of the 20th century, including Edith Wharton (née Edith Newbold Jones, 1862–1937). During World War I, Wharton worked as a journalist, personally visiting the front. She was helping refugees, for which she was awarded a Legion of Honor medal by the French government in 1916.

Wharton received a Pulitzer Prize for her novel *The Age of Innocence* (1920); she was the first woman given such an honor. In many ways the novel reflected her own discomfort with the strict confines of convention that imprisoned women in the circle of outmoded concepts about their place in society.

Kate Chopin (1851–1904) challenged convention in her novel *The Awakening* (1899). The novel was rejected by many critics and banned for violating public morality. A novel about how a woman tries to escape rules and norms of behavior that have been foisted upon her, in the end committing suicide, was seen as an attack on social mores. Today there is not a single anthology or university course on American literature that does not contain this novel as a work in which the heroine's individual rebellion is seen as the appearance of the “new woman” in American society.

The novel *My Antonia* (1918) by Willa Sibert Cather (1873–1947), also contains an image of the “new woman”, a Czech immigrant, unbowed by numerous difficulties in life, who, with determination, arrives at her dream: she gets a home and builds a large, loving family on land that belongs to her.

An absolutely new type of woman with new aspirations was presented in the novel by African American writer Zora Neal Hurston

(1891–1960), *Their Eyes Were Watching God* (1937). It is the story of a black woman's search for identity, how she grew up to reject the place destined for her in the social hierarchy – “the inferior race, the inferior gender”. As a result, she completely rejects marriage and motherhood, thereby changing the concept of women's destiny that had existed for centuries; she frees her character from all the demands placed upon her. In her novel, Hurston reflected not only the African American woman's dream, but the dream of the white American woman: to be free and decide her fate independently, obeying her internal voice – the same themes that Margaret Fuller had raised in the first half of the 19th century.

In the so-called “red decade” of the 1930s, when the severe economic crisis caused many to question long-held beliefs and stereotypes of an endlessly prosperous America were being smashed, women emerged on the front lines of the social battles, seeing their dream in the defense, not only of their own equality, but of the rights of all the dispossessed. It's no coincidence that many of them joined leftist organizations. One example of this is Tillie Olsen, (née Lerner, 1912–2007). Daughter of Jewish immigrants from Russia, Olsen took an active part in the struggle for workers' rights, and, dropping out of college, she tried to create a workers' organization, which within a short time landed her in jail. That was when she began writing the novel *Yonnonidio: From the Thirties* (1974), about the difficult life of a worker's family, and about how the family survived in large part due to the determination and the unbreakable character of the mother of the family, Anna Holbrook.

Among the ranks of important figures in America's social life is Lillian Hellman (1905–1984), author of short stories and plays about the corrupting power of money and goods in American society.

In her famous play, *The Little Foxes* (1939), she explores the Hubbard family drama. They dream of a mill and a cotton factory, but for that they need money. For this reason, cruel Regina, sister of the greedy brothers Ben and Oscar, practically murders her idealist husband Horace. The biblical epigraph of the play is testimony that Hellman was concerned with the fate of all America, which was in danger from its desire for wealth: “Take us the foxes, the little foxes, that spoil the vines: for our vines have tender grapes”.

Lillian Hellman was always distinguished by the clarity of her social position: she went to Spain during the Civil War, then openly criticized the U.S. government for waiting so long to adopt any measures against Fascism. In the 1950s, although she had never been a member of the Communist Party, she was called before a session of the House Un-American Activities Committee, to testify against her

old friend, Dashiell Hammett (1894–1961), creator of the “hard-boiled detective” genre. Her reply, full of unusual dignity, swept through the entire country:

To hurt innocent people whom I knew many years ago in order to save myself is, to me, inhuman and indecent and dishonorable. I cannot and will not cut my conscience to fit this year's fashions, even though I long ago came to the conclusion that I was not a political person and could have no comfortable place in any political group⁸⁵.

In the novels of the 195–0s-1960s, the woman is often presented as a victim of social conditions, which was in contrast to the stereotypical glossy image of happy housewives in the kitchens of their little white houses with lawns. In *The Dollmaker* (1954), a novel by Harriette Simpson Arnow (1908–1986), the heroine, Gertie Nevels, who dreams of creating a Christ sculpture, is forced to abandon her dream. In order to feed her family, she cuts the piece of cherry wood she was saving for the sculpture and makes it into dolls to sell.

In the sensational novels by Jacqueline Susann (1918–1974), for example, *Valley of the Dolls* (1966), the lives of three young women, who by various means reached success in movies and show business, are ruined as a result of their inability to withstand various trials, and who fall victim to the drugs that are so prevalent in their environment.

In the 1960s to 1980s, women took an active part in public life, defending their right to their own voice, to self-expression and to equal social rights. This was especially vivid in African American literature. Alice Malsenior Walker (born 1944), in her novel, *The Color Purple* (1982), creates the image of the wretched girl Celie, a genuine victim, subjected to violence from her stepfather, then from her husband. She is completely voiceless, but, gradually, discovering the strength of female friendship and support, she finds herself. This novel's most famous phrase was her answer to the accusations hurled at her by her husband, that she is poor, ugly, and can't cook:

I'm pore, I'm black, I may be ugly and can't cook... <...> But I'm here", answers Celie with dignity, having found her voice and now ready to make people listen⁸⁶.

Women's spiritual connection to the general history of their gender is at the center of the narrative in *How to Make an American Quilt*,

⁸⁵ Hellman L. Scoundrel Time. Boston. New York. London, 2000. P. 13.

⁸⁶ Walker A. The Color Purple. New York, 1992. P. 207.

(1991), a novel by Whitney Otto (born 1955). The novel takes scenes from American life, reflected in the personal trials and fates of women. Otto “stitches together” the lives of eight women as they make a quilt for the novel’s heroine, Finn. Every scrap of fabric is stitched into a specific pattern, as the lives of each of the quilters is stitched into the context of women’s history in America and demonstrates a specific stage in acquiring one’s own voice.

In the novel *A Cure for Dreams* (1991), by Kaye Gibbons (born 1960), the entire series of events essentially boils down to a description of common female pleasures and victories over circumstances. The main inspiration for these victories, Lottie, has an unusual gift – she loves life the way it is, without expecting miracles. The force of her character forms a special feminine community, a world that is consciously isolated from masculine society, self-sufficient and happy. Conversation among the women becomes a general panacea in tough times, the main school for women, and a “cure for dreams”, since female conversation accompanies life from the moment of birth, when the mother bends over the newborn’s crib.

The women writers of the 21st century continue to use the quilt as a metaphor for memory and female history. For example, in the novel *Patchwork* (2015), by Ruth Rodgers, the quilt becomes a metaphor for difficult family relations in the life of a woman who is raising her illegitimate child alone in the 1950s. Another writer, Sandra Dallas, also uses the metaphor of a quilt extensively in her novel *A Quilt for Christmas* (2014). As American researcher Elaine Showalter justly notes that in contemporary writing, the quilt stands for a vanished past experience to which we have a troubled and ambivalent relationship⁸⁷.

Complex and ambiguous relationships – not only with the past, but with the present – are common among representatives of various cultures who have made America their home. Given the concept of multiculturalism, which acknowledges the equality of all cultures, women from all corners of the Earth, who end up in America through a variety of circumstances on the cusp of the 20th and 21st centuries, are now able to speak about themselves using the images of their own cultural traditions. Women’s conversations about themselves, their search for identity, their hopes and dreams has given rise to an enormous number of diverse stories of success and failure.

Representatives of the African American tradition occupy a special place in this conversation. The possibility of a woman obtaining freedom and independence is the main theme of this segment of Ame-

⁸⁷ Showalter E. *Piecing and Writing // Sister’s Choice: Traditions and Change in American Women’s Writing*. Oxford, 1991.

rican women's literature. The main figure here is Nobel laureate Toni Morrison (née Chloe Ardelia Wofford, 1931–2019). In her first novel, *The Bluest Eye* (1970), she makes the little girl Pecola her heroine, who is subjected to violence from her father and as a result loses her mind. Pecola's fate identifies the main themes, not only of Toni Morrison's work, but of African American women writers in general – captivity, slavery (including spiritual slavery), women's rights, motherhood and maternal duty.

The theme of women's dreams of marriage and motherhood is explored in the novel *The Buddha in the Attic* (2011), by Julie Otsuka (born 1962), an American writer of Japanese heritage. The author uses the real fact that in the 1920s–1930s a large number of Japanese women were not afraid to travel to distant America to marry their fellow countrymen who had emigrated to that country. Because of their marginalized position, these men were not able to form families with American women, they were forced to use marriage agencies to “mail order” a bride from Japan. These women have varied experiences in adapting to the new conditions, and diverse fates: some find their dream, while others have their hopes completely destroyed. Nevertheless, they bring to America their indestructible will and their faith in a brighter future.

The main theme of Asian-American women writers, however, is the process of searching for ethnic identity. The gulf between Eastern and Western traditions is too wide, and the various means of overcoming this divide is a topic for discussion in most novels by women with Asian roots. All of them focus, on the one hand, on traditional Eastern culture, and on the other hand – on new feminist ideas taken from their American experience. Their main theme is the depiction of Asian women's fight against discrimination, and the paths they take to find their “I,” which has to choose between American individualism and Asian traditions of mutual dependence and responsibility.

The leader of an entire generation of Asian-American female writers is the Chinese American writer Maxine Hong Kingston (born 1940). In her novel *The Woman Warrior* (1986), she raises for the first time the question of the relationship between the dominant culture and the ethnic community, which is often closed in on itself. The heroine balances between American individualism and Chinese patriarchal traditions, between American ways of relating and Chinese conduct.

The mother plays an important role in preserving Chinese customs in the life of the heroine; for the mother, the whole white world of America is a world of ghosts: cab drivers and salesclerks, police officers, firefighters and mail carriers. Everyone around her, except for her Japanese neighbors, are ghosts and America itself is a ghost: “This is a

terrible ghost country, where a human being works her life away... <...> Even the ghosts work, no time for acrobatics”⁸⁸.

In order to preserve the balance and form her own view of the American world, the novel’s heroine chooses for herself the mask of Fa Mu Lan, the legendary Chinese warrior who, she thinks, unites within herself American individualism and the patriarchal values of China.

The issue of cultural identification is also at the center of novels created by American women with Latin American roots. One book that deserves notice among Dominican-American women’s prose is a novel by Julia Álvarez, *How the García Girls Lost Their Accents* (1992). A family fleeing from the Trujillo dictatorship is having a hard time adapting to America. The García sisters, who are used to a fairly comfortable life make a lot of unpleasant discoveries in the U.S.: their neighbors’ hostility, second-hand clothing, a colorless existence without television or fun. The language barrier makes their isolation and their feeling of being “second class” all but unbearable. In the end they build successful careers, but they cannot seem to find love and happiness. The author sees this as the tragedy of women-immigrants, who use all their strength to adapt to their new lives, forgetting that there is such a thing as real happiness.

As a whole, American women writers represent various traditions and approaches to the depiction of women in America; they create a long history of women’s dreams, and the means of attaining them. For all the diversity in their life experiences and their specific cultures, they are united by their desire to gain freedom and independence, their struggle to overcome their own fears and prejudices, their dreams of equality, the happiness they experience and their unusual courage, inherited from the women who were present at the creation of the U.S.A.

Further Reading

Belyavskaya I.A. The Women’s Issue in 19th Century America (Problems and Tendencies) // *American Yearbook* 1982. Moscow, 1982. P. 38–65. (In Russ.)

Haunted Bodies. Gender and Southern Texts / Ed. by A.G. Jones and S.V. Donaldson. Charlottesville; London, 1997.

Jones A.G. Tomorrow is Another Day. Baton Rouge; London, 1981.

Jones J. Labor of Love, Labor of Sorrow. New York, 1985.

⁸⁸ *Kingston M.H.* The Woman Warrior. New York, 1977. P. 43.

- Kizima M.P.* Woman on the Threshold of the 20th Century: The Life and Works of Edith Wharton. Moscow, 2007. (In Russ.)
- Morozova I.V.* "Southern Myth" in Women Writings of the Old South. Saint Peterburg, 2004. (In Russ.)
- Morozova I.V.* Traditions of Women writings of the Old South in Key Gibbons novel "A Cure for Dreams" // America: a Word, an Image, a Fate. Ivanovo, 2008. (In Russ.)
- Showalter E.* A Jury of Her Peers. New York, 2009.
- Smith-Rosenberg C.* Disorderly Conduct: Visions of Gender in Victorian America. New York, 1985.
- Welter B.* Dimity Convictions: The American Woman in the Nineteenth Century. Athens, 1976.

Electronic Resource

See the video at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 9. What do Native Americans Dream About?

Any conversation about the hopes and dreams of Native Americans is inevitably tied to the tragic history of the colonization of North America by Europeans, which in fact interrupted the natural course of development of the “Indians”. They all spoke different languages, they all had their own unique cultures, faiths and rituals, and some had a pictographic form of writing (in which information is transmitted in drawings). They existed by hunting and fishing; they gathered berries, seeds, and nuts, and the tribes in eastern and western North America also farmed.

The white colonizers did not stand on ceremony with the masters of the land to which they had come. During the Pequot War (1636–1638), for example, the English colonists headed by Captain John Underhill (1597–1672), in alliance with the Mohican and Narragansett tribes, burned the residents of an entire Pequot village alive. This dreadful massacre was chronicled by the governor of New Plymouth Colony, William Bradford, in his *History of Plymouth Plantation* (1651):

They approached the same with great silence, and surrounded it both with English and Indians, that they might not breake out rane into their howses, and brought out fire, and sett them on fire, which soone tooke in their matts, and, standing close togeather, with the wind, all was quickly on a flame, and therby more were burnte to death then was otherwise slain. <...> It was conceived they thus destroyed about 400 at this time. It was a fearfull sight to see them thus frying in the fyer, and the streams of blood quenching the same, and horrible was the stinck and sente ther of; but the victory seemed a sweete sacrifice and they gave the prays thereof to God⁸⁹

It was not the armed battles that were responsible for the greatest number of deaths among the native population in the 17th century;

⁸⁹ *Bradford W.* History of Plymouth Plantation [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/24950/24950-h/24950-h.htm> (accessed 16.02.2020).

rather, it was the diseases that the Europeans brought with them, to which the Native Americans had no immunity. The same Bradford, in his work, describes an epidemic of smallpox among the Native American population in 1634:

This spring, also, those Indians that lived aboute their trading house there fell sick of the small poxe, and dyed most miserably; for a sorer disease cannot befall them; they fear it more then the plague; for usually they that have this disease have them in abundance, and for wante of bedding and lining and other helps, they fall into a lamentable condition, as they lye on their hard matts, the poxe breaking and mattering, and runing one into another, their skin cleaving (by reason therof) to the matts they lye on; when they turne them, a whole side will flea of at once, (as it were,) and they will be all of a gore blood, most fearfull to behold; and then being very sore, what with could and other distempers, they dye like rotten sheep⁹⁰.

The Native Americans' struggle for survival turned into constant wars that began in the first years of the English colonization of North America and did not end for 250 years, right up until the disappearance of the frontier (the internal border of the white population, which moved from the Eastern seaboard to the West) in 1890. In the period from 1775 to 1890, there were more than 40 wars, which killed 45,000 Native Americans and 19,000 whites. It was during this period that the most unfortunate events in the history of the Native American people occurred.

The Native Americans' resistance was finally broken in a bloody battle between the Lakota-Sioux and the U.S. Army on December 29, 1890 – the Wounded Knee Massacre. The conquest of the North American native tribes was completed; they ended up on reservations, and their dream of throwing off the white man's rule was dead.

U.S. history contains the names of many valiant chiefs, whose dream was, if not complete freedom, then at least the retention of lands that had belonged to the Native Americans for centuries, with a life of freedom on those lands in keeping with the traditions of their ancestors. One was the chief of the Wampanoags, Metacom/Metacomet (1638–1676), also known as King Philip, who raised a powerful rebellion against the English colonizers in 1675. There was also Tecumseh (1768–1813) – leader of the Shawnee and a powerful union of various

⁹⁰ Ibid.

tribes. Tecumseh fought on the side of the English in the Anglo-American war (1812–1815) and played a decisive role in the capture of Detroit by the English forces.

Another leader, just as implacable in his fight against the white man, was Tashunke Witko (1840–1877), known as Crazy Horse, chief of the Oglala tribe. It was he who, together with another famous chief, Tatanka Iyotake, known as Sitting Bull (1831–1890), whom one researcher called “the Washington of the Sioux people”, destroyed the cavalry of General George Armstrong Custer (1839–1876), who was known for his cruelty to the Indians. The battle took place at Little Big Horn on June 25–26, 1876.

The most famous chief, however, the symbol of independence, perseverance and strength of spirit was the legendary Apache leader Goyaałe, known as Geronimo (1829–1909). For 25 years he headed the struggle against the encroachment of government forces on his tribe’s territory. In 1886, when just a few dozen men were left of his band, he was forced to surrender to the American Army. Geronimo’s people were the last independent Native American warriors, fighting until the last minute for their right to independence and freedom.

In 1905, Geronimo told his story to Stephen Melvil Barrett (1865–1948), who, one year later, published *Geronimo: His Own Story*. Later the book underwent small corrections and changes, and was published under different titles – Geronimo’s Story of His Life; Geronimo: The True Story of America’s Most Ferocious Warrior – in more than 100 editions.

The book’s success was not just due to its “exotic” theme, which certainly attracted readers from the moment it was published. It begins with Sioux creation mythology, and also contains a lot of details of their everyday life (unwritten rules, adoption, the training of warriors, etc.), as well as interesting facts about the lives of Native Americans, Geronimo in particular, including his military campaigns. The book’s success was ensured by the unbreakable spirit of freedom and the high level of human dignity that permeates the entire narrative, in spite of the atmosphere of doom that is set from the very beginning of the book:

We are vanishing from the earth, yet I cannot think we are useless or Usen would not have created us. He created all tribes of men and certainly had a righteous purpose in creating each. For each tribe of men Usen created He also made a home. In the land created for any particular tribe He placed whatever would be best for the welfare of

that tribe. <...> Thus it was in the beginning: the Apaches and their homes each created for the other by Usen himself. When they are taken from these homes they sicken and die. How long will it be until it's said, there are no Apaches?⁹¹

The belief that everything has a purpose is clearly felt in Geronimo's views on the fate of his people.

It is important for the development of the Native American literary tradition to note that Geronimo begins his story with the Apache creation myth. The creation myth is extremely important for any ethnos, since it serves as a starting point for ethnic identity. It is this tradition that was subsequently seized on by Native American writers in the second half of the 20th century.

Leaders like Geronimo certainly were sources of inspiration for many American and European writers. The novel *The Last of the Mohicans: A Narrative of 1757* (1826), by James Fenimore Cooper (1789–1851), was the first work of world literature to give a detailed literary depiction of the life of Native Americans, their appearance, character, habits, mores, rites and traditions. The portrait of the warrior Uncas later became the foundation for the image of the noble Indian:

The travelers anxiously regarded the upright, flexible figure of the young Mohican, graceful and unrestrained in the attitudes and movements of nature. <...> ...there was no concealment to his dark, glancing, fearless eye, alike terrible and calm; the bold outline of his high, haughty features, pure in their native red; or to the dignified elevation of his receding forehead, together with all the finest proportions of a noble head, bared to the generous scalping tuft. <...>... each individual of the party felt relieved from a burden of doubt, as the proud and determined, though wild expression of the features of the young warrior forced itself on their notice. They felt it might be a being partially benighted in the vale of ignorance, but it could not be one who would willingly devote his rich natural gifts to the purposes of wanton treachery. The ingenuous Alice gazed at his free air and proud carriage, as she would have looked upon some precious relic of the Grecian chisel, to which life had been imparted by the intervention of a miracle; while Heyward, though accustomed to see the perfection of form which abounds among the uncorrupted natives, openly expressed his admiration at such an unblemished specimen of the noblest proportions of man⁹².

⁹¹ Barrett S. Geronimo. P. 15 [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/31318/31318-h/31318-h.htm> (accessed 09.08.2020).

⁹² Cooper J.F. *The Last of the Mohicans* [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/940/940-h/940-h.htm#chap02> (accessed 09.08.2020).

Cooper's purpose was not limited to portraying Indian exotica, though. Their world is presented as a counterpoint to the moral climate of modernity, along with the depiction of the inevitable death of this pure natural world, as told by Chingachgook, the Mohican chief and the faithful friend of the hunter and explorer Leatherstocking:

The Dutch landed, and gave my people the fire-water; they drank until the heavens and the earth seemed to meet, and they foolishly thought they had found the Great Spirit. Then they parted with their land. Foot by foot, they were driven back from the shores, until I, that am a chief and a Sagamore, have never seen the sun shine but through the trees, and have never visited the graves of my fathers⁹³.

The tragic death of Chingachgook's son, Uncas, the last of the Mohicans, symbolizes the impotence of Nature faced with the self-interest and egoism of white civilization.

This same idea, with an equally romanticized Native American hero, is presented in the books of Englishman Thomas Mayne Reid (1818–1883), who lived for many years in America. This is how he portrayed the famous Osceola, the Seminole chief in his novel *Osceola The Seminole: The Red Fawn of the Flower Land* (1858), who symbolized the hopes of the Native American tribes for a life of freedom:

His nose was slightly aquiline, which gave him that fine eagle-look peculiar to some of the North American tribes; and his eye, though mild in common mood, was easily lighted up. Under excitement, as I had just witnessed, it shone with the brilliancy of fire... <...> ...the tout ensemble of this strange youth was that of a noble and handsome boy that another brace of summers would develop into a splendid-looking man. Even as a boy, there was an individuality about him, that, when once seen, was not to be forgotten⁹⁴.

In these novels, however, as well as in the works of other authors who made the Indian theme central to their oeuvre, such as the German Karl Friedrich May (1842–1912) or the Italian Emilio Carlo Giuseppe Maria Salgàri (1862–1911), the lives and images of the Native Americans are severely distorted. They are, indeed, depicted according to the romanticized image of the exotic, heroic savage, since the

⁹³ Ibid.

⁹⁴ Reid M. *Osceola The Seminole*. Ch. 10 [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/35620/35620-h/35620-h.htm> (accessed 19.05.2020).

authors knew little about the real lives of Native Americans and even less about their culture, traditions and thought processes.

Exceptions to this were the stories and novels of James Willard Schultz (1859–1947), who at 20 years of age went to live with the Pikuni tribe and ended up spending his whole life there. In his novels and stories, he described in detail the life of the tribe, bringing his narrative close to the level of documentary. In his best novel, *Lone Bull's Mistake* (1918), he describes the consequences of violating the rules of the hunt that had been adopted by the tribe. The hero rebels against the rules and leaves his people, along with his family. He goes from tribe to tribe, trying to find an appropriate community, until he realizes that he made a mistake. In the end he accepts the traditions of his people and returns to his roots. In this novel James Schultz managed to touch on a theme that would become central in the works of Native American writers at the end of the 20th century: the search for oneself and one's place in the world.

In general, the attitude of most Americans to “Indians” in the 19th century was captured well by Francis Bret Harte (1836–1902) in his story *The Waif of the Plains* (1891):

A human figure, but so disheveled, so fantastic, and yet so mean and puerile in its extravagance, that it seemed the outcome of a childish dream. <...> The painted Hebraic face, the large curved nose, the bony cheek, the broad mouth, the shadowed eyes, the straight long matted locks! It was an Indian! Not the picturesque creature of Clarence's imagination, but still an Indian! The boy was uneasy, suspicious, antagonistic, but not afraid. He looked at the heavy animal face with the superiority of intelligence, at the half-naked figure with the conscious supremacy of dress, at the lower individuality with the contempt of a higher race. Yet a moment after, when the figure wheeled and disappeared towards the undulating west, a strange chill crept over him. Yet he did not know that in this puerile phantom and painted pigmy the awful majesty of Death had passed him by⁹⁵.

The situation changed in many respects when the first Native American writers appeared on the literary scene, feeling the need to express their personal experience and the experience of their people in the complex transition from their traditional tribal structure to civilization. The favorite genre here was, naturally, autobiography, with its popularity demonstrated by the book about Geronimo.

⁹⁵ Harte B. *The Waif of the Plains*. Susie. Clarence. Ch. 3 [Electronic source]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/2279/2279-h/2279-h.htm> (accessed 23.05.2020).

Charles Alexander Eastman, known also as Ohiyesa (1858–1939) was one of the first writers, collectors of folklore and licensed medical doctors of Native American origins. It is a known fact that he tended to the injured at Wounded Knee. He created works in which he minutely describes the history, customs and traditions of Native Americans, and discusses his own personal acclimatization to white culture. In *The Soul of the Indian* (1911), for example, Eastman describes in detail the mystical rituals and myths, the values of the family unit, the oral laws and unwritten directives, and also characterizes what today is called “the borderland” – the problem of living between two cultures. He sees himself as a type of link between these different worlds.

In *Indian Heroes and Great Chieftains* (1918), Eastman pays tribute to outstanding members of his people, inscribing their names in the history of the U.S.A.

Eastman considered that bringing Native Americans closer to white civilization was a good thing; of himself he said that he, as a Native American, was the embodiment of the American Dream: he had received an education, a prestigious profession, he became a well-known and wealthy person. For this reason, one could say that his position regarding the Americanization of Indians is a bit ambiguous. On the one hand, he accepts the ideology and values of the white man, while on the other he advocates for keeping the traditions of his ancestors. This ambiguity is quite clearly seen in his autobiography *From the Deep Woods to Civilization: Chapters in the Autobiography of an Indian* (1916).

Similar views are shared by another author – Luther Standing Bear/Mati Hajin (1868–1939). In his autobiography *My People the Sioux* (1928), he also presents himself as a typical American self-made man, who achieved success on his own, aided by his familiarity with the benefits of white civilization. He draws a very realistic picture of the death of Native Americans as a result of the destruction of the bison, sympathizing with his people and describing their vain attempts to rise up against the white man.

One author who described her personal, negative experience of “Americanization” in her work was Zitkála-Šá (also known as Gertrude Simmons Bonnin, 1876–1938), from the Yankton-Sioux tribe.

She is now known as the first defender of multiculturalism in the period before the multiculturalism. She spoke of herself as the symbolic great-granddaughter of Sitting Bull, thereby emphasizing her ethno-cultural roots and highlighting her personal qualities, such as her refusal to assimilate, which was characteristic of this chief.

Gifted by nature, Zitkála Šá received a good education, spoke English flawlessly and was a talented violinist. However, all the benefits of civilization could not reconcile her to the forcible methods used to assimilate Native Americans. In her famous essay *Why I Am a Pagan*, she speaks poetically about how the Christianity forced on the Native Americans does not correspond to their spiritual organization, with its sense of unbreakable bonds with Nature:

When the spirit swells my breast I love to roam leisurely among the green hills; or sometimes, sitting on the brink of the murmuring Missouri, I marvel at the great blue overhead. With half closed eyes I watch the huge cloud shadows in their noiseless play upon the high bluffs opposite me, while into my ear ripple the sweet, soft cadences of the river's song. Folded hands lie in my lap, for the time forgot. My heart and I lie small upon the earth like a grain of throbbing sand. Drifting clouds and tinkling waters, together with the warmth of a genial summer day, bespeak with eloquence the loving Mystery round about us⁹⁶.

The author appeals to the eternal mystery of Nature, as her ancestors had done for centuries, uncovering the deeply sacred spirit of unity of all living things. Zitkála Šá shows the moral degradation and spiritual impoverishment of the Native Americans who had rejected the traditional beliefs.

The writer was quite consistent and active in her dream of keeping Native American traditions alive, not only in words, but in music, where the unique spirit of her people was fully displayed. It was for this reason that, together with William Frederick Hanson (1887–1969), on the basis of works by the Sioux and Ute tribes, she created the first Native American opera *The Sun Dance* (1913). She defied the federal ban on the “sun dance”, a traditional ritual act that established the symbolic link between the sun, the bison and man, recreating it in detail in the opera's libretto.

In essence, the works of this remarkable woman can be considered the beginning of a long road to an open manifesto of Native American cultural self-sufficiency, a foretaste of the flowering of Native American literature in the 1970s. That period included authors such as Pulitzer Prize-winner Navarre Scott Momaday (born 1934, of the

⁹⁶ *Zitkala-Sa*. Why I Am a Pagan. Atlantic Monthly. 1902. Vol. 90. P. 801–803 [Electronic resource]. URL: <https://web.archive.org/web/20110212153707/http://etext.lib.virginia.edu/etcbin/toccer-new2?id=ZitPaga.sgm&images=images/modeng&data=/texts/english/modeng/parsed&tag=public&part=1&division=div1> (accessed 09.10.2020).

Kiowa tribe); Hyemeyohsts Storm (also known as Wolf Storm, born 1931, of the Cheyenne tribe); Leslie Marmon Silko (born 1948, of the Pueblo tribe); Gerald Robert Vizenor (born 1934, of the Anishinaabe group, which includes the Odawa, Ojibwe, Mississaugus and Algonquin tribes); James Philip Welch, Jr. (1940–2003, from the Blackfoot and A'aninin tribes), who brought a mythological view of the world to their works, inherent in the Native American culture and characteristic of the authors themselves. Continuing along the path laid by their predecessors, such as Geronimo and Zitkála Šá, they bring back the myths and traditional beliefs, proclaiming a return to their roots – the only thing that can reconcile the Native American to the world, help him find himself and his lost identity.

For example, *Seven Arrows* (1972), by Hyemeyohsts Storm, is built entirely around the legends and traditions of the Sioux, Crow and Cheyenne. An important distinction in the worldview of Native Americans, according to Storm, is their ability to accept another's views and understand them, to look at the world through another's eyes. From the moment of birth, Storm asserts, every Native American has a corresponding point within the magic circle that determines how he or she will look at the world. Corresponding to the four directions of the Earth there are the Buffalo-people (the North); Eagle-People (the East); Bear-people (the West); and Mouse-people (the south). Each type corresponds to specific character traits, and the main task of a Native American education is to teach the learner how to see the world through the eyes of another, to experience everything that is not innate, so that the person can become harmonious. For example, it is important for an Eagle person to see the world through the eyes of a Mouse, in order to understand how such people think. In order to attain this goal shamans use special rituals, accompanied by music, in which subjects go into a trance. The loss of these rituals leads to the destruction of the Native Americans' harmonious existence.

This is why many writers strive to transform their work into a type of ritual. One of the most vivid examples of this is the novel *House Made of Dawn* (1968), which is considered a ritual-novel, returning Native Americans to their foundations. It became an example for Native American literature. The novel's hero, Abel, who returns home after fighting in the Second World War, perceives his entire life after leaving the reservation as an "intervention of days and years without meaning". Only by embracing the culture of his ancestors can he overcome the loneliness and despair of a man deprived of his roots.

The same theme of loss is explored in Leslie Silko's novel *Ceremony* (1977), which talks of the destruction of a person's inner balance,

and ignorance of the laws of Nature. The tragedy of Tayo, the hero, just as the hero of Momaday's novel, is that, having returned from the front, he is no longer able to reenter his native world of wholeness and harmony, but he finds the world of the white man is abhorrent. He is lost. In order to find himself he must undergo a cleansing ritual, but only when he is internally ready, when he understands the necessity for a symbolic return home, to his roots. The ritual "ceremony", which uses the magic of folk parables, myths, and song, forces Tayo to acknowledge his place in the cycle of history, to feel the harmony of the world.

One of the central themes of Native American writers runs through these and other books: the difficulty of becoming an individual when caught between two cultures, the Native American and the Anglo-American. Momaday delves deeply into this problem in his autobiographical work *The Names: A Memoir* (1976). Louise Erdrich (born 1954) also returns constantly to this theme, sometimes describing with great humor the state of being in the "borderland": "Landreaux was a devout Catholic, who also followed traditional ways", she writes in her novel *LaRose* (2016), "a man who would kill a deer, thank one god in English, and put down tobacco for another god in Ojibwe"⁹⁷.

This theme of the "borderland" is so popular in Native American literature that it became an object of satire in Gerald Vizenor's novel *The Heirs of Columbus* (1991). In it, Columbus turns out to have Mayans and Sephardic Jewish blood, and his modern descendants try by any means they can, sometimes going to eccentric lengths, to bring the remains of this great "Indian" back home.

The main road that leads to a return to ancient values in these novels is linked with a return to Nature, and an understanding of its meaning and a symbolic union with it. The understanding of beauty and harmony in the environment is the moral basis of the Native American people, its strength and wisdom. Scenes when the hero feels the force of Nature within himself are numerous in Native American literature. For example, in her novel *The Round House* (1994), Louise Erdrich describes how the boy "put my back against a tree and leaned there – not slumping. I was filled with that odd energy. I was allowing the tree to help me think"⁹⁸.

The link to Nature, to the earth, as these writers demonstrate, is necessary for survival and for the preservation of traditions. The earth is the mythical Mother, who tests and also forgives people, who are tied to her by unbreakable bonds.

⁹⁷ Erdrich L. *LaRose*. New York; London; Toronto, 2016. P. 3.

⁹⁸ Erdrich L. *The Round House*. New York; London; Toronto, 2016. P. 120.

The Native Americans' mythological concepts tied to the image of the earth are often associated with the image of the Mother, who occupies a significant place in the process of identification. Geronimo spoke of this in the story of his life:

I was warmed by the sun, rocked by the winds, and sheltered by the trees as other Indian babes. When a child my mother taught me the legends of our people; taught me of the sun and sky, the moon and stars, the clouds and storms. She also taught me to kneel and pray to Usen for strength, health, wisdom, and protection. We never prayed against any person, but if we had aught against any individual we ourselves took vengeance. We were taught that Usen does not care for the petty quarrels of men⁹⁹.

Nature and a natural upbringing dictate traditional rules of behavior, to which the hero must inevitably return. For example, "To refuse to shake a person's hand on the reservation was like wishing them dead", notes the boy Joe, hero of Louise Erdrich's novel *The Round House*.

Most modern novels created by Native Americans have an especially poetic structure. In line with mythological concepts and ancient rituals they are built around the number "4", which in Native American culture symbolizes wholeness. The narrative develops on four levels of thought simultaneously: the physical (natural), the spiritual, the social and the psychological. Such is the complete cycle and full significance of Native American rituals, while the poetic nature of the oral traditional of narrative is at the basis of all modern prose by Native Americans.

Native American literature today is actively developing these and other poetic techniques that can correspond to the spirit of a people with a thousand-year history. Novels are imbued with sadness and full of remembrances of a tragic past. "The white man appeared and drove them down into the earth which sounded like an Old Testament prophecy but was just an observation of the truth," writes Louise Erdrich in *The Round House*. In spite of this, however, she insists that "the grandeur and power wasn't entirely lost"¹⁰⁰.

The dreams of Native Americans who struggled with the white colonizers to free their lands were not fulfilled, but the spirit of the peo-

⁹⁹ Barrett S. Geronimo. P. 18–19 [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/31318/31318-h/31318-h.htm> (accessed 09.08.2020).

¹⁰⁰ Erdrich L. *The Round House*. New York; London; Toronto, 2016. P. 53.

ple was not broken, and today, writers are lovingly recreating the traditional values of the native population of America, showing that the world must be in harmony if man is to feel himself part of a great unity, the “grain of throbbing sand” that Zitkála Šá wrote about. Overcoming loneliness, and the break from the natural beginning, the return to one’s roots, regaining faith and, finally, overcoming fear of death – these are the dreams of modern Native Americans, if we are to judge by the literature they have created in the 20th century.

Further Reading

- Gilenson B.A.* In Search of “The Other America”: The History of Progressive Literature in the U.S., Moscow, 2011. (In Russ.)
- A History of U.S. Literature: In 7 vols. / Ed. by Ya.N. Zasursky, M. Korneva, E. Stetsenko. Moscow, 2000. Vols. 4–5. (In Russ.)
- Krupat A.* For Those Who Come After: A Study of Native American Autobiography. Berkeley, 1985.
- Maddox L.* Removals: Nineteenth-Century American Literature and the Politics of Indian Affairs. New York, 1991.
- Mulyarchik A.S.* We’re Talking about a Person: On U.S. Literature in the Second Half of the 20th Century, Moscow, 1985. P. 359. (In Russ.)
- Ruoff A.L.B.* American Indian Literatures: An Introduction. Bibliographic Review, and Selected Bibliography. New York, 1990.
- Tlostanova M.V.* Problem of multiculturalism and literature in the USA at the end of 20th century. Moscow, 2000. (In Russ.)
- Turner F.W.* Introduction to “Jeronimo. His Own Story”. New York, 1970.
- Vashchenko A.V.* Historico-Epic Folklore of the North American Indians: Typology and Poetics / Ed. by V.M. Gatsak. Moscow, 1989. (In Russ.)
- Where the Grass Grows: Anthology of Myths, Traditions and Modern Poetry, Legends of the Indians and Eskimos of the U.S.A. and Canada (Translations/Selection and Foreword by A. Vashchenko. Yakutsk, 1988. (In Russ.)

Electronic Resource

See the video at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 10. The African American Dream

Introduction

“We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable rights, that among these are Life, Liberty and the pursuit of Happiness”. These famous lines from the *Declaration of Independence* (1776), which reflected the reason for the creation of a new state, for almost two centuries had no bearing on the lives and rights of the black population of this country, just as on the rights of women and the native population. Therefore, the main dream of African Americans is tied to the hope that these great words would become a reality for them as well. Frederick Douglass (real name Frederick Augustus Washington Bailey, 1818–1895), one of the main abolitionists (from the Latin “abolitio” – to annul, abolish – the movement to free the black slaves), educator, talented orator and writer knew what he was doing in his famous speech “Fifth of July” (1852), ironically playing on the Fourth of July, the date that the Declaration of Independence was adopted and the U.S. national holiday. In that address he said that on that date the black population had nothing to celebrate.

The first slave ship reached the shores of the British Colony of Virginia, in North America, in 1619; in 1808 the importation of African slaves into the country was banned by the Constitution, although this did not prevent smugglers from delivering shiploads of blacks right up until 1861, when the Civil War (1861–1865) broke out. The *Emancipation Proclamation*, signed by President Abraham Lincoln, was published on January 1, 1863, but the Southern slaveholding states refused to accept it until the victory of the North. On February 1, 1865, the abolition of slavery on all U.S. territory was enshrined in the 13th Amendment to the Constitution.

The abolition of slavery for Southerners was, in many respects, just a formality, and for a long time they continued to exhibit (and indeed, at times still do so today) signs of racial intransigence and white supremacy (from the Latin *supremus* – higher, highest).

The so-called “Jim Crow laws” on racial segregation (from Latin *segregacio* – to separate) were adopted in the American South after

the abolition of slavery and were in force until the mid-1960s. There were separate schools for white and black children, separate public transport, or separate seats on transport, bans on housing blacks and whites together in hotels, separate cafés and restaurants for white and “colored”, etc. These laws got their name from a comic figure in minstrel shows, who portrayed what were thought to be ridiculous mannerisms of African Americans. The very name, therefore, signified a derogatory and dismissive attitude towards blacks. A whole series of racist organizations (the Ku Klux Klan, the White League, the Red Shirts, etc.) were active from the mid-1860s, operating almost openly in the Southern states.

Until the Civil War, the attitude towards African Americans in the South had a certain patriarchal tone, where Southern ideologues tried to justify the existing order. For example, Louisa McCord (1810–1879) believed devoutly in the superiority of the white race, which she wrote about in her numerous essays on the topic. In one of them, called *Diversity of the Races: Its Bearing Upon Negro Slavery* (1850) she maintained that Africans were representatives of an inferior race, like large children, with an underdeveloped intellect, but with immense strength, therefore needing constant oversight from those more senior. In addition, she insisted that all the blacks needed was food and clothing, the guiding reason and protection of white people, which is what slavery gives them. Freeing the black man, according to McCord, would lead to murder, rebellion and the devastation of the South.

In his book *The Adventures of Huckleberry Finn* (1885), Mark Twain (1835–1910) warned that it would be difficult to change the minds of Southerners in regard to blacks. Huck Finn, who spent a long time floating on a raft with his friend Jim, a runaway slave, at the last minute decides to write a letter to Jim’s owner and apologize. Only a few minutes later, remembering everything, he rejects his plan, even at the risk of his soul: “All right then, I’ll go to hell!” The meaning of this scene is that the Southerner Huck, who not only doesn’t own a slave, he doesn’t have a penny to his name, is convinced, nevertheless, that heavenly retribution awaits because he assisted a runaway slave. Mark Twain’s thought is clear: only by living together, working together, suffering and rejoicing, can people understand each other and see in someone with different-colored skin a person equal to oneself.

To receive freedom and defend their human dignity, African Americans had to travel a long path, and pay dearly for true equality. This is the main dream of African Americans, which from the moment it arose up until the present day runs through all of African American literature.

Slave Narratives

African American literature begins in the 18th century, with the first works being autobiographies; after all, only slaves themselves, who felt the full horror of captivity, could truthfully and reliably tell what it was to like to be a black slave. It was at this time that a series of texts appeared that are called “slave narratives”.

It is worth mentioning the most famous of these, which had an influence on the tradition of black slaves talking about themselves: *A Narrative of the Most Remarkable Particulars in the Life of James Albert Ukawsaw Gronniosaw, an African Prince, as Related by Himself* (1772); *Narrative of the Enslavement of Ottobah Cugoano, a Native of Africa; Published by Himself in the Year 1787*; *The Interesting Narrative of the Life of Olaudah Equiano, or Gustavus Vassa, The African, Written by Himself* (1789).

These books contain documentary descriptions of the horrors of being captured, the agonizing journey across the ocean, the harsh reality of slavery, contrasted to idyllic remembrances of childhood in Africa, which is associated with the image of Paradise Lost. It is in these narratives that the dream of returning to native Africa was born, dreams of freedom and justice based on the Biblical rule that the former pagans had internalized: “Do unto others as you would have them do unto you”.

Following generations of black slaves, however, did not remember Africa, they did not even know their own birthdays, or the birthdays of their parents. They dreamed of the restoration of human dignity, freedom and equal rights with other citizens of the U.S. To this generation of slaves, born in captivity but escaping it, Frederick Douglass was a convincing answer to the argument of Southern ideologues that the black man was backward, with a low level of intelligence.

In 1847, Douglass began publishing *The North Star*, which became one of the leading anti-slavery organs. During the Civil War it took an active part in the formation of the first African American regiments.

Douglass' book, *Narrative of the Life of Frederick Douglass, An American Slave*, (1845), continues the tradition of “slave narratives”, but it differs from them significantly. Douglass creates an image, not of a helpless captive, whose fate is wholly in the hands of the slave owner and his desire to release his slave, but a runaway-hero, who in 1840 became the main character in African American biographies.

Frederick Douglass begins his life story with the declaration that slaves do not have birthdays, so he doesn't know his own. He doesn't remember his parents, because he was raised by his grandmother. He

worked where his master sent him – on plantations, on wharves, and, finally, after two unsuccessful attempts, he ran away to the North and became a free man.

Douglass' story, however, is not just a tale about the horrors of slavery and the acquisition of freedom, even though there are many scenes portraying the real lives of slaves and the humiliations they suffered. Slavery is depicted in all its inhumanity, not only in regard to the slave, but to the slave owner, since, according to Douglass, slavery corrupts both, leading to moral degradation. He tells of one of his mistresses who had a kind nature. She decided to teach the bright boy to read and write, but received such a stern lecture from her husband that she stopped the lessons and began to treat the slaves very severely:

That cheerful eye, under the influence of slavery, soon became red with rage; that voice, made all of sweet accord, changed to one of harsh and horrid discord; and that angelic face gave place to that of a demon¹⁰¹.

Frederick Douglass' book, unlike the majority of "slave narratives", is not just a simple presentation of events. Even the most important of them, such as his successful escape, is not written about in detail. He simply states the fact, presents it as the natural result of an enormous amount of work on himself, of strength of will that allowed him to defend his human dignity. Horrified by the drunkenness that was so widespread among the slaves, Douglass once gave in to this temptation himself, but, feeling that he was losing his human dignity, he took himself in hand and began preparing even more thoroughly for his escape. What we have is the story of a difficult path to self-identity, a search for the force within oneself to help acquire the physical and moral strength to oppose injustice.

Frederick Douglass gives a large role to education in the making of a free person, considering it incompatible with slavery. For this reason, he learns to read and write by any means necessary, sometimes resorting to the methods of a major character in African American folklore, the trickster. There is one noteworthy scene where Douglass pranks white boys, teasing them that they don't know how to write the letters correctly. Of course, the boys start to boast about how much they know, and the quick-witted black boy learns the letters himself. Doesn't this bring to mind the famous folklore tale of the Tar Baby, when Br'er Rabbit, who has been caught by Br'er Fox, begs his captor

¹⁰¹ *Douglass F.* Narrative of the Life of Frederick Douglass, An American Slave. Ch. 6 [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/23/23-h/23-h.htm#link2HCH0002> (accessed 18.05.2020).

not to throw him in the briar patch, understanding that, just out of contrariness, Br'er Fox would do that very thing?

Douglass' Narrative recreates the history of how the black man established his spiritual identity while being held as a slave. He poses the question of choice, and responsibility for one's own fate, smashing the stereotype of the black man created by Southern ideology. Frederick Douglass himself became the best example of the runaway-hero in African American autobiography in the 1840s, whose dream of freedom was happily fulfilled:

Freedom now appeared, to disappear no more forever. It was heard in every sound, and seen in every thing. <...> I saw nothing without seeing it, I heard nothing without hearing it, and felt nothing without feeling it¹⁰².

In 1853, Douglass published *The Heroic Slave*, the first work of African American literary prose, enshrining the image of the freedom fighter in African American literature. A real incident inspired the narrative. In 1841, Madison Washington, a slave, fomented a rebellion on a brig that was taking slaves from Virginia to a slave market in New Orleans. Along with more than 100 fellow unfortunates, he managed to seize the ship and take it to the Bahamas, where Britain had abolished slavery in 1839. By their act, which at first glance seemed insane, driven by despair and a passionate desire for freedom, they won, providing a brilliant example of the runaway-hero.

The figure of the runaway-hero became a fixture in the 1840s, not only in the formation of black consciousness, but in spreading knowledge of slavery from first-hand sources, shattering the idea of the obedient and weak-willed slave. Such autobiographical narratives as *Narrative of William W. Brown, a Fugitive Slave. Written by Himself* (1847) by William Wells Brown (1814–1884), or *The Life of Josiah Henson, Formerly a Slave, Now an Inhabitant of Canada, as Narrated by Himself* (1849), by Josiah Henson (1789–1883) were extremely popular and were reprinted many times.

In the 1850s, the runaway-hero becomes the runaway-philosopher, as seen in the autobiography of Solomon Northup (1807/8–1863?), *Twelve Years a Slave: Narrative of Solomon Northup, a Citizen of New York, Kidnapped in Washington City in 1841, and Rescued in 1853* (1853). In this dramatic story of the kidnapping of a free black man, of how he was sold and spent 12 years in slavery with no contact with his family and no hope of returning to his former life, Solomon Northup

¹⁰² Ibid. Ch. 9.

exposes a whole universe of slave trading and slave-owning. He emphasizes the humiliations, the longing for his lost life, the despair that gradually claimed him. Parallel to this, however, he ponders the vicissitudes of fate and the injustice of slave-owning in general, and of the value of freedom.

Autobiographies of slaves and runaways were one of the foundations for a unique tradition in African American literature, linked to the idea of freedom and the dream of equality.

What Does It Mean to Be a Free African American?

The period of Reconstruction in the South (the reintegration of the Southern states into the United States, 1865–1877) was a time of great hope for African Americans. Around 50 settlements were created that had a 100% African American population, with their own police and administration, and a lot was done to educate the black population, for example, the famous black universities were opened – Howard in Washington, D.C., (1866), Fisk in Nashville, Tennessee, (1866) and Tuskegee in Alabama (1881).

The founder of Tuskegee University was Booker T. Washington, (1856–1915), one of the most outstanding educators and fighters for black education, orator, politician and writer. During segregation, he promoted a concept for the development of the black population that was acceptable to Southerners: segregation in the name of future integration, with the famous slogan “separate but equal”. Following Frederick Douglass, he believed that the most important thing was to educate American blacks, so that they could take care of themselves. However, given the lag in the intellectual development of African Americans as a consequence of slavery, it would be best to do this separate from whites at first, which would allow blacks to make racial progress, create their own systems of education, medicine and business. Once they reached an acceptable level of development, black institutions would gradually integrate with white ones. This approach, especially in the South, made it possible to find white patrons, and get help from government organizations. That is how Tuskegee University was created, with a Board of Directors that contained rich and influential politicians and businessmen.

In his novel *Up from Slavery* (1901), which was largely autobiographical, Washington writes a story about how an African American attained his dream. The main theme here is the power of education, which makes it possible to completely transform the life of a little

black boy, who compares school to heaven. Washington sees the key to building one's own life, first of all, in a technical education, which could be beneficial for the African American population. The main task of modern education was to change black people's attitude towards labor, which had been terribly distorted by slavery.

The ideas of Booker T. Washington on full integration into white society, which were completely in line with his time and the conditions in the South, were re-examined in the 1920s by the leaders of the Harlem Renaissance. This was a powerful cultural movement, and a period when African American culture flourished, with all the diversity of its representatives' views, reflecting the African American search for identity and demands for real equality. This idea was expressed vividly and poetically in a verse by Langston Hughes (1902–1967), "I, Too" (1926), resonating with the famous poem by Walt Whitman (1819–1892) *I Hear America Singing* (1867):

I, too, sing America.
I am the darker brother.
They send me to eat in the kitchen
When company comes,
But I laugh,
And eat well,
And grow strong.

Tomorrow,
I'll be at the table
When company comes.
Nobody'll dare
Say to me,
"Eat in the kitchen",
Then.

Besides,
They'll see how beautiful I am
And be ashamed –
I, too, am America¹⁰³.

The ideological leader of the Harlem renaissance was William Edward Burghardt (W.E.B.) Du Bois (1868–1963), who, unlike Booker T. Washington, spoke out against segregation, saying that the

¹⁰³ Hughes L. I, Too [Electronic resource]. URL: <https://www.poetryfoundation.org/poems/47558/i-too> (accessed 04.08.2020).

most talented representatives of the black race had the right to be immediately integrated into society, and would bring the rest along with them. In itself, the Harlem Renaissance was that powerful wave of talent that destroyed all stereotypes and reformatted American culture as a whole. The 1920s are unthinkable without African American music, dance and style of clothing.

W.E.B. Du Bois, unlike his predecessors, insisted on the necessity for an education in the humanities, studying ethnography, folklore and history in order to understand oneself.

African American identity is the main question of the Harlem renaissance, and W.E.B. Du Bois had tried to answer it in 1903 in his work *The Souls of Black Folk*:

After the Egyptian and Indian, the Greek and Roman, the Teuton and Mongolian, the Negro is a sort of seventh son, born with a veil, and gifted with second-sight in this American world, a world which yields him no true self-consciousness, but only lets him see himself through the revelation of the other world. It is a peculiar sensation, this double-consciousness, this sense of always looking at one's self through the eyes of others, of measuring one's soul by the tape of a world that looks on in amused contempt and pity. One ever feels his twoness, an American, a Negro; two warring souls, two thoughts, two unreconciled strivings; two warring ideals in one dark body, whose dogged strength alone keeps it from being torn asunder¹⁰⁴.

Emphasizing the similarity to the son of the Biblical Jacob, Du Bois calls attention to courage as the essential characteristic of the African American. According to the Bible, the seventh of Jacob's twelve sons was the founder of the Tribe of Gad, which was placed on the front lines of the Israeli people, and was most often in battle, suffering from the attacks of Syrian leaders and, as a result, was conquered by the Assyrian king. In addition, Gad was given the gift of inner sight, premonition, so those qualities also belong to the black soul, in Du Bois' opinion.

The main thing here, however, is the idea of the duality of the African American soul, the question of the duality of his consciousness, which belongs to two traditions – African and Western. For this reason, finding one's essential nature becomes the main question, on both the ideological and artistic levels.

¹⁰⁴ *Du Bois W.E.B.* The Souls of Black Folks [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/408/408-h/408-h.htm> (accessed 03.08.2020).

Langston Hughes, for example, experimented in his poetry with African American musical traditions – blues and jazz, uniting these with modernist tendencies. These experiments had a huge significance for the further development, not only of African American literature, but of American literature in general.

The problem of African American identity and the defense of the African American right to be unique, unlike the rest, was always decided in the borderland between the white world and the black world, i. e. in the very process of self-identification there existed the sense of the borderline nature of the African American. The “borderland” as a socio-cultural phenomenon, and all the problems associated with it, became central to American literature in the last third of the 20th century, when the question of various “hyphenated” identities came to the forefront – i. e., Americans who were exploring their ethnic roots. These problems first arose, however, in discussions about what it meant to be an African American.

Even at the end of the 19th century, the question of African American self-identification from the point of view of the borderland could be found in the works of the major black prose writer at the turn of the century, Charles Waddell Chesnutt (1858–1932). He came from a wealthy family; his parents were light-skinned octoroons (those who were 1/8 black). It would have been easy for Charles Chesnutt to pass himself off as white, but he became, in Du Bois’ expression, one of those whites who, because they had black blood, decided to become black.

It’s no accident that the main theme in his work was “passing” as in “passing for white”, which signified a change of racial affiliation, which led to a sense of duality, not only between the two races, but inside each of them. Thus, inside the black race there was the problem of the disdain of the light-skinned towards the dark-skinned, and of the dark-skinned towards the “yellow bastards” – a complex stratification tied to the shade of one’s skin. In his works – a collection of stories *The Wife of His Youth and Other Stories of the Color Line* (1901); the novels *The House Behind the Cedars* (1900), *The Marrow of Tradition* (1901), and *The Colonel’s Dream* (1905) – Chesnutt looks at the theme of the racial borderland, racial attitudes, and the tragedy of a man whom society does not help in his search for identity, instead destroying his dream of finding one. In addition, he is certain that the process of racial miscegenation in America was inevitable and positive. As a result of this combination a new American would appear, who had absorbed the best qualities of all races. This is the theme of his article *The Future American* (1901).

The problem of identity within the theme of “passing” is a favorite theme of writers for the Harlem Renaissance. Nella Larsen (1891–1964), for example, touches on this idea in her novel *Passing* (1929). She describes a meeting between two classmates who were talking about their lives. Irene Redfield and Clare Kendry are two fairly light-skinned black women who are able to pass as white. Clare chooses the path of hiding her identity and marries a rich white man with racist views. For this reason, she is panicked at the thought of exposure. Irene, on the other hand, who is the narrator, marries a dark-skinned doctor and lives in Harlem. Sometimes she passes as white, but only as a matter of convenience – to attend the theater, for example, or to go to white restaurants and clubs.

Clare’s subterfuge is finally exposed. The novel ends with the heroine falling out a window. The circumstances of her death are not completely clear: either she threw herself out of the window, or Irene pushed her, suspecting that her husband was having an affair with Clare. The heroine’s husband also might have done it, learning of his wife’s racial identity.

Nella Larsen’s novel exposes the depth of the reasons forcing African Americans to cross racial lines and change their identity. The main factor is the humiliation of the black race, and pressure from white society. It is this that pushes African Americans to cross racial borders, forces them to wear a mask and dilute their personality.

A contemporary of Nella Larsen, Zora Neale Hurston (1891–1960), a star of the Harlem Renaissance, presented a different point of view on the problem of identity and “passing”. In her famous novel *Their Eyes Were Watching God* (1937), she juxtaposes two ways of dealing with one’s racial identity: on the one hand, the heroine of the novel, Janie, a light-skinned beauty, fully senses her affiliation with the black community; on the other hand, there is Mrs. Turner, a mulatto, who is trying to escape her race, who is not accepted by either the black or the white communities.

Zora Hurston, in essence, dedicated all of her work to the problem of black cultural identity.

In 1925, she enrolled in Barnard College, a female institution affiliated with Columbia University, where she became a student of Franz Uri Boas (1858–1942), the founder of cultural anthropology. His teaching was the basis for her own research into African American culture. Hurston went on numerous expeditions, where she collected folklore and voodoo traditions.

Perhaps it is thanks to this “anthropological dimension” of African American culture that Zora Hurston was an exception in the Harlem movement. She did not want to deal with the purely sociological

or political problems of racial equality, as her friends in the Harlem Renaissance had.

It would, however, be a mistake to think that problems of racial discrimination did not bother Zora Hurston. She wrote a whole series of essays dedicated to that problem, including *How It Feels to be Colored Me* (1928), *The 'Pet Negro' System* (1943), *My Most Humiliating Jim Crow Experience* (1944), *What White Publishers Won't Publish* (1950), etc. However, she did not find it possible to participate in the propaganda activities of the Harlem activists since, as she herself acknowledged, she could not fix with a few lines something that people and God had been doing for thousands of years. Hurston's task, therefore, was to study the African American cultural code on all levels.

In addition to folklore, she included African American traditions in her literature, along with questions that concerned them, and the unique language of the blacks. All of her works are full of African American dialect, distinguished by the use of metaphor and comparisons, as well as a very specific verbal art called "playing dozens". This was a type of "insult contest" which, in Hurst's opinion was a consequence of the unique nature of African American culture, and the yearning of African Americans for originality in linguistic expression.

Her dream was for the genuine equality of all races, which she treats with humor in her essay *How It Feels to be Colored Me*:

But in the main, I feel like a brown bag of miscellany propped against a wall. Against a wall in company with other bags, white, red and yellow. Pour out the contents, and there is discovered a jumble of small things, priceless and worthless. A first-water diamond, an empty spool, bits of broken glass, lengths of string, a key to a door long since crumbled away, a rusty knife-blade, old shoes saved for a road that never was and never will be, a nail bent under the weight of things too heavy for any nail, a dried flower or two still a little fragrant. In your hand is the brown bag. On the ground before you is the jumble it held – so much like the jumble in the bags, could they be emptied, that all might be dumped in a single heap and the bags refilled without altering the content of any greatly. A bit of colored glass more or less would not matter. Perhaps that is how the Great Stuffer of Bags filled them in the first place – who knows?¹⁰⁵

Zora Neale Hurston is now considered the founder of modern African American literature, but at the time her colleagues did not accept

¹⁰⁵ Hurston Z.N. How It Feels to Be Colored Me [Electronic resource]. <https://xroads.virginia.edu/~MA01/Grand-Jean/Hurston/Chapters/how.html> (accessed 18.03.2020).

her. Richard Wright (1908–1960), for example, turned against *Their Eyes Were Watching God*, because of its clearly expressed racial message. Wright himself, in his novel *Native Son* (1940), in describing the fate of a young African American, Bigger Thomas, made racial conflict the central theme of the narrative. Bigger first kills a white girl by accident, and then quite deliberately kills his girlfriend, asking himself the question, à la Raskolnikov in *Crime and Punishment* – “whether I am a trembling creature or whether I have the right” – Wright touches on the problem of the meaning of human life. In killing, Bigger violates the role allotted to him, in the end he goes beyond the limits of the existence that was determined, not by himself, but by society, proving that he exists and is capable of action.

In this manner, Wright’s novel signified a change in the way African Americans identified themselves, justifying an act of violence and determining their dream for the 1960s.

“Black is Beautiful”

In the 1960s the radical wing of the African American civil rights movement took center stage, led by the Black Panthers, who insisted on the right to carry weapons for self-defense. The Nation of Islam, with its nationalist and racist rhetoric, was also prominent, contrasting Islam with Christianity. One of the leaders of the movement, Malcolm X (1925–1965), expressed his attitude towards that profoundly American phenomenon, the American Dream: “We don’t see any American dream. We’ve experienced only the American nightmare”.¹⁰⁶

The assassination of the Reverend Martin Luther King, Jr. (1929–1968), who advocated for equal rights for American blacks and for the peaceful resolution of their problems, only spurred the aggressive resistance of African Americans.

A cultural movement during this time was W.E.B. Du Bois’ saying, “black is beautiful,” which engulfed not only the U.S., but many countries in Africa as well. In the 1960s, on the wave of political speeches about African American rights, the theory of the “black aesthetic” and the “Black Arts Movement” were born. Activists in the Black Arts Movement called for art to reflect the problems of the African American community exclusively. African American writers of

¹⁰⁶ *Malcolm X*. Quotes [Electronic resource]. URL: <https://www.goodreads.com/quotes/361117-and-when-i-speak-i-don-t-speak-as-a-democrat> (accessed 21.09.2020).

this period deliberately separated themselves from the mainstream of literary development, from any depiction of white society. Their main source of inspiration was the life of black neighborhoods and the protest growing within them.

One of the leaders of this movement, LeRoi Jones/Amiri Baraka (1934–2014), said:

The Black Artist's role in America is to aid in the destruction of America as he knows it. His role is to report and reflect so precisely the nature of the society, and of himself, in that society, that other men will be moved by the exactness of his rendering, and if they are black men, grow strong through this moving, having seen their own strength, and weakness, and if they are white men, tremble, curse, and go mad, because they will be drenched with the filth of their evil¹⁰⁷.

The dream of African Americans – that they will be heard – was given an interesting interpretation in the novel by Ralph Waldo Ellison (1914–1994), *Invisible Man* (1952). The hero of this novel does not have a name; he is not only invisible to society, he can't even see himself. He has been saddled with the role of the worthless black man by society; the entire novel is a search for his own identity.

After being expelled from college, the hero comes to New York, where, after a long search for work, he gets a job at a paint factory. Here he is given the task of transforming black paint into white using a special reactive agent. Isn't this the author mocking the artificial separation of humanity into races?

The hero ends up in the hospital following an accident and is subjected to various experiments. The hospital episode could well have been inspired by the notorious events at Tuskegee University, where Ralph Ellison had been a student. From 1932 to 1972, under the aegis of the U.S. Public Health Service, medical experiments were conducted on black men to study the effects of all stages of syphilis.

Ellison was convinced that the root of evil lay in the fact that the black American was not seen as human because of the color of his skin. He also calls on whites to see themselves as human, since, just as Frederick Douglass before him, Ellis sees that slavery destroys humanity in the white master as well as in his slave. Ellison calls on everyone to throw off their former guise, leaving it in the underground, where the *Invisible Man* is hiding:

¹⁰⁷ *Amiri Baraka*. Introduction to "The Black Arts Movement" [Electronic resource]. URL: <https://www.poetryfoundation.org/collections/148936/an-introduction-to-the-black-arts-movement> (accessed 17.09.2020).

I'm shaking off the old skin and I'll leave it here in the hole. I'm coming out... <...> Who knows but that, on the lower frequencies, I speak for you?¹⁰⁸

The theme of reconciliation of racial conflict can be heard in the work of James Baldwin (1924–1987), follower of Martin Luther King's ideas. The drama of interpersonal relations between whites and blacks, crippled by the racism in society, was a key theme for the entire nation in the 1960s. A special place in this drama was given to love between whites and blacks. In James Baldwin's works this love is seen as a force that is capable of liberating the personality. The process, though, is painful and tortuous, since one can only reach the meaning of love through suffering, which plays an extremely important role in the spiritual formation of the personality.

More deeply than any of his contemporaries, Baldwin exposed the tragic fate of two people divided by the color of their skin. In his novel *Another Country* (1962) the heroes are the black jazz musician Rufus and the white girl Leona, poisoned by racial prejudices, in spite of their love. They project their inner fears on each other, and their lives collapse, since they are not strong enough to withstand the test of interracial love. As a result, Rufus dies, and Leona ends up in a mental institution.

The Female Voice in Modern African American Literature

In the 1970s, multiculturalism (a theory of cultural diversity at the base of which is a desire of each national group to retain its own traditions and characteristics) was gaining momentum. It changed not only the interpretation of interracial relations and the road to identity, but also the artistic ways of conveying the problem of African American identity.

Female authors came to the forefront; their voice was the leading one for almost all of the last third of the 20th century and the beginning of the 21st. These include Alice Malsenior Walker (born 1944), Maya Angelou (born Marguerite Ann Johnson, 1928–2014), Gloria Naylor (1950–2016), Toni Morrison (born Chloe Ardelia Wofford, 1931–2019).

¹⁰⁸ *Ellison R.* *Invisible Man* [Electronic resource]. URL: <https://modernforms.org/wp-content/uploads/Ralph-Ellison-Invisible-Man-Text.pdf>. P.450 (accessed 20.09.2020).

The main theme of their work was how women gained the strength to get out of the situation into which they had been placed by centuries – the “inferior race, inferior gender”. All of their works are tied to stories of black women exploring consciousness and identity and overcoming their traumatic experiences.

One example of this is Maya Angelou’s autobiography *I Know Why the Caged Bird Sings* (1969). In it, Maya Angelou recounts how in childhood she was a victim of sexual violence from her mother’s boyfriend. She told her brother and he told the rest of the family. The perpetrator was found guilty but spent only a year in jail. Four days after his release, however, he was murdered. They never found his killer, but everyone suspected the girl’s uncle. She became afraid of the power of her words, and for five years did not utter a sound. These were the years, however, that nurtured the future writer inside her.

The theme of the powerful woman is also central in the work of Alice Walker. In her novel *Meridian* (1976), she tells about a black woman who enters adulthood just as the civil rights movement of the 1960s was becoming active. In her novel *The Color Purple* (1982), the narrator is the completely downtrodden girl Celie, who suffers beatings and sexual violence from her husband. In the end, she finds support and strength in female friendship.

Toni Morrison, who won the Nobel Prize in Literature in 1993, is also familiar with this theme. The African American woman in her novels is a victim of violence *The Bluest Eye* (1970), but nevertheless, does not lose her strength, and acts as the repository of the customs and traditions of the black community. She is the continuation of the race, she bears and raises children, but she carries the burden of a terrible past (*Beloved*, 1987) and transmits the knowledge gained by ancestors to the following generations.

The main feature of both Toni Morrison and Alice Walker, however, are new forms of artistic expression tied to African American folklore. What Zora Neale Hurston had done, and how she wrote, became extremely relevant several decades after her death.

In Place of a Conclusion

Modern writers have taken the baton from previous generations of African American writers, widely using both their achievements in resolving the problems of identity of the black population of the U.S. and their artistic inventions. One example of this is Colson Whitehead’s *The Underground Railroad* (2016), which tells of the horrors of slave life in the antebellum South, of how the young slave Cora runs

away from the plantation, and of her long and painful path to freedom. The novel instantly became a *New York Times* bestseller, and in 2017 was awarded the prestigious Pulitzer Prize for Fiction.

In this novel, Colson Whitehead treats escape from slavery as a phenomenon of a people's collective memory, which is the basis for the formation of a national and cultural identity. The text contains numerous references to the histories of hundreds of escapees – especially women – and the separation of families, of physical abuse on the plantations, collected in what is, perhaps, the most famous documentary work on escape from slavery, the book by William Still (1821–1902), *The Underground Railroad Records*, which was published in 1872.

It is important to note that in the novel the collective memory of slavery is tied to its individual carrier – a woman, since it is she, the one whom the South always treated as “the inferior gender of the inferior race”, who has to bear the worst trials of the path to freedom. Frederick Douglass, in his autobiography, said that when the real history of the anti-slavery movement is written, women would occupy the most important place in it, since the fate of a slave was more a woman's lot. For this reason, Colson Whitehead ties the collective memory of African Americans with the individual fate of a woman, who experienced the worst humiliations both from whites and from her black brothers. These trials did not break her; on the contrary, they ignited within her the spirit of freedom. Whitehead's chosen approach guaranteed the novel's success: he appealed not only to historical fact, but to the phenomenon of African American collective memory, placing it alongside the cultural, historical and collective memory of the entire nation.

The literary tradition of African Americans thus is tied to the understanding of freedom and equality as the main dream of the black population of the U.S. Beginning with the first works, which imitated white literature, African Americans created an independent branch of American literature by turning to their folkloric tradition. They explored the long history of the black struggle for the dream, so that those great words could finally become a reality:

That all men are created equal, that they are endowed
by their Creator with certain unalienable rights,
that among these are Life, Liberty and the pursuit of Happiness.¹⁰⁹

¹⁰⁹ The Declaration of Independence [Electronic resource]. URL: <https://www.britannica.com/topic/Declaration-of-Independence/Text-of-the-Declaration-of-Independence> (accessed 18.02.2020).

Further Reading

- American Slave Narratives: An Online Anthology [Electronic resource].
URL: <http://xroads.virginia.edu/~hyper/wpa/wpahome.html>
(accessed 27.10.2020).
- Gates H.L.* Colored People: A Memoir. New York, 1994.
- Gates H.L.* The African American Century: How Black Americans Have Shaped Our Century. New York, 2000.
- Gates H.L.* The Signifying Monkey: A Theory of African-American Literary Criticism. Oxford, 2014.
- Gilyard K., Wardi A.* African American Literature. London, 2004.
- Morrison T.* Playing in the Dark: Whiteness and the Literary Imagination. Cambridge, 1993.
- Nitoburg E.L.* 20th Century African Americans: An Ethno-Historical Sketch. Moscow, 2009. (In Russ.)
- Panova O.Yu.* Colored Worlds: American Literature in Search of a National Identity. Moscow, 2014. (In Russ.)
- Panova O.Yu.* Modeling the Image of the Black Race in American Culture and Literature on the Cusp of the 19th–20th Centuries // Humanitarian and Socio-Economic Science. 2014. № 1. P. 78–82. (In Russ.)
- Udler I.V.* In Slavery and Freedom: The Creation and Evolution of the Documentary Genre “Slave Narratives” in the 18th–19th Centuries. Chelyabinsk, 2009. (In Russ.)
- Udler I.V.* “Narrative of the Life of Frederick Douglass, An American Slave, Written by Himself” in the Context of the Slave Narrative Genre // Chelyabinsk State University Gazette. 2010. № 11 (192). P. 133–138. (In Russ.)
- Vashchenko A.* Negro Autobiography as a Genre. The Appearance of the Novel // History of U.S. Literature: In 7 vols. Moscow, 2000. Vol. 3. (In Russ.)

Electronic Resource

See the video at: <https://edu.amc.ru/courses>

Course 7

U.S. Cultural, Public,
and Digital Diplomacy

N.A. Tsvetkova

U.S. cultural diplomacy was introduced to improve mutual understanding between nations. The cultural diplomacy has a long history from the first private projects at the end of the 19th century to the digital projects in the 21st century. The course shows how the cultural diplomacy developed in terms of governmental-sponsored projects and initiatives of ordinary Americans, and reviews arts diplomacy, intentional broadcasting, sports diplomacy, tourism, educational projects, foreign aid, intentional charity, digital diplomacy, and other projects associated with the U.S. cultural diplomacy. The course reviews some historic transformations of cultural diplomacy into public diplomacy in the 1990s–2000s, then into digital diplomacy in the 2010s, and, finally, into data diplomacy in the 2020s.

Contents

1. Cultural Diplomacy, American-style	1053
2. America Speaks: U.S. International Broadcasts . . .	1064
3. U.S. Arts Diplomacy	1075
4. John F. Kennedy’s Volunteers: The Peace Corps in Action	1086
5. The USA as International Philanthropist	1096
6. The Tourism Industry as a U.S. International Culture Project	1108
7. American Athletes as Good Will Ambassadors . . .	1120
8. The Export of American Education	1130
9. The Internet in U.S. Cultural Policy: Digital and Data Diplomacy	1143
10. Different Faces of Data-Driven Diplomacy: The U.S. and the World	1155

Lecture 1. Cultural Diplomacy, American-style

The United States did not invent cultural diplomacy, i.e. that aspect of international affairs that deals with culture, scientific and educational exchanges, or international broadcasts. These things are part of what is called soft power or public diplomacy. The notion that countries could improve their relations by interactions with other peoples, or by spreading their national language and culture, was dreamt up by French and German politicians in the mid-19th century. France and Germany were the first to bring their language and culture to countries in the Near East, creating French and German schools, and inviting foreign citizens to study in their universities. These European countries established the first departments for cultural exchange in their foreign ministries. The United States also wanted to initiate cultural contacts with the outside world. But isolationism (the idea that the U.S. should not get involved in European politics, or bind itself in agreements) kept American cultural diplomacy in check.

In 1840 the U.S. Congress approved a resolution to facilitate the exchange of publications between the Library of Congress and foreign libraries. The idea of exchanging books was the first instance of U.S. cultural diplomacy, and a unique facet of “cultural diplomacy, American-style”. The Chinese Emperor, for example, gave the U.S. a collection of books on China in exchange for a gift from the U.S. in 1869, establishing a wonderful tradition of creating collections of books about their homelands in the libraries of two countries, and, later, all over the world. There were also other events that showed the unique character of the first American steps in cultural diplomacy, and highlighted the difference between the U.S. and Europe in this sphere. The U.S. was eager to obtain information on education, science and culture in other countries. In 1869 the U.S. issued the first report by the Office of Education on the systems of education in other countries, which was used to develop the US’ own universities and schools.

In 1890 the State Department created a temporary department to arrange academic visits by foreign scholars and specialists in economics, agriculture and machine building in American universities

and companies. Although the department only existed for a few years, its work demonstrated the unique nature of these first ventures into cultural diplomacy. While the Europeans were busy spreading their language and culture in their colonies and the territories under their control in Asia, Africa or the near East, the Americans were interested in technological development and scientific pursuits.

US cultural diplomacy was, for quite a long time, concentrated in private hands, in contrast to Europe. From the mid-19th century, for example, American missionaries expanded cultural and educational contacts without any formal agreements with the governments of the Near East. By the start of the First World War, there were approximately 450 schools in the Near East and the Balkans that had been opened by missionaries, as well as two American universities in Lebanon and Turkey, financed by private donations. In contrast to the schools established by the European countries, in the American schools and universities in the Near East, teaching was conducted in the local languages, and students studied their own history and culture.

This approach was a welcome departure from the policies of European countries, which offered courses in the language, culture and politics of their nations when they created schools and cultural centers. Thanks to their missionaries, America became associated with freedom and national self-determination, which was attractive to peoples who had been colonized by Europe or were under Ottoman rule.

The missionaries made cultural diplomacy the unique purview of the Americans. Unlike the Europeans, they brought scientific knowledge, and helped many national groups develop their alphabet and their written language. For example, American missionaries created the Zulu alphabet, which still exists today among peoples in South Africa, the Congo and Zimbabwe. They taught many national groups in Africa to read and write, and compiled English-Hawaiian and English-Tamil dictionaries.

It was American missionaries who brought Western medicine to Asia and who helped create Thailand's education system in the 1870s–1880s. The King of Thailand even appointed one of the missionaries to be supervisor of higher education in Bangkok.

US businessman John Goucher opened schools for the local population in India, Korea, Japan and China, and Christopher Robert created the renowned Robert College near Constantinople with his own money. American missionaries helped to change the status of women in society, and created schools for girls in Greece and Bulgaria. The American College for Girls in Turkey was created in 1871 with private donations from the US.

The missionaries' activities thus laid the groundwork for the U.S. entry into the international arena, they broke down the distrust that local people had for Americans, and significantly strengthened diplomatic ties between the U.S. and the countries of Asia and Africa. Up until the Spanish-American War in 1898, Europe took no notice of American activities in science, culture and education. But after the war, when Cuba and the Philippines became protectorates of Washington, the United States suddenly became serious factor in European diplomacy. The scale of U.S. cultural diplomacy grew noticeably. In 1900, for example, 1,300 Cuban teachers were invited to Harvard University to study English. In 1908, the first group of 2,000 Chinese students arrived in American universities, funded by the reparations China paid after the Boxer Rebellion (1898–1901), a protest against foreign domination. The Rebellion was put down by military intervention from an international coalition, including the US. But in contrast to other nations, the Americans decided to devote their share of reparations to cultural diplomacy projects. This is yet another unique attribute of cultural diplomacy, American-style. There had never been such a large contingent of foreign citizens participating in cultural exchanges with European countries.

World War I helped to develop American cultural diplomacy. U.S. involvement in the conflict demonstrated that ordinary Europeans had very strange and negative ideas about America. This was quite a surprise to President Woodrow Wilson, who decided to use cultural diplomacy to destroy myths about America. Wilson intended to convince Europeans that it was necessary to stop armed conflict by creating an international organization, which would resolve disputes and prevent possible conflicts. The Committee on Public Information that he created helped to spread this idea across Europe via American libraries and lectures by American academics. The head of the Committee was George Creel, a close friend of the president. It had 15 departments and close to 150,000 staffers and volunteers, dedicated to carrying “the gospel of Americanism to every corner of the globe”. The Committee was financed through a presidential fund and by private donations from ordinary Americans, who understood the importance of this new type of U.S. diplomacy. Creel and his volunteers shouldered the difficult task of bringing information about the U.S. to Europe. Reading rooms and academic lecture tours were their main projects. In 1917 there were more than 200 American lecturers in France alone, talking about the U.S. political system and about America in general. By 1918–1919, American reading rooms opened in many European countries, including Russia, and U.S. academics were on the European lecture circuit. But this was not enough.

US cultural diplomacy needed newspapers and magazines that could reach Europe. Creel managed to create something akin to a modern journalist pool, which operated in other countries. American offices in France, Switzerland, Portugal, Russia, Italy and Spain functioned as the main sources of reliable information on the US.

American journalists, arriving in Europe for the first time, found that the US' most attractive quality was its unique political system, American federalism and the separation of powers. They began to publish extracts or even full texts of Wilson's speeches, short reports on the activity of the Congress and political life, on education and the lives of Americans.

The main focus of this activity were the countries fighting Germany. On the recommendation of ambassadors, especially the American ambassador to Russia, Creel began opening *Reading Rooms of Allies*, in which soldiers and the civilian populations in Great Britain, France, Russia and many other countries could read American books and magazines.

In analyzing the results of his work, George Creel noted that many international publications and the populations of various countries became more positively disposed towards America. However, after the end of the First World War the committee was shut down when Congress refused to fund such programs in European countries. America returned to isolationism, and all of Creel's negotiations with lawmakers on the importance of cultural diplomacy failed.

But not everyone in the United States considered isolationism and the decline of cultural diplomacy to be definitive. One of the defenders of cultural diplomacy was Herbert Hoover, future president and, in 1920, the head of the Commission for Relief in Belgium. He offered the Belgian government the opportunity to use funds remaining from the Commission's work to sponsor educational exchanges between the U.S. and Belgium. Hoover, like many Americans, understood that the U.S. should be playing an active role in world politics, and should demonstrate the universality of American life to European nations. In 1920 the Belgian American Educational Foundation was established as heir to the Commission, to assist Belgian students studying in the US. In the 1920s one-fourth of all university teachers in Belgium, as well as the Prime Minister and six Cabinet ministers, were participants in exchange programs. Belgian students received approximately \$1,000 as a monthly stipend and this type of U.S. cultural diplomacy was called academic exchange. Moreover, representatives of this U.S. cultural diplomacy were able to use resources that came to the U.S. from other countries to finance these exchanges. In other words, Belgium's money

was sent back to Belgium. This was a unique approach by the Americans to the financing of cultural diplomacy.

The next chapter in the development of cultural diplomacy American-style is associated with U.S. President Franklin D. Roosevelt. In 1935, staffers of the State Department's regional office on Latin American affairs proposed that the president temporarily finance cultural projects through the federal budget, something that was new for the U.S. government. This initiative was a reaction to Germany's cultural diplomacy in Latin America, and was meant to support Washington's Good Neighbor Policy towards Latin American nations. No one doubted that federal financing of educational and cultural programs, which previously had been funded through foundations and private donations, was a temporary measure to combat the spread of German influence. The agreement of Latin American states was needed to carry out these programs, a problem successfully resolved at a conference of Latin American states in Buenos Aires in 1936. In his speech at the conference President Roosevelt called educational and cultural exchanges a way of fighting Fascism.

Can we, the Republics of the New World, help the Old World to avert the catastrophe which impends? Yes; I am confident that we can. <...> In expressing our faith of the Western World, let us affirm: That we maintain and defend the democratic form of constitutional representative government. That through such government we can more greatly provide a wider distribution of culture, of education, of thought, and of free expression¹.

In accordance with documents signed at the conference, 20 Latin American countries sent students, journalists and politicians to the U.S. to study. This was the first time the United States signed an agreement with the governments of a group of countries – the Convention for the Promotion of Inter-American Cultural Relations – for specific exchange programs. The Convention called on the parties to encourage close relations between organizations and people, and to promote mutual understanding between the United States and the countries of Latin America. Finally, the U.S. signed several more agreements on exchanges of publications, art exhibitions and educational films. In 1938, President Roosevelt took yet another historic step: He created

¹ *Roosevelt F.D.* Address before the Inter-American Conference for the Maintenance of Peace, Buenos Aires, Argentina // The American Presidency Project [Electronic resource]. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/208508> (accessed 15.10.2021).

the Division of Cultural Relations in the State Department, in response to the Fascism aimed at the Americas.

There were eight people in the Division, and congress appropriated \$27,000 for programs. This was an insignificant sum, but over the next two years it grew to \$1 million. A new position was added to the American diplomatic corps – cultural attaché – to promote projects in culture, education and information.

The Division's first projects were lecture tours by American academics, the creation of English-language learning centers, and the recruitment of students. In 1939 alone the government made more than 130 films, which were shown to university students in countries such as Brazil, Argentina, Chile, Cuba, Mexico, Paraguay and Uruguay. In response to German activities in education, the U.S. opened 230 American schools. But the number of American schools was just one-third that of German schools. Another facet of U.S. cultural diplomacy in Latin America, which now exists in many countries, were short-term tours to enable public opinion influencers to get acquainted with the United States. In 1940 the first group of politicians, professors and journalists from Latin America was invited to participate in an exchange program, now known as the *International Visitor Leadership Program*. Program participants published various notes, articles and books after they returned from the US. Based on reports by the Division of Cultural Relations, one could conclude that representatives of all existing political, cultural and educational establishments in Latin America took part in these exchanges in 1939–1940. In a very short period, hundreds of representatives of ministries, parliaments, banks and universities in Latin America visited the US. Such cultural diplomacy programs not only lessened Germany's influence in the region, but significantly strengthened economic, political and cultural ties between the U.S. and Latin America.

The most surprising example of cultural diplomacy during the Second World War was the *Chinese Program*. It was created in 1941 using resources from the presidential emergency fund to facilitate academic exchanges between American and Chinese university teachers and students. The situation in China during the war was not favorable to cultural exchanges. The national government, headed by Chiang Kai-shek was based in the South, the Japanese were in the East, while Mao Zedong and his Communists were in the North. The *Chinese Program* began with the dispatch of American specialists, along with sending of books and journals to Chinese universities. Chiang Kai-shek, for his part, intended to rebuild China after the war with devoted members of his party who had been trained in the U.S. Every year he sent about 1200 Chinese government officials and young

party members to the United States to study how factories, hospitals and universities were run. Madam Chiang, the wife of Chiang Kai-shek, personally asked President Roosevelt in 1942 to send some American journalists to the Ministry of Information to train their Chinese colleagues. Roosevelt reacted swiftly. In just a few months the most talented journalists from *The New York Times* and *The Washington Post* were in China. They organized seminars on journalism, and helped get several newspapers on track. In 1943 there were 706 Chinese citizens in the US; in 1948 there were already 3,914. But after the Communist victory in 1949, most of the students refused to return, either to mainland China or to Taiwan, where the Chinese National government headed by Chiang Kai-shek had established itself. As a result, funding of the Chinese Program was cut. However, it created the basis for future academic exchanges between mainland China and the United States, which were resumed in 1979. No tale of cultural diplomacy would be complete without describing yet another U.S. innovation, which set an example for the whole world: the creation of a global exchange program in the fields of culture and education, in which foreign citizens could participate. All the cultural diplomacy programs listed above were regional and temporary. The global program is known to many countries today as the Fulbright Program. The idea of internationalism, that the U.S. should take an active part in international policy, was the impetus for its creation.

The internationalism movement in the United States engulfed many politicians, businessmen and social activists. Senator William Fulbright played an active role in the movement; he, like many others, believed that the only alternative to a future war was a global organization of collective security and the wholesale promotion of mutual understanding between nations through cultural exchanges. But this new, global cultural diplomacy in the United States required financing. In September 1945, Senator Fulbright introduced an amendment to the Lend-Lease Act, proposing to use the proceeds from the sale of surplus American war material overseas for educational exchanges. Fulbright chose the right moment to carry out his plans, since neither Congress nor the administration had any idea what to do with American property left in other countries. Its value was estimated at \$60–105 million, and the cost of transportation would be greater than the property itself. During his student years in London, Senator Fulbright had studied the question of debt repayment by allies after World War I. This knowledge helped him to convince the senators, explaining the economic and technical details of conducting cultural exchanges financed by the sale of American property to the countries in which it had been left. The Senator, defending internationalism in U.S. foreign

policy, insisted that America must create a system of collective security and economic interdependence, which would prevent future wars.

In this new international system, exchange programs would do away with xenophobia and cultural barriers, in Fulbright's thinking. The participation of all different nations in exchange programs would form an educated elite that understood the political culture of other countries, and the system of collective security would be based on this understanding. But in discussing the proposed bill it turned out that U.S. congressmen were not ready to spend federal money to educate foreigners, who might, in their view "infect" American youth with their leftist ideas. For that reason, in November 1945, the senator began to lobby President Truman to promote his bill. Truman expressed support, and Congress approved the bill in August, 1946. The Fulbright Program was established, which today encompasses all the countries of the world, attracts millions of citizens and has numerous copies in other countries. The Fulbright Program was based on the belief that cultural diplomacy would lead to mutual understanding between nations. This idea is the essence of cultural diplomacy in any country.

The most unusual and famous project of American cultural diplomacy was the *Congress for Cultural Freedom*, which gathered together hundreds of intellectuals, writers and musicians from many countries in the 1950s–1960s. The idea was to finance a variety of cultural projects, which were supposed to facilitate freedom of expression and artistic exploration. The project centered on Europe, where the Cold War was raging for hearts and minds. The Russian-born musician Nicolas Nabokov played a major role in the creation of the Congress, as well as in promoting cultural freedom. The heart of the project was the famous journal *Encounter*, which was issued from 1953 through 1990. The journal published new literary works as well as reviving forgotten ones, and breathed new life into European culture, by giving it a global and cosmopolitan flavor. The freedom to discuss and argue on the pages of the journal was a powerful attraction for the intellectual elite, and cultural diplomacy gained another direction: support for the creative intelligentsia. Cultural diplomacy was the instrument that helped to facilitate mutual understanding between the socialist and capitalist camps during the Cold War. President Dwight D. Eisenhower initiated cultural diplomacy projects with countries in the socialist camp in the 1950s. It had been a long time since the Western and Soviet blocs had had mutual cultural contacts: There had been a noticeable freeze in this area since the end of the Second World War, and it was not until 1955 that the Eisenhower administration proposed an exchange program with socialist countries. The USSR Minister for Foreign Affairs, Vyacheslav Molotov, at first expressed doubt that the Soviet bloc could

ever agree to “so-called freedom for exchange of persons which would enable the dregs of society to conduct unrestricted subversive activity”², but later agreed to bilateral exchanges between the U.S. and the countries of Eastern Europe. The renowned exchange program, often called the *East-West Exchanges*, led to the most amazing results. Many future politicians, economists and scientists from Eastern Europe took part in these exchanges, which played a role in the improvement of relations between East and West at the end of the 1980s.

Another unique facet of cultural diplomacy were exchanges involving school children and adolescents. The first experiments occurred in West Germany after the Second World War. The U.S. occupation forces, specifically the High Commissioner for Germany John Jay McCloy, an impassioned defender of cultural diplomacy, wanted to help German adolescents, who faced very complex questions in politics and in life. McCloy was convinced that personal contact between Germans and Americans could form the basis for Germany’s rejection of Nazism. He repeatedly told Congress that only a cultural exchange program would be able to convince the German government and people to embrace democratic development. He also maintained that study programs would not give quick results: “Ten years from now we shall have a more definite answer to the question of democracy in Germany”, he wrote in 1951. “But... I have confidence today that progress is being made. I am convinced that our programs to aid democratic development in Germany are vital”³. It is true that many young people who took part in the program became well-known politicians: future German Chancellors Ludwig Ehrhard and Gerhard Shroeder, for example. Similar programs were begun in other countries, the Teenager Program, for example. Created by President John F. Kennedy, this program brought approximately 4,000 schoolchildren between 14 and 18 to the United States, where they could live with an American family and study in an American school for a year, learning about everyday life in the US. Finally, we cannot ignore cultural diplomacy programs to broaden American involvement in various scientific, academic and cultural projects, to improve Americans’ knowledge of the outside world and of the culture of other countries.

There have been moments in American history when cultural diplomacy became a priority for national security. For example, in

² Telegram From the Delegation at the Foreign Ministers Meetings to the Department of State // Foreign relations of the United States: 1955–1957. Vol. V. P. 772 [Electronic resource]. URL: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1955-57v05/d367> (accessed 20.02.2021).

³ Assisting Germany To Become A Peaceful Country // The Department State Bulletin. 1951. July 2. P. 66.

1958 President Eisenhower introduced an unusual bill to stimulate the study of other countries, foreign languages, mathematics and physics in U.S. universities, financed through the federal budget. The bill was called the *National Defense Education Act*. The USSR's launch of Sputnik in 1957 prompted discussion in American society about the interdependence of education and national security. In Congressional committees on foreign relations, education, and atomic energy, which were examining the bill, serious disagreements broke out. For example, Senator William Benton, publisher of the *Encyclopedia Britannica*, said during the hearings that the level of education influenced world politics, and that Russian libraries, laboratories and university teaching methods were a bigger threat to the U.S. than the hydrogen bomb. According to statistics, in 1954 alone the USSR graduated 103,000 engineers – 7,000 more than in the U.S. The report also mentioned the high level of the Soviet specialists, who had launched an artificial satellite into space. Eisenhower signed the National Defense Education Act in 1958, making it official policy that national security demands the full realization of the intellectual potential of the country's young men and women. The legislation provided federal financial support to renew and reinvigorate academic programs, with special attention given to the study of foreign languages, primarily Chinese, Russian, Japanese and Arabic. Fifty-three educational centers were established, where American students could study the language, economics and politics of a specific country. Moreover, the federal government financed study abroad, so that American students could learn to understand other cultures and peoples.

Ronald Reagan personally encouraged this direction in cultural diplomacy in the 1980s, broadening study programs in Eastern Europe. The law that sanctioned the program for American researchers proclaimed that the study of Eastern European countries was a necessary condition for the successful implementation of foreign policy in the region. U.S. universities received additional funds for academic study trips to Eastern Europe, which helped to establish firm bridges between those countries and the US. Finally, the idea of international summer programs as part of cultural diplomacy was an important U.S. contribution. At the beginning of the 1950s, at Harvard University, future National Security Advisor Henry Kissinger, who was then a graduate student in government, suggested to his academic advisor that they organize summer programs for European youth.

Kissinger's idea was unique in that it entailed educating students during summer vacation. The main impetus was a desire to give educated European youth the opportunity to better understand American life. In his proposal Kissinger pointed out that this program should

demonstrate that American students are able to discuss abstract concepts, and not only think about material things. The project opened doors for Kissinger with the Eisenhower administration, where he met Vice President Richard M. Nixon, whom he invited to the summer seminars as a lecturer. The future politician thus laid the foundations for educating foreign youth through a system of summer programs, which is now used by all the universities in the world.

Cultural diplomacy American-style is a mosaic of all different kinds of approaches to U.S. involvement with the rest of the world. In contrast to other countries, U.S. cultural diplomacy depended on private initiatives for quite a long time, financed from various sources, such as repayment of loans by foreign nations.

Cultural diplomacy American-style was not directed at forcing its language and culture on others, but advanced the concept of bilateral exchange. Cultural diplomacy American-style is the invention of various, sometimes unusual forms of interaction with citizens of other countries: missionary schools where Americans taught local children in their own language, summer programs for students, support for free artistic expression.

Finally, cultural diplomacy American-style is scale and universality, in the numbers of participants and the countries involved. This is its unique characteristic even today.

Further Reading

- Arndt R.* The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century. Washington, D.C., 2005.
- Creel G.* How We Advertised America: The First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information that Carried the Gospel of Americanism to Every Corner of the Globe. London; New York, 1920.
- Johnson W., Colligan F.* The Fulbright Program: a History. Chicago, 1965.
- Ninkovich F.* The Diplomacy of Ideas: U.S. Foreign Policy and Cultural Relations: 1938–1950. New York, 1981.
- Pells R.* Not Like U.S.: How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture since World War II. New York, 1997.
- Richmond Y.* Cultural Exchange and the Cold War: Raising the Iron Curtain. State College. Pennsylvania, 2003.
- Scott-Smith G.* The Cultural Cold War in Western Europe, 1945–1967. London, 2003.
- Tsvetkova N.* Introduction // Cold War in Universities: U.S. and Soviet Cultural Diplomacy. Leiden, 2021.
- Tsvetkova N.* Failure of American and Soviet Cultural Imperialism in German Universities: 1945–1990. Leiden, 2013.
- Yale R.* Cultural Exchanges and the Cold War: Rising the Iron Curtain. New York, 2003.

Electronic Resource

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 2. America Speaks: U.S. International Broadcasts

How America Communicates with the World

America began to speak to the rest of the world when its government and its people needed to explain to foreign nations and societies what was going on inside the country. The first time this happened was with the Declaration of Independence. Its text contained America's first address to a world audience, in the famous phrase: "To prove this, let Facts be submitted to a candid World"⁴. Morse code was the first available means of broadcasting information about the United States. President Woodrow Wilson's speech at the Versailles Conference in 1919, where he announced his radical Fourteen Points for open diplomacy, free trade, control of foreign policy, etc. were broadcast to the world using Morse Code. In contrast to other nations, which used radio to get their information out to the world, the U.S. was in no hurry to construct a system for international transmissions. Great Britain, Germany, the USSR and other countries were actively communicating with the rest of the world in the 1920s. But the U.S., in contrast, had information centers in just a few countries, run by the U.S. Information Service (USIS).

It wasn't until 1942 that the U.S. created its first radio station for international broadcasts, called *Voice of America*. The station broadcast in German to try and discredit Fascism. The station's motto also appeared at that time: "The news may be good or bad. We shall tell you the truth"⁵. The station then began broadcasting in French, which brought some intellectualism into international broadcasts. Famous French writers, thinkers and philosophers worked for the station, people like Claude Lévi-Strauss, for example. When Russian language

⁴ Unanimous Declaration of Independence, passed in the United States Congress, by the representatives of the American people // Library of U.S. Congress [Electronic resource]. URL: <https://www.loc.gov/resource/rbpe.34604400/?st=text> (accessed 15.10.2021).

⁵ VOA Charter. 1976 // VOA [Electronic resource]. URL: <https://www.voanews.com/> (accessed 15.10.2021).

broadcasts began, the well-known American diplomat George Kennan tried to become an anchor for the Russian programs.

The successes and failures, the rise and fall of international broadcasts in the U.S. are tied to the well-known U.S. Information Agency, which existed during one of the tensest and most tragic periods of recent history – the Cold War. The Agency was founded by President Dwight Eisenhower, who learned the value of informational diplomacy during the Second World War, when he was commander of the Allied Forces in North Africa, and later in Europe. After the Cold War ended, USIA was closed down, and in its place a bi-partisan council, the Broadcasting Board of Governors, was created to oversee international broadcasting, which coordinated the activities of various stations. New political crises and challenges dictated a return to the roots of international broadcasting at a new historical stage, and in 2017 the U.S. Agency for Global Media was formed.

In addition to information about the country, the U.S. has always distributed the technical means to use various types of content. At one point television became the turning point in U.S. international broadcasting. Popularizing television as a new technology became a priority in American international broadcasting. The U.S. built 350 mobile motion picture units, brought more than 6,000 film projectors to various countries and opened 210 film libraries. In addition to the mobile theaters and the projectors, U.S. broadcasting adopted the Circarama – a set of enormous screens that showed a 360-degree image. This innovation was designed by the Walt Disney Company, and was often used by the government for World's Fair exhibits. The large screens gave a picture of American life, the beauty of nature and the progress of technology. The most popular scenes were of huge transportation hubs, which won over audiences in many countries with the scale of Americans' technological progress. Television allowed the U.S. to create newsreels, which were shown as short films. The most famous and popular of these was the 20-minute monthly newsreel *Our Times*, and, in later years, *Today*, and *Washington Correspondent*.

Satellite TV, which appeared in the U.S. at the beginning of the 1980s, was another revolution in international broadcasting. *WORLDNET*, as it was called, brought something previously unheard-of to international broadcasting: news and other types of content could now be shown in various countries on live television.

International broadcasting now had a means of transmitting news quickly. Videocassettes were yet another link in U.S. international broadcasting. In April, 1985, the U.S. Information Agency reported that it was now using videocassettes to record the most interesting

political developments and the most popular U.S. television shows and distributing them in other countries. Free video libraries were opened in U.S. Information Centers, and videocassettes quickly became popular in foreign countries.

Finally, the Internet made American broadcasting interactive, a form of dialogue, which means direct contact with the target audience. International broadcasts had never before had the opportunity to receive direct feedback from viewers and listeners on the content of programs. This allowed experts to assess the expectations and wishes of the overseas audience, and to adjust programming content accordingly.

The most famous representative of international broadcasting was Edward R. Murrow, a journalist on *CBS* and a friend of President John F. Kennedy. At the beginning of the 1960s, Kennedy named him director of the U.S. Information Agency, which oversaw international programming. Murrow was known as “the man who invented truth”. He was an uncompromising fighter against propaganda, and he tried to make American overseas broadcasting into a source of reliable, truthful information. Murrow had been the only journalist in the U.S. to take on the fight with Senator Joe McCarthy, who conducted Communist witch hunts, searching for traitors within the government. As a journalist, Murrow was able to convince Americans that what McCarthy was doing threatened free speech in the U.S. This episode in his life was portrayed in director George Clooney’s film *Good Night and Good Luck*. As director of the U.S. Information Agency, Murrow opposed U.S. policy when it ran counter to the principles of truth and fairness. Learning of the proposed Bay of Pigs operation against Fidel Castro, for example, Murrow asked the president how such an act could be broadcast to a foreign audience. He was against increasing the U.S. presence in Viet Nam, and tried to convince Kennedy not to send military advisors. After Kennedy’s assassination, Murrow stayed at his post for some time. But his uncompromising stance against sending U.S. troops to Viet Nam, his worsening health and attacks by his enemies in the White House had their effect: Murrow left his post at USIA. Americans, it should be said, have not forgotten this journalist. The government gives out Edward R. Murrow Press Fellowships to journalists from all countries for honest, objective coverage of world events.

If you ask when U.S. international broadcasting was the most effective, new and entertaining, the answer might surprise many: It was during the administration of Ronald Reagan. A former actor, the president was deeply involved in international broadcasting, and tried to use information in all aspects of U.S. foreign policy. It was during

the Reagan administration that satellite TV was introduced in international broadcasting. This made live coverage possible on all continents. Ronald Reagan was a straightforward man, and the motto of his information policy was “to convince the world of the superiority of the American system”. He had big goals, and, unlike many other presidents, he successfully achieved. During his administration, officials began using humor and irony in the information war with Communism. President Reagan was known for his interest in Soviet anecdotes. Many videos have been preserved in which the president recounts Soviet anecdotes in quite a professional manner. Where did this interest come from? In 1982, American experts advised the president to use humor, anecdotes, and jokes in information campaigns. International broadcasts and print materials were full of anecdotes, and this approach was known as “soft pedaling”, which meant lowering the pressure in the information wars.

Print, Radio and Television: The U.S. Takes on the World

Journals were and remain one of the main instruments of dialogue between the U.S. and the world audience. History is full of examples where the written word not only changed relations between nations, but also had an effect on a country’s development. The newspaper *Neue Zeitung*, which the U.S. created in Germany after the Second World War, turned the former Nazi nation into a democratic country, kindly disposed toward the U.S. To bring a new political life to German society, and to stamp out any vestiges of Nazism in the hearts and minds of the Germans who survived the war, the U.S. modeled this newspaper on *The New York Times*. It was one the U.S.’ most brilliant and successful projects. The government expended a lot of effort to find German immigrants in the United States who had at one time engaged in journalism, but who had escaped Hitler’s Germany. Many of them were reluctant to return to Germany, even after the liberation, and tried to convince the U.S. government that nothing would come of this venture, since it was impossible to create a free press in Germany. But American journalists who were serving in the U.S. armed forces in Germany created the new newspaper anyway, and brought in German immigrant journalists to work at it. *Neue Zeitung* became one of the most popular newspapers in Germany. Just one year after its creation it had between eight and 10 million German readers. The popularity of a newspaper about America, about American life, politics and sports was due to the fact that the content was developed by German jour-

nalists with an unusual background: They knew both languages, they understood both cultures and they had lived in both countries. They were thus able to show America to German readers in a language they understood. This led to the newspaper's unbelievable success. Mass information campaigns to promote a certain idea in the world are one of the U.S.' major inventions. Today this approach is used by all countries, and is called "political advocacy". The United States showed the whole world that words could change politics, do away with misunderstandings between politicians and their people, and, finally, change the world. For example, in the 1950s and 1960s, the threat of atomic war became a reality, since many countries now had atomic weapons. Moreover, after the atomic bombing in Japan in 1945, the image of the U.S. in the world was not all that favorable. Americans decided to convince the world community that the atom could serve peaceful goals, and that the U.S. was the country that could lead others on the path to nuclear disarmament. The *Atoms for Peace* theme was integrated into all information materials and into all news broadcasts. Eisenhower's famous speech, in which he uttered the words: "...the United States pledges... its determination to help solve the fearful atomic dilemma – to devote its entire heart and mind to finding the way by which the miraculous inventiveness of man shall not be dedicated to his death but consecrated to his life"⁶, was known all over the world. The rapid, mass distribution of information was made possible thanks to the participation of 300 American companies, which published millions of copies of print materials and made several films. This information campaign helped form a wide international movement, known as *Atoms for Peace*, which included the governments of all countries including the USSR. This led to the beginning of negotiations, and later to a nuclear test ban treaty. Another example of these information campaigns was the Polish question at the beginning of the 1980s. In 1981–1982, Poland was undergoing an economic crisis. There were demonstrations, as a result of which the government introduced a state of emergency. There was a threat that Soviet forces would invade. To protect the population from the threat of violence, Reagan mobilized public opinion on a global scale, making Poland an issue for the world. The U.S. Information Agency commissioned a film, *Let Poland Be Poland*, and distributed it all over the world, bringing news of the situation in Poland to the world community. President Reagan personally asked the

⁶ Address by Mr. Dwight D. Eisenhower, President of the United States of America, to the 470th Plenary Meeting of the United Nations General Assembly, 8 December 1953 // IAEA [Electronic resource]. URL: <https://www.iaea.org/about/history/atoms-for-peace-speech> (accessed 15.10.2021).

British Prime Minister, Margaret Thatcher, the German Chancellor Helmut Kohl, as well as many American and international film stars to appear, with condemnations of the Polish government. The famous Swedish pop group *ABBA* recorded an address to the Polish people and donated money to help the poor in that country. This served as a stimulus for aid campaigns in the U.S. and around the world. All of this helped to avert Soviet military intervention, and the Polish crisis was the basis for Lech Walensa's *Solidarity* movement and other, similar movements in Eastern Europe.

Cuba is a special case in U.S. international broadcasting. After the Cuban Revolution, broadcasts from the U.S. ceased almost entirely, not counting various flyers and other literature. The silence between the two close neighbors continued until Reagan came to the White House. The creation of Radio Martí was the means used to break the silence. The broadcast was not sanctioned by the Cuban government, and Fidel Castro vowed to block the radio signal. Reagan was prepared for this, and came up with an idea that stopped Castro from implementing his policy. The radio show *Family Brigade*, which transmitted personal messages from Cuban immigrants in the U.S. to their relatives in Cuba, made Radio Martí very famous on the island. Americans from Cuba used a toll-free number in the U.S. to record their messages, which were then put on the air. The popularity of this program prevented Castro from closing down the broadcast on the island.

International broadcasting can improve relations between countries and can even change world politics. Perhaps the first example of this was the press conference that President Ronald Reagan and Chancellor Helmut Kohl held with American and German astronauts aboard the space shuttle Columbia in December 1983, which was broadcast via satellite. More than 20 million Germans watched the press conference, glued to their televisions, and the German publication *Die Welt* called the event a technical miracle. The effect was foreordained: The U.S. was able to restore its image after the 1970s, when ordinary Europeans protested against the deployment of American nuclear rockets and against NATO. Satellite stations were also a means of ending the Cold War. Television played a significant role in attracting the attention of the world audience to the historic summits between Mikhail Gorbachev and Ronald Reagan in the 1980s. It all began with the unusual image of the new Soviet leader, his relaxed manner of speaking, his young foreign minister and the behavior of the First Lady, all of which posed a challenge to Ronald Reagan. Unexpectedly for the United States, the new Soviet leader's initiatives for a unilateral moratorium on medium-range rocket deployment in Europe, or his Star Peace initiative for the peaceful exploration of space, in con-

trast to the U.S. Star Wars program, began to dictate the agenda in international broadcasts and were the lead articles in many publications. The world was waiting for the U.S. reaction to the Soviet leader's rhetoric. A summit was proposed to bring the two leaders together. The first meeting in Geneva did not lead to any real agreements, but it played a significant role in ending the period of confrontation. Thanks to satellite television, and the daily news chronicles of the details of the summit, showing the informal relations between the leaders and the first ladies, the people of many countries began to hope for an end to the Cold War. Approximately a billion people watched the details of the conference, transmitted via *WORLDNET*. The proximity of ordinary people to global politics through satellite television allowed viewers to believe that a breakthrough had been reached in relations between the Superpowers. The leaders of the U.S. and the USSR, for their part, reacted to these expectations by building a new basis for cultural diplomacy: mutual understanding between countries would now be broadened to include cooperation in culture, education and information for the benefit of mankind.

Animated Films and Documentaries

Animated films were yet another innovation that Americans brought to international broadcasting. The first example of this dates from the Second World War, when America faced the challenge of countering German propaganda in Latin America. At the personal request of Nelson Rockefeller, who was not only a close friend of President Roosevelt and a businessman, but at the time was occupying the new post of Coordinator of Inter-American Affairs, the Walt Disney Company made an animated film that later became famous all over the world as *Saludos Amigos*. The idea for these films, united under a single title, was a tour of Disney heroes (personifying Americans) to get acquainted with Latin America. The films demonstrated the strong friendship between the U.S. and the other countries in the region, became popular and helped to focus the audience on their northern neighbor, instead of on Germany.

Another well-known example of animated films used in international broadcasts was *Tom Schuler, Cobbler-Statesman*. This film recounts the exploits of an ordinary American who played a vital role in the independence of the original 13 colonies. The film was originally intended for a European audience, to encourage Europe to unite and form a union. But its popularity spilled over to the rest of the world, and *Tom Schuler* was shown in all countries for quite a long time.

U.S. international broadcasting advanced the idea of documentary films centered on a specific theme, that illustrated a problem, promoted an idea or reflected historic events. Experts in many countries today agree that documentary films are one of the most powerful instruments to reach a target audience. Television stations in many countries – such as *DW*, *RT* or *CCTV* – use this approach. For example, during the Second World War the government worked with many film studios to make movies about the U.S. A typical example of this was “The Town”, which showed life in small-town America. Later, the task of popularizing the American way of life would be carried out by a new television genre, “This is the United States”, that illustrated geography, history or everyday life in the United States.

The necessity of maintaining friendly relations with the USSR during the Second World War led to the creation of films that portrayed Russia in a positive light. The story of *Mission to Moscow* is a prime example of this. The film was intended to make the American public more favorably disposed to cooperating with the Soviet Union, and to show that the USSR was a reliable partner. In 1942 Roosevelt decided to make the film as a present to the Soviet side. *Mission to Moscow* is a pro-Soviet film, based on the memoirs of Joseph E. Davies, U.S. ambassador to the USSR in the 1930s. The film contains scenes that idealize Soviet as well as American life. In the words of Robert Buckner, the film’s producer, the film was “an expedient lie for political purposes, glossily covering up important facts with full or partial knowledge of their false presentation”⁷. The owners of the *Warner Brothers Studio*, Harry M. and Jack L. Warner, opposed the president’s idea of making a pro-Soviet film, fearing it would hurt their profits. Only after extended persuasion by the president, as well as assurances that the film would open the Soviet market to the American film industry did the Warner brothers agree to take part in making the film. Inside the United States, the film provoked harsh criticism as well as praise. Many critics maintained that the film was a wise attempt by President Roosevelt and the Warner Brothers Studio to allay Soviet distrust. After a private showing of *Mission to Moscow* at the Kremlin, Stalin and the entire Soviet elite accepted the film with great enthusiasm. They decided to show it all over the Soviet Union. The film was greeted with great interest by Soviet audiences, with *Pravda* and other publications running rave reviews from viewers. *Mission to Moscow* signaled a liberalization of Soviet policy towards the film industry. After a decade of almost to-

⁷ *Radosh R.* A Great Historic Mistake: The Making of *Mission to Moscow* // *Film History*. 2004. Vol. 16. No 4. P. 359.

tal absence, American films were once again being shown on Soviet screens. The U.S. was the first to use refugees from the socialist camp to make films discrediting the policies of the Eastern bloc. In *My Latvia*, for example, emigres recounted the sad story of their country. Movies like this focused the attention of the world on small countries and national groups. Films were also made about cultural figures who fled the Eastern bloc. The famous *Freedom Dance* showed the fate of two Hungarian ballet dancers who escaped to the United States during the Hungarian Revolution in 1956. Documentaries about the lives and fates of famous Americans was another innovation in international broadcasting, with *The Life of General Dwight D. Eisenhower*, being a classic example. Documentaries on U.S. presidential campaigns also became popular, attracting lot of attention from audiences overseas. From the moment that presidential debates were first show on television, international broadcasting was enriched with very entertaining content from United States. The famous debates between John F. Kennedy and Richard M. Nixon, both candidates for the presidency, were shown in countries all over the world. They drew so much attention that U.S. information centers allowed anchors from local station to comment on the debates directly from USIS, the first time such a thing had been done. The use of wide screens allowed the U.S. to take another step in the distribution of information. Large screens were set up on city streets to show the presidential debates. The show, as well as the new face of American politics, John Kennedy, drew crowds of people. Thanks to satellite TV, American information centers overseas changed their rhythm: they organized breakfasts, lunches and dinners inviting guests to watch important events in American political life, presidential debates, elections to Congress, and local elections. It turned out that the U.S. federal system, where each state has a right to adopt local laws and conduct its own politics, as well as the whole spectacle of elections, was extremely interesting for audiences.

US international broadcasting has gone through various stages. At times, crises within the country or in foreign policy, as well as wars and conflicts or military operations required that international broadcasting give out incomplete information, which was rejected by the audiences in many countries. This was the case, for example, at the beginning of the anti-terror operations in Afghanistan and Iraq at the beginning of the 2000s, when the U.S. conducted a massive information campaign about the lives of Muslims in the United States called *The Shared Values Initiative*. This was also the case with the war in Viet Nam, which put the U.S. international broadcasters in an impossible position regarding the airing of certain events, the killing

of civilians, etc. The U.S. image in the world was so poor that President Lyndon Johnson, who began full-scale operations in Viet Nam in 1965, asked experts from Voice of America not to bring him any more surveys on audience loss or on the U.S. image overseas. Viet Nam caused a crisis in international broadcasting for many years. Leaving that country, the director of the U.S. Information Agency observed with bitterness, "There are all the hearts and minds we said we'd won"⁸. Films provided a way out of the crisis: first, movies about First Lady Jacqueline Kennedy, films about the role of women in society, and, later, films about children. Americans found a way out of the information crisis by "rehumanizing America". Mistrust was countered by films about famous women or about educating children. International broadcasting gained yet another important tool for overcoming the crisis, which was then applied by many other nations: the use of the most trusted brand to improve the image of the whole nation. This worked extremely well, when the brand of the new and unusual president Barack Obama improved the image of the U.S. in many countries in the Near East. Then the experts from the U.S. Information Agency created a project that brought together the most famous international children's authors and teachers with educational programs for children on all continents. Writers and teachers from all over the world were invited to the United States. The result was the famous television series *Reading Rainbow*, which touched children in many countries. This approach once again brought America an international audience. American international broadcasting encompassed 84 countries, 31 languages, and reached the eyes and ears of more than 500 million people a week until the beginning of the 1990s, an unquestioned success. Today U.S. programs are broadcast in 56 languages, and, by using all possible means of information dissemination including the Internet, reaches almost every country, with an audience of 345 million a week. The success of international broadcasting is based on the use and transmission of technology. The U.S. brought its word to the world along with new equipment such as mobile movie theaters, big screens and televisions, projectors and the Circarama, satellite TV and the Internet. The U.S. also invented many interesting approaches to sway international audiences: the creation of publications, documentaries, libraries for books and movies, global information campaigns, airing of U.S. information campaigns, the idea of federalism, the use of humor and irony, and also the popularization of the president and first lady.

⁸ Cull NJ. *The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy: 1945–1989*. Cambridge, 2008.

Further Reading

- Cull N.J.* Speeding the Strange Death of American Public Diplomacy: The George H.W. Bush Administration and the U.S. Information Agency // *Diplomatic History*. 2010. Vol. 34. No 1. P. 47–69.
- Cull N.J.* The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy: 1945–1989. Cambridge, 2008.
- Cull N.J.* The Decline and Fall of the United States Information Agency: U.S. Public Diplomacy, 1989–2001. New York, 2012.
- Granville J.* Radio Free Europe's Impact on the Kremlin in the Hungarian Crisis of 1956: Three Hypotheses // *Canadian Journal of History*. 2004. Vol. 39. No 3. P. 515–546.
- Hixson W.* Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945–1961. New York, 1997.
- Pittaway M.* The Education of Dissent: The Reception of Voice of Free Hungary, 1951–1956 // Mitter R., Major P. *Across the Blocs: Cold War Cultural and Social History*. London, 2004. P. 97–116.
- Sorensen T.* The Word War. The Story of American Propaganda. New York, London, 1968.
- Tobia S.* Advertising America: VOA and Italy // *Cold War History*. 2011. Vol. 11. No 1. P. 27–47.
- Tsvetkova N.* Dealing With a Resurgent Russia: Engagement and Deterrence in U.S. International Broadcasting, 2013–2019 // *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*. 2019. Vol. 12. No 4. P. 435–449. (In Russ.)
- Wilson P. Dizard Jr.* *Inventing Public Diplomacy: The Story of the U.S. Information Agency*. Boulder, 2004.

Electronic Resource

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 3. U.S. Arts Diplomacy

Arts diplomacy is a special type of interaction between nations, carried out through art exhibitions, tours by music or dance troupes and other projects by representatives of various genres. It might seem that this kind of diplomacy would appeal to a limited circle of people – those who like theater and concerts. But this is not true. History has demonstrated that concerts, art exhibitions and book fairs attract more people than all other forms of cultural exchange. Moreover, arts diplomacy can project a positive image of a country much more quickly than other forms of activity. Informal contact between representatives of the art world and visitors to various cultural events create a range of new impressions and break down negative emotions in people from other countries.

The U.S. didn't begin to understand the importance of arts diplomacy until the 1960s, when American jazz concerts were being played all over the world, when theaters exchanged productions, and representatives of the arts spoke with their fans after performances in various countries. It seems that only through art, which does not require language, can people forge the closest bonds. There are numerous examples of American artists interacting informally with the public. This was done on the spur of the moment, with no connection to politics, and it brought unprecedented diplomatic dividends. One report about a concert by New York Pro Musica in the USSR noted that the performers managed to establish "soul-to-soul contacts" with their audience of more than 300 people. Many American artists have recorded their impressions of foreign tours, emphasizing the unexpected and dramatic effects of these interactions. For example, the famous musicians from the University of Illinois Jazz Band held some jam sessions with local musicians in a Finnish university, creating an atmosphere of friendship between the American and Finnish musicians. Music, ballet, opera, books and exhibitions united people more closely than all other forms of cultural diplomacy.

It took a very long time for arts diplomacy to catch on in the United States. In 1760 the artist Benjamin West left Pennsylvania for Great Britain to demonstrate the achievements of American painting, and to learn about new trends in European art. The visit led to West

becoming the president of the Royal Academy in Great Britain, and he later nurtured a whole pantheon of American artists (John Singer Sargent, James Whistler, Mary Cassatt), who went from the U.S. to Paris or Rome to study with famous artists. King George III, the British monarch, liked West's paintings, and he appointed West court artist. West was quite successful: His painting *The Death of General Wolfe*, which depicted a famous scene from the French and Indian War, was reproduced numerous times. The prints were one of the first successful art projects, and brought the artist a good income.

This was more the exception than the rule, however. For quite a long time the U.S. considered fine art to be part of technological progress, or else a purely private pursuit for those who were interested in it. Theaters, orchestras, etc. required professionals, who could be found only in Europe. Arts diplomacy found its feet in the middle of the 19th century, when America participated in international exhibitions, and art was used in politics to enhance the country's image. The Great Exhibition in London in 1851, which drew not only representatives from many firms, but also artists from all over the world, showed the power of sculptors, architects and artists through their works. The U.S. seized on this idea and turned it into a demonstration of America's development. A series of exhibitions was organized throughout America, to enhance the country's prestige, to establish commercial ties and to demonstrate the country's unique character.

The first was the Centennial Exposition in Philadelphia in 1876; the second was the World's Fair in Chicago, in 1893. It was then that the image of America as the leader of mass production was formed. The official name of the Philadelphia exhibition emphasized America's view of art: *The International Exhibition of Arts, Manufactures and Products of the Soil and Mine*, with art mixed in with advances in architecture and construction technology.

The first exhibitions were quite eclectic. Today such an approach is known as "place branding", which allows countries to promote cities, regions and countries. Americans were able to show Europe the good side of the United States, but mainly as a potential center for entrepreneurship. Chicago, which had burned in the Great Fire of 1871, was rebuilt for the World's Fair, and the new construction demonstrated by the fair made Chicago the industrial center of the U.S. It would require more time for art to be able to work for the benefit of the country.

American art came to the world through photography. In 1955, Erich Steichen organized a traveling exhibit of 500 photographs called *The Family of Man*, with the help of the U.S. government. The photographs had been taken by 270 amateur photographers from 78 countries. The exhibition opened on a photo of the Universe, after which

visitors saw pictures of the Earth and the lives of ordinary people from all over the world. There were pictures of babies being born, of mothers and children, of childhood and adulthood, school, old age, death. Different fates, different ways of self-expression demonstrated the great variety of human life.

Some photographs were enormous, others were quite small. The captions underneath them contained texts from all the world's religions, from famous writers and political figures. The exhibition's slogan came from the Sioux Tribe: "Behold this, also love it! It is very sacred and you must treat it as such"⁹.

The photographs also contained scenes from international life: the uprising in East Germany in 1953, shots of the Korean conflict from the early 1950s, and others. The exhibit was capped by a panoramic photo of a session of the UN General Assembly. According to experts, the photographs and the way they were displayed created an unusual, poetic energy uniting all countries and peoples. The exhibit created a bridge between various nations and communicated an idea that was new for its time: "we are all very different, but we are all people living on this planet"¹⁰.

The exhibit became extremely popular, with people from Guatemala to Moscow standing in lines for hours to see it. Why? The creators of the exhibit were able to communicate universal values, humanity, largely free from politics. The first city to host the exhibit was Berlin, divided into four sectors by the victorious powers. People stood in lines for 4-5 hours to get in to see the photographs, and the exhibit was popularly dubbed "miracle on Steinplatz", after the street on which it was housed. It is remembered as "the story of all mankind".

By 1962, when the exhibit closed, it had visited more than 90 cities in 38 countries. It was then brought to Luxembourg, where Steichen had been born, and where it remains today, in the Clervaux Castle. In 2003 the exhibit was inscribed in the UNESCO Memory of the World register, in honor of its enormous significance for millions of people.

While American photographs may have been accepted without question by the public, the works of American painters and abstract artists often aroused confusion, not only in foreign audiences, but among Americans as well. In 1946 a new section in the State Department, called the Office of International Information and Cultural Affairs, was formed from the remnants of the Office of War Informa-

⁹ *Cull N.J.* The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy: 1945–1989. Cambridge, 2008.

¹⁰ *Ibid.*

tion, which had handled informational campaigns during the Second World War. The new office was given the leftover funds from OWI, which it used to buy 79 paintings by American artists such as Ben Shahn, Jacob Lawrence, and Yasuo Kuniyoshi. All were Americans, but most had recently immigrated from other countries. Their styles were as varied as their backgrounds, combining realism with expressionism and abstractionism. This variety of origins and genres was the basic principle for a mobile art exhibition.

It was called *Advancing American Art*, and a preview was organized at the Metropolitan Museum of Art in New York. It received uniformly positive reviews from the residents of this most cosmopolitan of cities.

After the New York opening, the exhibit was split into two, to promote American art more broadly. One part was sent to Europe, while the other went to Latin America. Then things got complicated. The Americans themselves were not happy with the paintings; many works seemed provocative to a foreign, non-New York audience. Conservatives and traditionalists thought the paintings were too emotional. The American magazine *Look* drew attention to a work by Kuniyoshi called *Circus Girl Resting*, and began a campaign of criticism against the exhibit.

Those opposed to the exhibit maintained that it was a provocation by communists, meant to corrupt youth. Conservatives insisted that it was American food products that should be displayed on the international market, not music and painting, if communist ideology was to be contained. Passions ran so high that President Harry Truman, whose administration had promoted the idea of the show, had to distance himself from it, announcing: "If that's art, then I'm a Hottentot"¹¹. William Benton, the head of the Bureau of International Information and Cultural Affairs, had to fire the employee responsible for arts diplomacy. The exhibit was recalled from various countries, and the paintings were acquired by Auburn University, in Alabama. They are still in the university's art gallery. But the exhibit accomplished its goal: In the countries of eastern Europe the exhibit was seen as a symbol of freedom, and received rave reviews in Prague, where residents got to see it before the communist overthrow in 1948. The exhibit also acquainted artists in various countries with abstractionism.

¹¹ This word was used for quite a long time in the political lexicon as an insult; it referred to a rare tribe in Africa. The president is playing with the word here, since no one could ever call him a Hottentot. The word was invented by colonists from the Netherlands.

American abstract art was long rejected by communist countries. The freedom and emancipation, the absence of popular realism, were the main reasons that countries refused to host the exhibit. One interesting example of this was China's reaction to American art. After relations between the U.S. and China were normalized in the 1970s, the American administration offered Beijing an exhibit of Jackson Pollock and other adherents of the abstract expressionist movement in 1981. But the Chinese government did not want to show 13 of the paintings offered by the Americans. Charles Wick, the head of the U.S. Information Agency, had to threaten to shut down the exhibit altogether. China, not wanting to ruin its diplomatic relations with Washington, left the paintings in the show. This tactic helped to bring American art to the citizens of the People's republic of China. But it did not work in 1987, when the U.S. administration brought an exhibit from the National Portrait Gallery to China. The Beijing government absolutely refused to display the portrait of General Douglas MacArthur, insisting that the general's actions had humiliated China. In the 1940s–1950s MacArthur headed the U.S. occupation forces in Japan, and took part in the Korean War (1950–1953). He was a proponent of military intervention in China, to cut off military aid to North Korea, which the Chinese never forgot. Negotiations went nowhere, and the exhibit was recalled. At the time, Wick told journalists: "There is absolutely no way that we can yield to censorship... We are the architects and advocates of the free flow of information and expression"¹². Any reader who understands art knows that American music and American jazz are the calling cards of the USA. This is true, but it's not as simple as that. Jazz diplomacy was not able to be integrated into U.S. cultural diplomacy for quite a while, despite the popularity of such performers as Dizzy Gillespie, Benny Goodman, Louis Armstrong, Duke Ellington and Dave Brubeck. Americans themselves did not consider jazz to be the type of music that should be performed for a wide audience, and did not support sending jazz artists on foreign tours. They felt that jazz could give a distorted image of the United States, and that it was not, in fact, art.

But even before Louis Armstrong conquered Europe, or Dizzy Gillespie went halfway around the world at the request of the U.S. president, Europeans were listening to American music – Joel Walker Sweeney, for example, who danced and played the banjo. His ensemble – Old Joe's Minstrels – won over Queen Victoria in 1843, and in 1872 another group – the Fisk University Jubilee Singers – brought melodies to Europe that formed the basis for the jazz we know. Queen

¹² Cit. on: *Cull N. Op. cit.* P. 470.

Victoria was once again among those who listened, along with her Prime Minister, William Ewart Gladstone. It was not until December, 1955 that the world first heard, on *Voice of America* radio, Duke Ellington and his most famous composition, *Take the A-Train*, one of the biggest hits of all time, all over the world. After that came the voice of the legendary commentator and music expert Willis Conover. The effect was staggering: It wasn't news and it wasn't judgments about communism and liberalism, it was music! New music, strange to most of the world, became the most popular content of the American radio station. VOA was getting up to 1,000 letters a month from fans all over the world, asking them to broaden their music programming. This led to the creation of the program *Jazz Hour*, which turned out to be the hottest product that U.S. music diplomacy had had in many years. Music brought down the Iron Curtain, and many historians insist that it helped end the Cold War. Why did this music genre, criticized by so many Americans, suddenly have such great appeal to people from other countries? As it turns out, jazz united one-storied America with people in other small towns all over the world. Jazz musicians were not the bearers of an elite musical tradition. They showed the America of simple people. The main thing they accomplished was to engender a sense of empathy with America in people all over the world, people who had never been to the United States.

Politicians realized that music could improve the international image of the United States quite quickly. One revealing example of this was a concert by the Los Angeles Symphony Orchestra in far-off Iceland. The population was demonstrating against the U.S. military base, and to lower the tensions a bit and show a different side of the country, American musicians came to Iceland in 1955. In an instant Icelanders changed their minds about the U.S. military base. Often, however, U.S. music projects sometimes were held hostage to political or religious quarrels. The conflict between India and Pakistan is one example of this. In 1957 the government of Pakistan demanded that the U.S. Embassy to put on a jazz concert like the one they had given in India, to keep Pakistan from feeling that it had been slighted.

Dizzy Gillespie's world tour, which was supported by President Dwight D. Eisenhower personally, was a significant milestone in music diplomacy. The musician, who was already world-renowned, was being criticized in his home country. His style, known as bebop, was more rhythmically complex than traditional jazz, and was not well understood in the U.S. Moreover, many thought jazz too primitive to be included in U.S. cultural projects in the world arena. Some even suggested that jazz musicians were trying to return the U.S. "back to the jungle". But everything changed when Adam Clayton Powell, Jr.,

a well-known congressman and civil rights activist, heard Gillespie's music and personally asked the president to use jazz musicians as diplomats, to tell the truth about what was happening inside the U.S. In November, 1955, *The New York Times* wrote that the U.S. administration was planning to send several musicians to various countries to tell about the real America. Powell announced that the State Department was sending jazz musicians, folk groups, mambo dancers, American Indian dance groups, and musicians from the Hawaiian Islands abroad as music ambassadors. At the beginning of 1956 Dizzy Gillespie's world tour was announced. But organizing it was not easy: the U.S. had expected that the famous performer would be welcomed with open arms everywhere he went. The first stop on the tour was India, which refused to host the musicians, saying that the tour was just a political stunt by the U.S.

The governments of other countries also refused to accept the guests, but in those places where the voices and music of these musicians was heard, it changed the world. In a small town in Iran, the Shah's entire family came to the concert, and were astonished, not only by the presence of female singers and the free style of the performance, but also by the lively way that the musicians interacted with the Iranian audience. This was the first time anything like that had happened in Iran. Many listeners kept time to the music, clapping their hands and stamping their feet; a local newspaper reported that the musicians transformed the audience into fans of American music in an instant.

The most amusing incident occurred in Ankara, where an elite audience had been specially invited by the U.S. Embassy. Dizzy saw some boys, dressed in rags, trying to climb over the fence. The musician asked the USIS representative who the boys were, and why they were not in the audience. He was told that the concert was by invitation only, at which point the musician asked that the young people without tickets be brought closer to the stage. He later described the scene: "The kids came swarming in to the club, went berserk about the music and spread the word about town that 'dis American's OK'"¹³.

There is even one example from history where music was able to stop protesting students. In Greece, where Gillespie was performing, students were demonstrating against the American musicians, who represented a country that was supporting Turkey in the division of Cyprus. The musicians decided to play all different kinds of music for

¹³ *Castagneto P.* Ambassador Dizzy: Jazz Diplomacy in the Cold War Era // *Americana: E-Journal of American Studies in Hungary*. 2014. Vol. 10. No 1 [Electronic resource]. URL: <http://americanajournal.hu/vol10jazz/castagneto> (accessed 15.10.2021).

the students. During the concert Gillespie remarked that yesterday the students were throwing rocks at him, but today they were dancing rock 'n roll.

In Eastern Europe Dizzy was the voice of protest and the voice of real life inside the U.S. Unexpectedly for the Americans themselves, the musicians performed the role of real diplomats: Through their music they introduced the public to America, to its complicated life, they talked to people and made friends. It was even said that one American musician was worth five American art exhibits.

Not everyone in the U.S. was happy about the tours, despite their enormous musical and political success. Conservatives like the well-known Senator Barry Goldwater, who would lose the presidential election to Lyndon Johnson in 1964, were against the administration paying for music diplomacy by jazzmen. They demanded that more traditional musical genres be used instead, and said that only opera, classical music and ballet were suitable for cultural diplomacy. However, the success and the political dividends of jazz diplomacy outweighed all reservations. After Dizzy Gillespie came Louis Armstrong, who won the hearts of skeptical Germans, which was extremely important for U.S. foreign policy. His classic melodies from the *Satchmo* collection formed the basis for a film, where the hits were interspersed with scenes from American life (*Satchmo the Great*).

Classical music also played a role in U.S. arts diplomacy. Not everyone loved jazz. The Americans understood that in France and Germany, in all of Europe for that matter, concepts of art differed greatly. The division of art into “high culture” and “mass culture” was predominant in Europe then, as it is today. Many Europeans preferred Irving Berlin, the American musician and composer who was born in Russia, and who wrote the words to *God Bless America*, known all over the world as the unofficial anthem of the U.S. He had concerts all over Europe, films were made about him, in which President Eisenhower himself spoke about the man.

Finally, there was the great violinist, Isaac Stern, an American born in Poland, who is remembered in Europe as one of the most distinguished musicians the U.S. has ever produced. These people were the embodiment of high music culture, they were accepted by refined audiences, while remaining the personification of America. It was the U.S. that thought up mobile music exhibitions. The projects were part of a program called *Music in America*, and either toured the world, or were created especially for a specific country, like the *Salute to France*. There were “musical seasons” that included exhibitions and concerts by American musicians in one country. In a single year, the U.S. sponsored 61 concerts in France by American and French classical musi-

cians, accompanied by a film about orchestras in the U.S. called *Symphony across the Land*. This approach lowered the level of anti-Americanism in mass culture, which had been demonstrated in the tightening of French government policy on the showing of American movies. Today we see a similar idea embodied by international concerts in which both American and local musicians play. Take, for example, the concert in Turkmenistan in 2017, which brought together singers from the U.S. and from the Turkmen National Conservatory, and led to a new level of relations between the countries.

The translation and distribution of American literature is another part of arts diplomacy. The first book that was actively used in diplomacy was a work by future president John F. Kennedy, *Profiles in Courage*, which received the Pulitzer Prize. It was translated into many languages of Asia and Africa, and the director of the U.S. Information Agency wrote to Kennedy that “Your book has proved to be one of the best vehicles we have found in our efforts to bring basic concepts of American history to foreign peoples”¹⁴... The U.S. has adopted many approaches in using works of literature for foreign policy. In Greece, for example, which was in the epicenter of the conflict between communism and democracy, the U.S. developed a project to publish comics and “pocket-books”¹⁰ In order to attract the mass reader, small-format books were published in English and Greek. The books would contain classic American poetry, like the verses of Walt Whitman, along with Mickey Mouse comics. This approach was successful: the books introduced both American pop culture and high art to Greece, which created the conditions for Greece to turn towards America. There is yet another little-known component of arts diplomacy: the interiors of American Embassies and other U.S. government offices, where foreign people visit, or which are filmed by TV cameras. This is also part of diplomacy. What dictates the choice of paintings, statues or musical instruments in U.S. embassies and consulates? Who decorates the walls? What are diplomats trying to communicate to a foreign public?

The Kennedy administration was the first to take up the question of using the interiors of Embassies to promote American culture. There was even a small office created inside the State Department called the *Art in Embassies Program*. There was very little financing, but the efforts of volunteers led to some amazing results. Many walls in embassies and consulates were decorated with paintings or reproductions. By the beginning of the 1980s this had become a major effort, and a private organization called *The Friends of Art and Preservation in Embassies* suggested that print technology be used to reproduce works of

¹⁴ Cit. on: *Cull N. Op. cit.* P. 174.

art. The scale was significant: every embassy received more than 140 reproductions. Nevertheless, the furniture, decorations and the choice of artworks depended on the tastes and preferences of the ambassador, or, more often, his wife.

Many American diplomats who had close ties to the cultural world, or who were themselves a product of that world, worked on the premise that the embassy was part of U.S. culture. Walter Annenberg, a well-known American ambassador who was involved in journalism and publishing before his appointment as U.S. ambassador to Great Britain at the end of the 1960s, brought part of his collection of American art to the embassy. William Luers, American ambassador to Venezuela and future president of the Metropolitan Museum in New York, organized a wonderful collection of paintings by American artists at the embassy, which made him very popular in Caracas. Pamela Harriman, wife of the famous American ambassador to the USSR Averell Harriman, who herself became U.S. ambassador to France in the 1970s, brought her own collection of paintings to decorate the ambassador's residence. This collection was called, informally, "the American museum in Paris", and comprised 130 works. The popularity of the collection and the number of visitors led to the embassy opening a dedicated room for a standing exhibit.

Diplomats' spouses have always been a driving force in arts diplomacy. The wife of Lester Corrin Strong, the American ambassador to Norway, asked her friends to bring some paintings from the Museum of Modern Art in New York, and the embassy in India had several paintings by Mark Rothko, which led to the creation of a standing exhibit for several years. Finally, in 1986, members of the American embassy in the USSR brought the great composer Vladimir Horowitz, who had emigrated from Russia 60 years earlier, to Moscow, where he gave several concerts at Spaso House, the U.S. ambassador's residence, as well as at several concert halls in the capital.

The U.S. consulate in St. Petersburg organized many concerts by American musicians together with famous Russian performers, like Boris Grebenshchikov. The list could go on forever. One thing is clear: At the root of all this activity is the unusual strength of art, which can quickly build bridges between hearts and minds. Many of these arts diplomacy projects were paid for by private donations, and the embassies gained a new meaning for the public, who were not used to seeing Americans as promoters of high culture.

It may seem strange, but today we do not yet know all the many examples of arts diplomacy. Scholars debate whether the architecture of U.S. military bases influences urban architecture in other countries. Does the construction of American libraries or information centers in

a style unique to the U.S. change the landscape in foreign cities? Is there a link between the architectural style of the American cultural center in Frankfurt-am-Main and other buildings in the city? We do know that arts diplomacy can change relations between countries quickly; it allows nations to overcome misunderstandings, because art increases opportunities for contact in a language that everyone understands. This is true whether it is music diplomacy, dance diplomacy, exhibitions of painting or photography, books or architecture, or even the interior decorating of embassies.

Further Reading

- Davenport L.* Jazz Diplomacy: Promoting America in the Cold War Era. Mississippi, 2009.
- Emmerling L.* Jackson Pollock. Köln, 2003.
- Hatschek K.* The Impact of American Jazz Diplomacy in Poland During the Cold War Era // Jazz Perspectives. 2010. Vol. 4. No 3. P. 253–300.
- Kodat C.* Don't Act, Just Dance: The Metapolitics of Cold War Culture. Rutgers Univ. Press, 2014.
- Kushner M.S.* Exhibiting Art at the American National Exhibition in Moscow, 1959: Domestic Politics and Cultural Diplomacy // Journal of Cold War Studies. 2002. Vol. 4. No 1. P. 6–26.
- Reid S.* Who Will Beat Whom?: Soviet Popular Reception of the American National Exhibition in Moscow, 1959 // Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History. 2008. Vol. 9. No 4. P. 855–904.
- Robbins L.S.* Publishing American Values: The Franklin Book Programs as Cold War Cultural Diplomacy // Library Trends. 2007. Vol. 55. No 3. P. 638–650.
- Stone D.* Chicago's 1893 World's Fair. New York, 2012.
- Tsvetkova N., Tsvetkov I., Barber I.* Americanization versus Sovietization: Film exchanges between the United States and the Soviet Union: 1948–1950 // Cogent Arts & Humanities. 2018. Vol. 5. No 1. P. 1–17.
- Wulf A.* Moscow'59: The "Sokolniki Summit" Revisited. Los Angeles, 2010.

Electronic Resource

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 4. John F. Kennedy's Volunteers: The Peace Corps in Action

Today many Americans have forgotten why the U.S. had to create yet another government organization for cultural diplomacy in the 1960s, called The Peace Corps. This organization has formed an entire generation of Americans, who consider themselves citizens of the world; it has enriched the U.S. with new knowledge of the cultures and languages of other countries; it was responsible for a new direction in foreign policy. Peace Corps volunteers work for free in various corners of the world, in sometimes uncomfortable and even dangerous conditions. To understand why the United States needed the Peace Corps, we have to go back to the beginning of the 1960s. American society was going through a period of change. The civil rights movement was in full swing, and the Baby Boomer generation – those born after the Second World War – was pushing the boundaries, and was no longer satisfied with the values of the consumer society.

The “hippie” movement – a protest against Americans’ traditional lifestyles – swept up young people. The youth of the 1960s could not find a common language with their parents, who viewed the world in terms of war and peace. Young people had new ideas: free love, freedom from the government, and others. Young America was more aware of the world outside the U.S. than their parents and needed new frontiers; they needed a motto to unite them, something other than the fight against communism. America needed new horizons and an activity that could bring young people together, and also show the world the new face of the USA: not a country of imperialists, but of ordinary people who did not want to wage nuclear war.

On October 14, 1960, during his election campaign, Kennedy asked the students of the University of Michigan whether they would like to represent the United States in developing countries to provide all types of assistance:

How many of you who are going to be doctors, are willing to spend your days in Ghana? Technicians or engineers, how many of you are willing to work in the Foreign Service and spend your lives traveling around the world? On your willingness to do that, not merely to serve

one year or two years in the service, but on your willingness to contribute part of your life to this country, I think will depend the answer whether a free society can compete. I think it can! And I think Americans are willing to contribute. But the effort must be far greater than we have ever made in the past¹⁵.

After his speech Kennedy received a paper signed by hundreds of U Michigan students, who expressed a willingness to devote part of their lives to helping other countries. The White House received thousands of letters from Americans who also wanted to spend part of their lives in foreign countries, carrying out a humanitarian mission. The idea of creating a network of American volunteers to organize assistance to foreign countries was not invented by President Kennedy. It had been expressed in American society and in Congress since the administration of Franklin Roosevelt. But it was not until the beginning of the 1960s that it came to a head: Prominent Senator Hubert Humphrey, who a few years later would sponsor an education program for foreign specialists, proposed a name for the volunteers: *The Youth Peace Corps*. The White House seized on the idea, as did universities and civil society organizations, which led to a wave of discussion in society about the place and role of the U.S. in the world. The French had created something similar at the end of the 19th century, but they sent their “volunteers” to research organizations to look for new ideas and discoveries. Unlike Kennedy’s future project, Europeans sought political or scientific advantage in financing such ventures. President Kennedy tried to create a completely new organization – a giving organization, not a taking one. On September 22, 1961, when the first 52 volunteers left for Tanzania, Columbia, Ghana and the Philippines, Congress passed the official Peace Corps Act, creating an organization of volunteers who were going to help developing countries “in meeting the basic needs of those living in the poorest areas” and “to promote a better understanding of the American people”. It was not until 1983 that the Peace Corps received the status of a government agency. Its director is appointed by the President of the USA. It is also interesting that during the Nixon administration the Peace Corps was brought under an umbrella organization called ACTION; in 1979 President Jimmy Carter made the Peace Corps an independent organization once again.

America’s youth embraced the Peace Corps so actively that by the end of 1961 there were more than 1,000 American volunteers in 17

¹⁵ Peace Corps. JFK Library [Electronic resource]. URL: <https://www.jfklibrary.org/learn/about-jfk/jfk-in-history/peace-corps> (accessed 15.10.2021).

developing countries, and another 2,000 or so were studying in specially created centers in U.S. universities. In 1966 more than 15,000 Americans joined the Peace Corps, each of whom worked for two years overseas. At the end of the 1960s Columbia was first among the Latin American countries in the scale of Peace Corps activity, with 600 volunteers out of 15,000; it was third in the world after India and the Philippines. Since 1961 approximately 235,000 Americans have served in more than 140 countries. Every year more than 7,300 Peace Corps volunteers set out from the U.S. Why do Americans decide to participate in this program? What kinds of problems do they face? How do they help other countries? A typical Peace Corps volunteer is an American citizen at least 20 years old, who has gone through a year-long selection process that assesses his or her educational level, health, work experience and professional skills. Only one out of 15 applicants becomes a volunteer. America is represented in the Peace Corps in all its diversity. There are volunteers of all races, ages, nationalities, religions, and from all geographical regions. In 2018 women made up 64% of the 7,367 volunteers, and they worked in 64 countries. Approximately 33% were minorities; the average age was 27; 4% of the volunteers were over 50 and the overwhelming majority were Americans who did not have families.

If you ask a volunteer why they joined the Peace Corps, you will receive a variety of answers. Idealism and the romanticism of youth, the desire to see other countries and become a part of this unusual program is the first reason most give. Many of the first volunteers were inspired by President Kennedy. For some the Peace Corps was the only way they could avoid the Vietnam War, for others it was a chance to learn about other languages and cultures. Advertising posters in U.S. universities and conversations with Peace Corps alumni, were also given as motives to join. Finally, these people were moved by a genuine desire to help others. They did not want to become missionaries, they did not want to force their culture on others, they wanted to help by transferring knowledge and giving basic aid to ordinary people in small villages in Asia or Africa. Many volunteers thought that serving in the Peace Corps would be good for their careers; Peace Corps experience is highly regarded in the U.S.

Being able to speak the language and knowing the traditions, customs, lifestyle and particular characteristics of another country helps former volunteers obtain work in large American companies and in the government sector. Former volunteers work in the international sphere, they are journalists, they work in business and politics. Among those who have served in the Peace Corps are ambassadors, senators, congressmen, famous writers and journalists, heads of American com-

panies and universities. Edward Dolby became the president of Bank of America; Thomas Dine became the president of Radio Free Europe/Radio Liberty; Christopher Hill became U.S. ambassador to Poland; Robert Taft, great-grandson of President Taft, became governor of Ohio, Cameron Hume became U.S. ambassador to South Africa; Darryl Johnson became U.S. ambassador to Thailand; Donna Shalala became the president of the University of Miami, and later a Florida Congresswoman; James Lyons became president of California State University, Dominguez Hills, etc.

It's not easy to become a Peace Corps Volunteer. Following the preliminary selection, candidates go through training. They study the language and culture of the country to which they have been assigned. Over the life of the Peace Corps the volunteers themselves have written and published a large number of training manuals for many different languages and on cross-cultural communication. During the course on cross culture communication volunteers compare American values and beliefs with foreign ones, develop skills for adapting to a new culture, and study various aspects of the politics, history and society of the country to which they have been assigned. The course on health and safety prepares the volunteers to take care of themselves in their new surroundings, in dangerous circumstances, and teaches them how to cope with culture shock and stress.

During the preparatory course the volunteers – future teachers of English – receive information on the education system, the academic curriculum for teaching English in high schools and universities, on the language teaching methodology used in the higher education system. The volunteers also study the legal system of their intended host country. For example, in heading to Russia volunteers studied the procedures for registering companies, the banking system of the Russian Federation, the role of local administrations and foreign investment.

We should note that the training does not guarantee that everyone who is selected will receive a job. During the preparatory course the candidates are evaluated on their knowledge of the language and culture, their ability to adapt to a new culture, and on their ability to solve problems. After successfully completing the three-month program the candidates take the oath as Peace Corps volunteers, but their training does not stop; they continue to study the language and other aspects of the country to which they are being posted. The first and most famous director of the Peace Corps was Sargent Shriver, who established the basic rules for volunteers' life and work in a foreign country. In a letter to President Kennedy, who was his brother-in-law

(Shriver was married to Kennedy's sister) he wrote the words that have become the motto for volunteers:

Volunteers are expected to live simply and unostentatiously. We believe it will make their work more productive and effective. They have a twenty-four-hour-a-day job. They receive little or no pay and accept substantial hazards to their health and even to their safety... The Peace Corps is not just a job. There are no 9:00 to 5:00 days in our operation¹⁶.

After this famous declaration, The Peace Corps had an unofficial motto – “Sarge’s rule”, named after the first director, – which testified to the complete unity of life and work for the volunteers during their term of service

Sargent Shriver was unique as director of the Peace Corps. There are people who change the world and policy. Sargent Shriver is one of them. His ideas, his passion and his global vision not only created a valuable foundation and ideology for the activity of the Peace Corps, they also changed U.S. foreign policy. The ideology of practical realism became part of U.S. foreign policy from the moment the organization was created and Shriver became its director. Practical idealism is the belief that if Americans work with the people of other nations at the most basic levels they will save the world from war. Prominent American newspapers like The Wall Street Journal and others scoffed that the creation of the Peace Corps was senseless, and that one volunteer could not stop a war in, say, Africa. The first director answered that volunteers could stop wars, since conflict arises from mistrust, misunderstanding and suspicion between people and between nations.

Peace Corps volunteers are people who are above national borders. They know the language and traditions of another country, they live like locals, they work with them, and they sacrifice themselves for the people who receive them. Both sides, according to the philosophy of the first director, will at first be suspicious of one another, but then they will begin to adapt to each other's rhythms and culture, conduct and traditions, then they will work together, and, finally, they will begin to trust one another. Such contacts change the world. Shriver, in answering the doubts of many U.S. politicians and journalists about the effectiveness of the Peace Corps, liked to ask his critics:

¹⁶ Cit. on: *Wilson A., Wilson J.* Voices from the Peace Corps: Fifty Years of Kentucky Volunteers. University Press of Kentucky, 2011. P. 128.

What would change the world? Guns won't change the world... Dollar bills won't change the world; Nor will simple good will. What would change it... (is) youthful enthusiasm and noble purposes... combined with hardheaded pragmatism and realistic administration¹⁷.

Since the moment the Peace Corps was founded it has tried to solve some of the world's most pressing needs in education, health, agriculture, small business and the environment. One of the outstanding features of this agency is that the work is done at a very basic level, in distant regions of a country, where American diplomats and representatives of cultural centers cannot go. The volunteers are called on to implement new technical and humanitarian ideas, and to strengthen the bonds between nations.

Three goals remain unchanged to this day: helping other nations fill their need for qualified specialists; enabling the people of the countries working with the Peace Corps to better understand Americans; enabling Americans to better understand people of other nations. As a rule, the volunteers go to their assigned country for 27 months. Sometimes, if the receiving organization makes a special request, the volunteers ask for and receive permission to extend their service for an additional year. This is usually tied to the need to complete joint work on a specific project. For the first three months, the volunteers live with local families, they become familiar with the country's institutions, and adapt to the culture. The volunteers live and work in the same conditions as the locals. They do not receive a salary. They get a stipend from the U.S. government in the local currency, equal to the salary of local residents. On average volunteers receive about \$200 a month for food and expenses. The Peace Corps pays for travel to and from the country and covers training expenses, travel within the country and medical costs. The host nation also contributes to the program, providing free housing, a workplace, visa support, and deciding where the volunteers will work for their two-year term of service. Volunteers are prohibited from trying to spread political or religious ideas, and they cannot make a profit from their volunteer activities. According to Peace Corps rules volunteers must be apolitical – they cannot take part in any political events, on a local or national scale, that may occur in their host nation. They cannot preach, or defend any religion, although they can attend religious services as they wish. Those who violate these rules are sent back to the United States.

¹⁷ Speeches by Sargent Shriver // Sargent Shriver Peace Institute [Electronic resource]. URL: <http://www.sargentshriver.org/archive> (accessed 15.10.2021).

Until the 1990s the Peace Corps worked in Africa, the Middle East, Latin America and in the Pacific states. After the Cold War ended volunteers were sent to Eurasia and Eastern Europe. In June 1992, during President Boris Yeltsin's visit to the United States, Russia and the U.S. signed an agreement allowing Peace Corps volunteers to come and work in the Russian Federation. In February 1993, the first group of Peace Corps volunteers arrived in Russia. Their activities were concentrated in three areas: economic development (business education and aid to civil society organizations), teaching English as a foreign language, and environmental protection programs.

In 1993 the Peace Corps opened regional offices in Saratov and Vladivostok. The Saratov administration, which later moved to Moscow, supervised the work of volunteers in European Russia, while the Vladivostok office oversaw programs in the Far East. In 1999, the Peace Corps expanded its activities by sending volunteers to Siberia and the Urals.

In all the former Soviet Republics there were between 20 and 130 volunteers at any one time. In Russia at various periods there were between 120 and 300 volunteers. Their program tracked the reforms and reorganization occurring in the country's politics, culture and education. Small business development is the acquisition of very simple knowledge and skills in management, the creation of an enterprise or a private venture. Volunteers helped to develop the first strategic plans for private enterprises, they opened consultative centers and the first business associations in cities all over Eurasia. They brought the Internet and computers, the expanded tourism and formed a new professional cadre of businessmen. The volunteers dealt with environmental protection issues, provided schools with technical information and the first textbooks on ecology, they taught organizations how to apply for grants and how to seek other forms of financing. Volunteers often helped with information campaigns on the environment, and carried out a large GLOBE (Global Learning and Observations to Benefit the Environment) project to provide teacher training in ecology. Health projects involved bringing new knowledge and training to local doctors on treating diseases like AIDS, as well as carrying out information campaigns among youth and creating training models for educational institutions. Information technology projects involved bringing the Internet to schools, providing computers and equipment, creating the first computer centers and providing training for everyone. Of course, English language – teaching it in schools, in universities and to the general population in all kinds of settings – remains the largest and most cross-cultural project carried out in Russia in the 1990s–2000s.

The work of volunteers is sometimes extremely difficult, even dangerous. A volunteer might be the first American that local residents have ever seen. This puts the volunteers under a great deal of cultural pressure, because his or her conduct could be seen as “typically American”. Volunteers are asked the most unexpected questions, and are confronted with very unusual attitudes towards themselves. Almost a third of volunteers return to the U.S. before their term of service is up because of health problems or an inability to adapt. Often volunteers are sent to villages or other population centers where they experience genuine culture shock. One volunteer was sent to a small village in Libya in 1968. He was greeted warmly by the local residents and was given work in a local school. But the appearance of the village, which lay among the ruins of an Italian colonial settlement, was very difficult for the volunteer to take. The tales of the locals about colonial times added to the negative impression. The volunteer had to leave, because he could not adapt to the local environment. Many volunteers are caught up in political protests, uprisings or coups. This happened especially often in the 1960s and 1970s, when countries in Africa, Asia and Latin America were undergoing liberal and communist revolutions, the fall of monarchies, and military coups. At times these events put the volunteers’ lives in danger. As a rule, any turmoil would be a reason to send the volunteer home. The 1969 coup d’état in Libya, for example, when General Muammar Gaddafi came to power, led to the Peace Corps program being suspended in that country. The same thing happened in Ethiopia in 1973, when the monarchy fell. The revolution began with student uprisings in Addis Ababa: students demanded a change of government, the withdrawal of the Americans and the recall of 340 volunteers, who, in their opinion, had supported the monarch. Political upheaval was a danger to the lives of the volunteers. It was difficult to predict who would come to power after a military coup – a supporter or a foe of the U.S.. Volunteer Terry Anderson was in Ghana in 1966, during a coup:

If you were recognized as an American, you were as safe as if you were in a small town in America, but you might be asked if you were American, and if you said, “No, I’m Russian”, then you’d be in trouble. I got challenged a couple times walking down the street. “Where are you from?” they asked. And I would say, “America”, and they would say, “Good”¹⁸.

¹⁸ Cit. on: *Wilson A., Wilson J. Op. cit. P. 123.*

There were even more unpleasant situations. Despite the officially stable relations between the U.S. and Indonesia in the 1960s, the country was engulfed in anti-Americanism. American films were banned, and citizens who wore Western clothing or hairdos were scorned. Students demonstrated against the U.S., and if a volunteer happened to encounter a group of protesters, they might beat him up. African-Americans who ended up in the epicenter of local wars in Africa faced the most dangerous situations. When villages were attacked, the local population was subject to violence and death, but a volunteer's life would be spared. Dianne Bazell, who was in Zaire (now the Democratic Republic of the Congo) in 1975–1977, recalled:

You heard stories about the national army pillaging villages and raping women. There were always soldiers at roadblocks. That was part of life. They would just aim their machine guns at the windshield. They would expect a bribe, and I would say, 'I'm not going to do that'. If I had been an African woman, I would have been killed or raped at least. <...> It's not a pleasant topic, but that was the reality¹⁹.

Statistics show that every year approximately 12% of volunteers end up in unpleasant situations such as robberies or attacks, and every year an average of three volunteers die. Their deaths, however, are most often due to accidents.

If we look at the fate of volunteers by what they have accomplished, then their work can be described in a few sentences: they taught English, built hospitals, schools and small enterprises, they brought new knowledge in the fields of medicine, agriculture and ecology, they helped to provide clean water, vaccines and medicines, textbooks and computers. They often brought innovative ideas that the local residents had never heard before. The main achievement of the volunteers is that they are able to bring new skills and abilities to people simply by consulting with them, by talking to them. About 99% of those surveyed in various countries emphasize the fact that volunteers bring new knowledge and skills that improve the efficiency of enterprises; 95% would like to work with volunteers again and 94% say that their opinion of America has improved significantly. There are many examples of concrete things that volunteers have done: In Guinea and Mali, for example, volunteers built medical centers in remote villages; in Morocco they taught the local population to use birth control; in Niger they taught residents modern methods of childbirth; in Ecuador they created a kindergarten; in Gabon – they built and opened a school; in Guatemala they built a basketball court, and in Afghanistan they organized teams to vaccinate children against smallpox, sa-

¹⁹ Cit. on: *Wilson A., Wilson J.* Op. cit. P. 123.

ving an enormous number of children. This was one of the most famous achievements of the Peace Corps, was became the subject of a 2018 film, "Once in Afghanistan". Experts have varying opinions of the Peace Corps. Some look at it as a way of spreading the American lifestyle around the world; others as an instrument of American philanthropy, where the strong help the weak; still others accuse the volunteers of carrying out intelligence functions and working with the CIA. The answer to this is a phrase from one the Peace Corps directors:

(The Corps) attracts idealists and free spirits, and it does not tell them that they are to advance American foreign policy. But they are, and they do, because they think they are not so doing²⁰.

Most critics acknowledge that the Peace Corps is a way to improve cross-cultural communication, which has a beneficial effect on the relations between nations and changes the lives of a great many people in all corners of the globe.

Further Reading

- Amin J.A.* The Perils of Missionary Diplomacy: The United States Peace Corps Volunteers in the Republic of Ghana // *Western Journal of Black Studies*. 1999. Vol. 23. No 1. P. 35–46.
- Carlson D.* *Volunteers of America*. Boston; Rotterdam, 2012.
- Frontani H.G., Taylor L.C.* Development through Civic Service: the Peace Corps and National Service Programmes in Ghana // *Progress in Development Studies*. 2009. Vol. 9. No 2. P. 87–99.
- Meisler S.* *When the World Calls: The Inside Story of the Peace Corps and Its First Fifty Years*. New York, 2011.
- Reeves T.* *The Politics of the Peace Corps and Vista*. University of Alabama Press, 1988.
- Schaefer D.* U.S. Foreign Policy and Aid to the Peace Corps // *Journal of Social Sciences*. 2009. Vol. 5. No 2. P. 139–145.
- Textor R.B.* *Cultural Frontiers of the Peace Corps*. London, 1967.
- Tsvetkova N.* International Education during the Cold War: Soviet Social Transformation and American Social Reproduction // *Comparative Education Review*. 2008. Vol. 52. № 2. P. 199–217.
- Wilson A., Wilson J.* *Voices from the Peace Corps: Fifty Years of Kentucky Volunteers*. K.Y., 2011.
- Windmiller M.* *The Peace Corps and Pax Americana*. Washington D.C., 1970.

Electronic Resource

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

²⁰ The Peace Corps' Secret // *Washington Post*. 1999. March 17. URL: <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/1999/03/17/the-peace-corps-secret/8d306edf-f53c-4cbd-bcfe-ea944273e3b3/> (accessed 15.10.2021).

Lecture 5. The USA as International Philanthropist

America has created the largest system of philanthropy with an enormous number of foundations. There are close to 1,6 million non-profit organizations working in the United States, which have the right to receive and dispense grants. They have total assets of more than \$3,6 trillion, of which \$400 billion comes from individual donations by ordinary Americans. The rest comes through large corporations. Moreover, since the beginning of the 2000s, there has been a constant rise in the number of philanthropic organizations and in the size of donations.

No other country in the world has such generous financing. The largest fund is the Bill and Melinda Gates Foundation, established by the creator of Microsoft. Bill Gates resisted philanthropy for a long time, but discussions swirling in the U.S. about the responsibility of new business in the field of information technology and social welfare had its effect. As with the first major philanthropists, Andrew Carnegie and John D. Rockefeller, Gates supported the idea that rich Americans had a responsibility to solve social problems through philanthropic activity. The basis for the modern system of American philanthropy was established at the beginning of the 20th century. It was then that the fortunes of the super-rich, who had settled the American West, built cities and railroads, sold weapons and oil, first began to flow into development programs in the U.S. and abroad. Foundations that handled international projects began to appear in the U.S.

Even before a common agenda for international philanthropy was formed, American organizations always tried to help other countries. For a long the main type of international assistance was disaster relief. For example, in the 1840s the U.S. helped those who were starving in Ireland (because of the potato famine). In 1898 the U.S. helped Cubans on the eve of and during the Spanish-American War; American philanthropy helped tens of thousands of Cubans who were dying of hunger and disease during the final years of Cuba's struggle for independence from Spain. Resources were gathered in the traditional way: private donations and Congressional appropriations. In May of 1897, Congress gave \$50,000 for food, clothing and medicine for poor Cubans and Americans in Cuba. The Central Cuban Relief Commit-

tee was created to organize support for Cuba. This was a private organization established by two prominent Americans – Louis Klopsch and Clara Barton, Klopsch was one of the most successful fundraisers in the U.S., and Clara Barton, was America’s most famous nurse from the Civil War period, and had founded the American Red Cross. They collected donations from Americans, and before April 25, 1898, when the U.S. declared war on Spain, several tons of food, medicines and clothing were sent to Cuba, as well as financial assistance. The U.S. Consul General, General Fitzhugh Lee, reported that those in need received \$200,000. During the war Clara Barton opened shelters for Cuban children and helped American soldiers. In the years between the Spanish-American War and World War I, the two major philanthropic organizations were formed and began their activities: The Christian Herald and the American Red Cross. The first appeared under the aegis of a famous newspaper that published articles about assistance projects, etc. The philanthropic projects of The Christian Herald were created by Dr. Louis Klopsch, a tireless enthusiast who was called the “captain of philanthropy”. He considered himself a “partner of God”, helping people caught in disasters. Klopsch helped Finland, Norway and Sweden during a famine in 1902–1903. As he recalled:

...wherever we stopped for the night, crowds gathered under our windows, singing songs of welcome, bringing flowers, and on our appearance, telling us, in a strange language, how sincerely they appreciate the great goodness of the American people in the hour of Finland’s direct need...²¹

The aid that Klopsch brought to Japan during the famine in 1906 was greatly appreciated by President Theodore Roosevelt, who wrote:

You have raised \$100,000 and rendered a very real service to humanity and to the cause of international good will²².

While American society helped citizens of other countries for many years, in the 20th century it the government and business entered the philanthropic field. On May 12, 1902 President Theodore Roosevelt reported in a special letter to Congress that “one of the greatest calamities of history has fallen upon our neighboring island of Martinique”²³. The Mont Pelée volcano had erupted and the city

²¹ Cit. on: *Curti M. American Philanthropy Abroad*. New Brunswick, 1963.

²² *Ibid.*

²³ *Ibid.*

of St. Pierre had practically ceased to exist. The American consul and his family had perished, and the number of the dead exceeded 3,000. Another 30,000 were without food or shelter. The U.S. administration helped the victims of the catastrophe, and for the first time in history American diplomats and government agencies coordinated the distribution of aid.

The same type of government assistance was rendered during the Russo-Japanese War. A failed rice harvest in Japan led to famine, and three-quarters of a million people were starving. The U.S. government sent food.

Business also joined in international assistance at the beginning of the 20th century, and this was largely due to Andrew Carnegie and John Rockefeller, famous American entrepreneurs, who had made unprecedented fortunes in the steel and oil industries. Their desire to create philanthropic foundations and give money to other countries did arise all by itself, however. On July 22, 1906, the well-known and very rich businessman Russell Sage died. He left \$65 million to his 77-year-old wife, Margaret Sage. It was her actions that formed the ideological basis for international philanthropy – what money should be spent on.

During the last twelve years of her life she gave \$35 million and willed another \$36 million to charities and to religious and educational organizations. One of her earliest and largest investments was the Russell Sage Foundation, created in 1907 in New York “for the improvement of social and living conditions in the United States”. Margaret showed the other businessmen that it was necessary, first of all, to fight for a lowering of social tension. Representatives of the Russell Sage Foundation shared the view that the primary task in the first years of the 20th century was to determine the reasons for poverty, disease and crime, and to understand what could be done to eradicate these social ills or, at least to do something about the reasons for their existence. The activity of the Foundation laid the grounds for philanthropy in the interests of social progress: in cities where social problems were becoming more and more apparent, new philanthropic organizations began to appear. They were usually headed by local politicians or the business elite, and they tried to work out a systematic and more effective approach to social progress. They tried to solve economic and social problems: poverty, child labor, poor living conditions, etc. Many businessmen followed this example and realized that aid to the poor would have a positive effect on their business, their image, etc. The philanthropic movement spread quickly in all American cities. At this time the Russell Sage Foundation was directing its resources toward the formation of a national ideology for an effective system of social

progress, which would become the basis for American international assistance and philanthropy. The Sage Foundation created a system of direct subsidies for developing organizations that were engaged in social work. Moreover, the Foundation opened a library for social workers, where they could find the basic information needed for their activities. As a result, American society and the richest people in the U.S. adopted the idea that solving social problems could end social conflict. The fight against poverty would become the main tenet of American international philanthropy. All of this coincided with the era of progressivism, which came to the U.S. at the beginning of the 20th century. Progressive ideology states that governmental and social development can be built on a rational basis, thereby improving people's lives. Proponents of progressivism tried to reconcile the interests of rich and poor through social assistance, and thought that political consensus in society was possible if the positive aspects of wealth were highlighted.

Another factor that pushed the U.S. to engage in philanthropy abroad was money. At the beginning of the 20th century, the U.S. held first place in the international arena in the growth of wealth. In 1880 the U.S. had 100 millionaires; in 1916 it had 40,000. The desire of U.S. businessmen to improve lives in the country of their forebears reinforced the system of philanthropy. Thomas Hodgkins gave a grant to the Royal Institution of London; wealthy German immigrants helped libraries in Germany; George Munroe, an immigrant from Canada, who got rich writing popular novels, endowed five new chairs at the University of Halifax in Canada; he also was the first to create scholarships for students in the upper-level courses.

Finally, the famous businessman George Peabody began his career as a tradesman and started a dry goods business that had a branch in London. In 1856 he began to donate a little money to the fight against poverty. Peabody was the first American businessman to give a large amount of money for international philanthropy – \$10 million. His goal was to ease the tensions that had arisen between the U.S. and England during the Civil War. His most famous project was the creation of apartment buildings for London's working class in 1864. Workers, employers, Parliament and the Queen appreciated his efforts: streets, universities, awards and prizes were named after him, and the Prince of Wales unveiled a bronze statue of the American businessman. Peabody, however, refused the baronetcy offered by the Queen. Peabody's work is considered to have led to a change in the image of the U.S. in England, and to an improvement in relations between the two countries. It soon became clear that investing in the future was the best way of improving the quality of life, and

the U.S. was the richest and most advanced country, able to improve life in foreign lands.

The period from 1900 through the 1920s was a time when American philanthropy became a social institution. That was when the modern concept of the philanthropic foundation took shape: an organization that provided grants and distributed donations from a small number of people. Today a foundation is a non-governmental organization that has money, is governed by a board of directors, and was created to provide assistance in social, educational religious and other projects. The Carnegie and Rockefeller Foundations were established, which not only showed how private grants could support a nation's image and further its interests, but also demonstrated how philanthropic organizations should be structured and what they should be doing in foreign countries. Andrew Carnegie and John D. Rockefeller were among the richest and most successful people in the U.S. Andrew Carnegie earned 300 million dollars in his lifetime, while Rockefeller's fortune was close to 900 million. But they had a difficult road to international philanthropy. Rockefeller acknowledged:

I am so constituted as to be unable to give away money with any satisfaction until I have made the most careful inquiry as to the worthiness of the cause²⁴.

Rockefeller's views were shaped by Frederic Gates, the head of a Baptist church in the U.S. and a trustee of the Rockefeller Foundation. It was he who suggested that Rockefeller give money only to organizations that he himself had founded, and those organizations would administer the funds. The main thing that Gates did was to come up with the idea of prioritizing fields of philanthropy. As a result, in 1901 at the University of Chicago, Rockefeller announced that he was creating a benevolent trust. In 1908 he published an article in which he outlined his priorities for philanthropy: education, medicine and scientific research. Every sphere had its own foundation: the Institute for Medical research, the General Education Board, etc. In 1909 Rockefeller decided to create a single organization – the Rockefeller Foundation – as a central holding company, which would finance all the other foundations. Rockefeller's assistants convinced him that medicine and education were the fields to which he should

²⁴ Cit. on: *Nevis A. Frederick T. Gates and John D. Rockefeller // American Heritage. 1955. Vol. 6. No 3. URL: <https://www.americanheritage.com/frederick-t-gates-and-john-d-rockefeller> (accessed 15.10.2021).*

direct his philanthropy, and that Asia and Africa were the regions that most needed American help. The Rockefeller Foundation then established the basis for its activity: it created schools and various programs for the elite of African nations. The most prominent medical projects were in China. Rockefeller opened a prominent medical college in Beijing that still exists today. The college taught European medical techniques, and the college became a training ground for future managers. The new elite in a popular sphere like medicine was supposed to function as a link between traditional China and the modernizing trends coming from the U.S. Rockefeller's projects were a visible means of showing the positive sides of life in the West, which had a positive influence on the U.S. government's future international assistance programs. So as not to get mixed up with all the Rockefellers, we should note that there were three famous Rockefellers who influenced philanthropy in the U.S.: John D. Rockefeller Sr. (1839–1937), who founded Standard Oil; his son, John Jr. (1874–1960); and his grandson, John III (1906–1978). These are the Rockefellers who laid the foundations of international philanthropy, or, to be more exact, made it an arm of foreign policy; they also had a significant influence on forming America's global policies. John Rockefeller Jr., for example, supported President Woodrow Wilson's idea of becoming more active in international politics and creating the League of Nations. As a result, the family helped to create an organization that became the main brain trust for U.S. foreign policy: the Council on Foreign Relations. It was here that future Secretary of State John Foster Dulles began his career; other representatives of the U.S. political elite also emerged from the Council – professionals like Henry Kissinger, Condoleezza Rice and many others. John Rockefeller III would become a partner to the U.S. government in implementing some of the most complex and unusual cultural diplomacy projects. He would create the Palestine Archeological Museum, and would come to Moscow and Leningrad to arrange exchange programs.

Andrew Carnegie was younger than Rockefeller. Rockefeller was 60 and Carnegie 33 when they created international philanthropy. Rockefeller gave a specific percent of his income to charity; Carnegie gave his excess wealth. Carnegie did not have an influential assistant, but he wrote an article titled *Gospel of Wealth*, which became a basic text for American businessmen. In the essay he poses the question of what to do with the money one has earned, and he suggests three possibilities: first – leave it to one's family; second – give it to society; third – spend it. He did not like any of the answers, and he did not believe in philanthropy, since 90% of donations are spent stupidly and are not effective. There are only seven areas in which it makes sense

to donate money: universities, libraries, medicine, public parks, concert halls, public swimming pools and churches. He began with England, since he had been born in Scotland, in the small town of Dunfermline. Carnegie created the Carnegie Dunfermline Trust to support libraries, arrange lectures, build concert halls, etc. in line with the views he had expressed in his article. He also gave shares in his company, U.S. Steel, to Scottish universities. After the sale of part of his steel empire to J.P. Morgan in 1908, Carnegie began to engage in philanthropy full-time: He created a research institute – the Carnegie Institution of Washington, which finances research in the exact sciences and disseminates publications all over the world. He also established the Carnegie Corporation in 1911 to help educational institutions, libraries, and, once again, to distribute publications all over the world. The dissemination of knowledge – libraries – was his favorite project, through which he arrived at the idea of mutual understanding among nations. Carnegie believed in the influence of libraries on minds. He felt that libraries give poor people a chance to become richer, and the possibility of raising their social status: 125 libraries were built in Canada; 43 in various European colonies; 660 in Great Britain and Ireland. He created the Carnegie Hero Fund Commission to give monetary awards to those who tried to save people's lives. The project was extremely popular, and heroes received awards in England, France, Germany, Italy, Belgium, Norway, Sweden, Switzerland and Denmark. King Edward VII of England praised Carnegie for his activity. It was about this time that Andrew began to think that he should put money into promoting peace and mutual understanding between nations. His parents were peace activists, while Andrew sold weapons. He wanted to redeem himself in the eyes of the world. President William Howard Taft also influenced him, when Taft announced in 1910 that all international conflicts should be settled by arbitration. Carnegie decided to support various organizations that were working for peace. This is how the famous foundation, which still exists today, was formed: The Carnegie Endowment for International Peace. The foundation financed projects to study international law, used its libraries to disseminate information about how to avoid war, and supported pacifists. A bit earlier, in 1907, at the request of the Dutch government, Carnegie had financed the creation of the Palace of Peace in The Hague, and his money also went towards building a center for the League of Nations, predecessor of the UN. Finally, Carnegie was the most generous giving away most of his fortune. Such activity by U.S. foundations provoked skepticism in society. Foundations were seen as another arm of corporations, designed to give industrialists additional resources with which to op-

press American workers. Rockefeller and others were reproached for their international philanthropy, saying that

...there are thousands of Mr. Rockefeller's employees... who wish to God that they were in Belgium to be fed or birds to be cared for tenderly...²⁵

American labor unions were the main critics of the foundations. Labor leader Samuel Gompers maintained that, as long as the foundations were supporting science, medicine, etc. their activity was useful; but if they began to direct resources towards shaping people's opinions for the moment when industry began to fight for better working conditions, then their activities should be prohibited or limited by law. The criticism was so sharp that on the eve of the World War I Congress created a commission to investigate the foundations created by Rockefeller, Carnegie, Sage, and others. The commission was headed by Frank Walsh. The creators of the foundations were summoned to the hearings, as well as various participants in philanthropic campaigns, experts, etc. They were subjected to intense interrogation. In the end the opinions of the members of the commission were split: Walsh himself and his supporters presented their report, in which they said that the foundations were a threat to society and politics, and should be liquidated or their activities completely controlled by Congress. Opponents of this conclusion prepared their own report, and argued that the foundations did not present a threat to society, that they should continue their international activities, but that Congress should pass a law regulating their activity. The commission was unable to get a law passed regulating the foundations, and until the end of the 1960s, when the U.S. passed a law on taxation of non-profit organizations, foundations were able to operate freely and independently of the government. During the hearings, however, the basic principles for the work of charities were formed. These principles were announced by the creators of the foundations or by their representatives. All charities in all countries of the world are guided by these principles today: Never support a project if it is directed at the internal workings of the organization or its enrichment; never provide permanent funding; if you have to choose between supporting invalids and solving social problems choose the latter, because such projects can have a long-lasting effect on society; do not support local organizations; it is a good idea to accept applications of they are well thought-out, if they identify goals (which must be attained); if they name specialists who can take re-

²⁵ Jasper Weekly Courier. 1915. March 5. P. 6.

sponsibility for managing the project, a specific plan of action and the exact amount of money needed. Finally, all foundation activities should be transparent and available to the public through the publication of annual reports. Henry Ford appeared at the hearings, another successful American businessman who created the first popular automobile in the U.S., the Model T. He opposed international philanthropy. But a few years later the Ford Foundation would become one of the largest international philanthropic organizations, opening new universities and libraries all over the world, and becoming the main partner of the U.S. government for overseas assistance. By 1930 American foundations had given about \$1,3 billion to foreign nations. This irritated the U.S. government, which understood that as international philanthropy grew, private foundations must act in line with U.S. foreign policy. Both before and after World War II there were conflicts between representatives of the foundations and the government over the role and place of philanthropic organizations in foreign policy.

The American public would once again debate the question of whether international philanthropy was a good idea. The foundations felt that they had to retain the apolitical character of their international programs. The politicians, however, said that international programs should defend U.S. foreign policy, i.e., serve U.S. security interests. Foundations should participate in the democratization of European countries and the fight against communism. By the beginning of the 1950s, when a major ideological conflict arose between the U.S. and the USSR, Ford, Carnegie and other foundations began to partially coordinate their programs with U.S. foreign policy interests, and prominent congressmen, secretaries of state and politicians became members of their advisory councils. It was in those years that the Ford Foundation and its head – Paul Hoffman – became the administrator of the Marshall Plan in Europe. This was a program financed by the U.S. government to rebuild the economies of Western European nations after the war. In Germany, American Foundations built the Free University in Berlin, financed exchange programs with East European countries in the 1960s, and helped the government implement numerous philanthropic programs in developing nations. The independence of the foundations and their refusal to knuckle under influenced the U.S. government, which understood the importance of international assistance to other nations. The question of assistance in the context of the Cold War was a political question.

In 1961 the first government institution with responsibility for overseeing official international assistance projects, the U.S. Agency for International Development (USAID), was established. It was now the government, not private foundations, which assumed the function

of formulating and implementing foreign aid policy with money from the U.S. budget. Assistance to Third World countries, the modernization of economics, politics and social life, the fight against disease and aid to victims of natural disaster are the main projects of USAID. The institution, nevertheless, has the same principles and goals as international philanthropy at the beginning of the 20th century. The government finances and controls its expenditures and attracts private international foundations to work with it. When, in the 1960s, when there was real conflict between the U.S. and the USSR for influence over the political orientation of countries in Africa, Asia and Latin America, the principles of philanthropic assistance were the most effective means of containing communist ideology. The fight against poverty, along with assistance in education, medicine and infrastructure had an extremely favorable effect on the recipient countries.

The director of USAID had the status of an assistant secretary of state. Regional bureaus were created which handled assistance to Africa and Europe; South Asia and the Middle East; the Far East and Latin America. The necessity for assistance was discussed with the American diplomatic corps in the country in question, and a plan was developed to implement various programs. The plan was sent to the USAID director, who would determine the most appropriate form of assistance – development grants, specialized training or equipment and educational materials. After Congressional approval of the financing, the regional bureaus of the Agency implemented the programs overseas. Private foundations also took part in these programs, helping the United States build dams, factories, schools and hospitals.

The Tax Reform Act of 1969 put the work of the foundations completely under the control of the government. The law created the category of “non-governmental organization”, giving foundations the status of “charitable organizations”. There was an official definition for “charitable organizations”: organizations that spend a certain percentage of their income on philanthropy, and for that reason are exempt from some taxes. Individual donors were also exempt from taxes on the gifts they gave.

The activity of charitable foundations received a new impetus in the 1970s, when *détente* (the improving of relations between East and West) led to the signing of the Helsinki Accords in 1975. This was an agreement between all the countries of Europe, the USSR and the USA on broadening cultural and educational exchanges, protection of human rights and creating open borders between countries. Two of these points – human rights protections and the openness of states – led to the creation of yet another American private fund –

the Soros Foundation²⁶. By the middle of the 1970s George Soros had become one of America's wealthiest men; he was only 50 years old at the time, his marriage had fallen apart and his children were grown. He was not well-known in the U.S., had never been involved in philanthropy, and was not recognized for his status in society. In 1979, influenced by the politics of détente and by the warming relations between East and West, he developed the philosophy of the open society and created his foundation, which became known as the Open Society Foundation.

He traveled a lot, met with prominent politicians, went to South Africa and met with Nelson Mandela, met with dissidents in the USSR and Eastern Europe, all of which strengthened his conviction that it was necessary to put money into supporting democratic movements. He became involved with the famous human rights organization Helsinki Watch, which, with help from his Foundation, conducted human rights monitoring in countries that had signed the Helsinki Accords. He read Andrei Sakharov's letters and answered his request to support the organization. He helped Polish dissidents after consulting with the poet Czesław Miłosz, Polish émigré and Nobel laureate. Having Hungarian roots, he created a foundation in Budapest to support culture and education, giving it an annual budget of \$1 million. The Foundation served as a base for supporting hundreds of thousands of scholars and cultural figures in Eastern Europe and Russia, who were reduced to poverty after the collapse of the socialist bloc. Soros believed in the reforms of Mikhail Gorbachev, and in 1986 he came to Moscow, where he wanted to open an office for his Foundation. He wanted Andrei Sakharov as its director. Soros' main project was his Cultural Initiative Foundation, designed to strengthen ties between the U.S. and Russia, which survived until the beginning of the 2000s. The Soros Foundation and Soros himself were criticized by many governments for possible interference in the internal affairs of many countries. Definitely, George Soros underestimated the potential for corruption among the staff of his foundations, who used money to further their own business interests in various countries. In spite of all the difficulty and obstacles in the work of American organizations that were implementing international philanthropy projects, private foundations and the U.S. government continue their foreign assistance work. The USAID overall budget is around \$40 billion for various assistance programs, and the budget of the 600 largest American funds working in the international sphere

²⁶ The Russian Federation recognized the Soros Foundation as an undesirable organization on the territory of Russia in 2015.

is hundreds of times larger than government grants. U.S. history itself has contributed to the current state of affairs, where private donations and the work of private foundations is many times greater than international philanthropy by the U.S. government.

Further Reading

- Agency for International Development* [Electronic resource]. URL: www.usaid.org (accessed 15.10.2021).
- Arnove R.F.* *Philanthropy and Cultural Imperialism: The Foundations at Home and Abroad.* Boston, 1980.
- Berman E.H.* *The Influence of the Carnegie, Ford and Rockefeller Foundations on American Foreign Policy: The Ideology of Philanthropy.* New York, 1983.
- Curti M.* *American Philanthropy Abroad.* New Brunswick, 1963.
- Fosdick R.A.* *The Story of Rockefeller Foundation.* London, 1952.
- Knack S.* Does Foreign Aid Promote Democracy? // *International Studies Quarterly.* 2004. Vol. 48. No 1. P. 251–266.
- Mason E.* *Foreign Aid and Foreign Policy.* New York, 1964.
- Nielsen A.* *The Big Foundations.* New York, 1972.
- Tsvetkova N., Yarygin G., Antonova I.* The projects of the U.S. AID around the world // *Annals of St. Petersburg State University.* 2014. No 1. P. 154–163. (In Russ.)

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Foundation Center [Electronic resource]. URL: www.fdncenter.org (accessed 15.10. 2021).

Lecture 6. The Tourism Industry as a U.S. International Culture Project

Prologue to the American Tourist Industry

When American soldiers reached France in 1944–1945, the Provisional Government in Paris wanted to show them the beautiful, fascinating country that had existed before the war. There were no facilities for giving tours, however, just as there was no way to feed or house the soldiers. It was then, in 1945, that the French had the idea of asking the U.S. government, military administration and diplomats to help organize a very unusual trip around Paris for U.S. soldiers. The U.S. responded favorably. Food was prepared, housing was found and paid for, the French composed an itinerary and a 200-page collection of articles on the cultural greatness of France. The book gave some idea of how France looked before the war, and how she would look in the near future, when the reader returned as an actual tourist. The cover had the image of a woman against the outline of the country, and when speaking of France they always said “she”. The French were emphasizing that their country had suffered a catastrophe, and needed the help of powerful America, just as women need help from strong men. Around 35,000 American soldiers took part in this unusual program, and tourism unexpectedly entered military, political and cultural life.

Europe, where many Americans had met their death, provoked conflicting feelings in the U.S. military. In 1946, French diplomats in Washington received another proposal from the Americans: 20,000 American World War I veterans wanted to pay their respects to the fallen soldiers of both wars. For the French, this was yet another challenge: How could they feed and house such a large number of American tourists in the ruins of post-war Paris? The infrastructure had been destroyed, there was an economic crisis, the French themselves were starving. France did not want to show the full extent of the calamity, but they could not turn down such important guests. The French president entrusted this delicate matter to the Minister of Veterans’ Affairs and future president of France, François Mitterrand. They developed an itinerary for touring the battlefields, and American diplomats, un-

derstanding that the French could not provide food and drink for so many World War I vets, sent food and whiskey along with them. After their return, the travelers wrote many memoirs and articles about their experience, reminding Americans that France and Europe, ravaged by war, were asking for help. This trip played a major role in the unrolling of the European Recovery Plan in 1949, proposed by U.S. Secretary of State George Catlett Marshall. The program would be known as *The Marshall Plan*. This is how tourism became part of cultural diplomacy. Hotels, manufacturers of campers and tourist equipment, airlines and catering firms, tourist and advertising agencies, authors of tour guides and publishers of specialized magazines, became part of a unified infrastructure supported by the U.S. government. The American authorities began using tourism and the tourism business as a means of increasing contacts between Americans and other nations. Tourism has one strong virtue that other forms of diplomacy lack – it breaks down barriers and borders through travel, adventures and contact between people in the most unexpected situations.

International festivals, sporting events, exhibitions, the opening of new museums, artefacts discovered by archeologists, even a fallen meteorite and similar things create conditions for all different types of cooperation between people. These people are very tightly connected throughout their travels – they share an interest in football, exhibitions, libraries, cultural sites, they freely transmit the culture and traditions of their country. Tourists on cruise ships or remote camping sites are building cultural bridges between countries.

How the United States Turned into a Nation of Tourists

Americans have always been tourists. From the first days of the US' existence, the social elite crossed the Atlantic to travel through Europe. Unofficial diplomacy, educational opportunities, business interests and fashionable European stores were the main reasons that Americans bought expensive tickets and made long transatlantic voyages. Thomas Jefferson's trip to France is considered one of the first types of American travel: Official visits were combined with tours of cultural sites and museums. At the same time, the Europeans were getting their first glimpse of the new American elite. Trips were expensive, and only the wealthiest Americans could afford to come and study the lifestyles of middle- and upper-class Europeans, using what they saw to transform everyday American culture.

The introduction of the steam engine on ships crossing the Atlantic in the 1850s increased the number of Americans who set off over the ocean. In the last third of the 19th century there was a European travel boom: The number of American tourists going to Europe went from 35,000 in 1870 to 250,000 by the beginning of World War I. These were the years when travelogues became popular. American writers and ordinary travelers toured various countries to write books or articles about the places they visited. This genre was much in demand because the authors emphasized the various amazing adventures and meetings they had, which, in turn, increased the number of people who wanted to go to Europe. European countries, France above all, were the places that most attracted rich American tourists. Italy and Great Britain were close behind France, after which came the Philippines and Cuba. But they could not compete with Europe, which was, for most Americans, their Alma Mater. In the 1920s, artists and actors, intellectuals and politicians, and Americans with the financial means to escape Prohibition in the U.S., all went to Europe. Europe was so attractive that American investors began to put money into the hotel and tourism business. For example, in 1928 the Hotel George V was built in Paris – an ultramodern hotel with refrigerators and air conditioners, which is still fashionable today. The owner was an American businessman who introduced various engineering innovations, and French architects designed the hotel to fit into the very heart of Paris. Over the next 15 years the hotel drew many American stars and rich tourists, and became a part of Paris night life. The peak of U.S. tourism came right before the Great Depression – 359,000 a year. It would take quite a long time for the U.S. to reach such numbers again – after the Great Depression (1929–1933) came World War II, both of which retarded the development of tourism. The number of transatlantic passenger trips was reduced from 91 in 1937 to just 14 in 1945. On the other hand, the war led to improvements in ships and airplanes, which quickly found their place in the modern tourism industry. A new boom in tourism began in 1947, when the U.S. government abolished the final restrictions on Americans' ability to travel to other countries (U.S. citizens had been barred from traveling to the war zone, and there were limitation on entry for citizens of the warring countries), and various companies began to adapt military ships and airplanes for tourists, using government subsidies. Finally, the widespread affluence of postwar America that lifted millions of families into the middle class helped to make travel abroad financially feasible. Companies like United States Lines and Pan American World Airways were the first to recognize the potential of using military ships and airplanes to develop tourism. The U.S. government eagerly supported these initiatives, first for ship-

ping companies, then for airlines, investing significant sums of money to adapt military ships and planes for civilian use. The government and private business began a partnership in the tourism sphere. For example, United States Lines was the first company to transform its military ships into leisure travel vessels. The company received an unprecedented sum of money from the government – \$78 million – to modernize and re-equip its 46 military ships. After that came an airline company from Miami – Pan American. Its director, a star of mass tourism, Juan Trippe, decided to make the company into a leader in transporting tourists from the U.S. to Europe. He was well-known in government circles, and had been receiving contracts from Washington administrations since the end of the 1920s. By the beginning of the war his airlines had a monopoly on military, mail and passenger flights across the Atlantic. Pan American had competitors – TWA and American Airlines – but they lagged behind in one important aspect: the scale of their ambitions. Pan Am and its director decided to transform tourism, to make it a mass phenomenon, accessible to all Americans. This plan fit extremely well into the administration's new global foreign policy. This American's efforts to modernize airplanes and lower the cost of tickets, as well as his work with newspapers and magazines to advertise tourism, led to the opening of the era of populist internationalism, when Americans became a truly global people through mass tourism. The U.S. government, which was developing a new policy to promote American culture and values, discovered in tourism a new instrument of cultural diplomacy. Juan Trippe's initiatives came just at the right moment, when the U.S. needed to sustain its image as a free country and broaden its influence in other nations. Trippe's concept – that Pan Am would become an instrument to broaden horizons, and that “this world of ours, in the age of flight, should be one world”²⁷, became part of the cultural diplomacy of the new America.

Trippe wanted to force other airlines to agree to a lowering of ticket prices, so he took the position of head of the Committee on Foreign Travel. His projects took shape just as Washington became concerned with the spread of the Communist ideology and the popularity of radical leftist ideas among U.S. workers. Trippe insisted that popular tourism would create a new American, who would reject leftist views, and he tried to convince the government to abolish taxes on tourism and visas, and also to lower the price of tickets. He called for the transport of “the farmer or the workman at the lathe to Europe”, in order that “our people would better understand their new responsibilities as

²⁷ Cit. on: *Endy Ch. Cold War Holidays: American Tourism in France*. The University of North Carolina Press, 2004. P. 57.

citizens of the most powerful nation on earth”²⁸. These words corresponded to the new post-war administration policy. America had begun a new policy of helping European countries, and the voice of the ordinary American was needed in those places where the standoff between communism and liberalism was taking place.

The Marshall Plan – a package of various types of U.S. aid to the countries of Western Europe – was the main driver of government support for tourism and the start of a new tourist boom in the U.S. Europe needed American investment and dollars, it needed American tourists to rebuild its hotel industry and stimulate small business development. Tourism was the quickest means to help foreign countries acquire strong currencies and expand employment, as well as an effective means of spreading American culture and values. Along with airlines, the American Express finance company, known all over the world for its traveler’s checks and credit cards, lobbied the government to encourage citizens to travel. Since Europe did not have goods to export to the U.S. and could not earn dollars, the best and most honorable way to help were tourists, who brought dollars with them. This would not be a humiliating handout to Europeans, but money earned through good, honest labor. This was how American private business saw it. This idea was so attractive that even the most confirmed opponents of the Marshall Plan supported giving aid through tourism. In March 1948, a program of promoting American tourism to Europe became part of the Marshall Plan. This program contained articles on advertising campaigns inside the U.S., lowering tariffs on goods acquired in Europe, etc. The Economic Cooperation Administration created a separate office for tourism, called the Travel Development Section, which distributed aid for the Marshall Plan. This department implemented policy on duty-free shopping and low-cost tickets, as well as many other concepts on which modern international tourism is based. Averell Harriman, a prominent diplomat who had worked in the USSR, became its head, and opened offices in 16 European countries to promote tourism, investment, reconstruction of hotels and tourist agencies, as well as advertising. Technology aided in the establishment of a mass tourism industry. The introduction of jets in civil aviation at the end of the 1950s opened a new era in tourism. Jets made flights faster, cutting down on the amount of time needed for trips. Tourism was no longer just for the elite; now even ordinary Americans could vacation on the Riviera, visiting various countries and becoming full-fledged participants in tourist diplomacy. The jet passenger liner enabled Juan Trippe, Pan Am’s irreplaceable leader, to win his fight for lower ticket costs. In ten years

²⁸ Ibid. P. 59.

he was able to radically lower the price of a ticket for his airline, despite criticism from other transportation companies. In the U.S., and, later, in all countries, a new “economy class” ticket appeared, with a 20% cheaper fare. Trippe insisted that the tourist class ticket was the most important step in the history of aviation since the transatlantic flight of Charles Lindbergh in 1927, and the launch of jet-engine planes. In addition to tax breaks for tourists and a reduction in transportation costs, the U.S. administration, together with private business, began to reduce prices in restaurants and cafés on transatlantic cruise liners. Restaurants became more like cafeterias, in which you could buy a hot dog, for example. This immediately cut the price of a ticket in half: Instead of \$155, you could buy a ticket for \$75 and get to Europe. Private initiatives to stimulate mass tourism were extremely advantageous for the American government. The political situation demanded inexpensive tourism, so that “the ordinary man, the shop keeper, the small industrialist, the technician, the school teacher and the housewife” could take part. The U.S. government responded to requests from private business to lower visa barriers, participated in regulating flights to various countries, negotiated with foreign governments to develop air routes, and lowered tariffs for ordinary Americans bringing in goods from abroad. At the beginning of the 1950s, for example, an American tourist could bring in \$500 worth of goods without paying customs duties. The government supported hotel owners who wanted to build new hotels in Europe, Asia and Latin America. This is when Conrad Hilton received government contracts to build hotels in various countries in Europe and Latin America. Tourism had a profound effect on the rebuilding of Europe’s economy. Beginning in 1949, one-quarter of all dollars earned in Europe annually came from American tourists. In the first four years of the Marshall Plan (from 1948 to 1951) American tourists brought 9% of all American aid to France. On average, every American spent \$742 in Europe, not counting the flight. Before the Depression Americans had been making up to 359,000 trips across the Atlantic annually; by the beginning of the 1970s the number of trips reached 2,9 million a year.

The Media and Mass Tourism

Without the American media there would be no international tourism, and the U.S. would never have become a nation of tourists. Advertising and promotion of the tourist lifestyle, first for the middle class, then for all segments of the population, had a significant influence on residents of the USA. The creation of the image of a tourist as

a culturally advanced person, or tourism as part of the lifestyle of successful, respectable families accomplished its goal: Americans began to travel in large numbers at the end of the 1940s – beginning of the 1950s. The first magazine created specially to promote tourism was *Travel*, and in 1949 the famous American publication *Reader's Digest* published its first instructions on how to act as an American abroad. Magazines, travelogues and cinema changed Americans' perceptions of other countries. The era when the Old World was contrasted with the “new” America receded into the past. For example, Henry James' famous novel, *Daisy Miller*, in 1879, had used the brilliant image of a young American girl to contrast old, corrupt Europe with pure and innocent America. Daisy Miller, who went to Europe from the U.S., dies there. The book caused quite a stir, and the image of Europe was ruined in the eyes of the readers. Such literature was out of fashion now. On the contrary, Europe was portrayed as a weak female, in need of help from a strong American. Films such as *The Last Time I Saw Paris*, and *Casablanca*, showed the beauty of European cities and the strength of spirit of European nations.

Travelogues composed by the American intellectual elite promoted another important idea of that time: Americans are part of the transatlantic union between Europeans and the USA. In the 1950s, when the economic, political and military partnership between Europe and the U.S. was formed, such ideas made it possible to mobilize society for global diplomacy through tourism. Magazines like *Holiday* were supported by the government to attract Americans to international tourism, and special travel sections in *The New York Times* bombarded readers with short articles and advertisements. Women's magazines like the *Ladies' Home Journal* showed the attraction of shopping in Europe, and raffled off European trips. The ads were financed through the Marshall Plan and were part of American cultural diplomacy. The culmination this promotion of tourism was the famous film *Gentlemen Prefer Blondes*, in which Marilyn Monroe and Jane Russell created a romantic image of a trip to Europe: Flirting with passengers on a French cruise ship and shopping in boutiques was a sure-fire way of capturing the attention of viewers.

At the end of the 1950s – beginning of the 1960s, travel guides became popular. *Fielding's Travel Guide to Europe* by businessman and traveler Temple Fielding became a bestseller. It was a coffee-table staple for thousands of Americans; President John Kennedy often referred to it. Its popularity was due to the author's unusual approach: He collected in one place all the fears and concerns Americans had about European travel. The book contained instructions on what to wear, how to tip, where to find local restaurants, how to avoid fines, etc. Today

such information would not surprise a reader of travel guides, but at the time it was the first book to help ordinary Americans set out on their first trip. The *Travel Guide to Europe* had a huge impact on the development of mass tourism. In 1957 another bestseller made its appearance: “Europe n \$5 a Day”. Arthur Frommer gave Americans a different type of tourism: on a budget, which was unprecedented in tourism diplomacy. It suddenly became clear that it was possible to find low-cost hostels, and you didn’t have to stay in luxurious hotels or dine in expensive restaurants, as people had thought earlier.

The Many Faces of American Tourism: From Official Delegations to the Backpacker

Tourism became a part of U.S. cultural diplomacy once and for all when President Dwight Eisenhower spoke of tourism as a political instrument. Many critics of assistance to Europe were in favor of “trade, not aid”, to which the president replied with his famous phrase: “vacations, not donations”. This was a reference to additional stimulus for tourism, which was dubbed “foreign aid that’s fun”. Subsidies, advertising and mass tourism had their effect: By the mid-1950s American tourists were spending more than \$1.27 billion overseas, which was double the U.S. foreign aid budget.

But mass tourism suddenly showed its negative side as well, due to the rude behavior of some Americans in foreign countries. Lack of knowledge of the language and traditions of other countries gave rise to the image of the “ugly American”. Many advocates for the development of tourism called on the government not to let U.S. citizens travel until they learned the word “thank you” in the language of the country they were planning to visit. The U.S. president and various companies tried to convince tourists to study the basics of other cultures.

The education of the American tourist, as well as the president’s intention to use tourists as good will ambassadors in Cold War politics were addressed in a famous program to create the image of a well-behaved American. In 1952 a special brochure called “What Should I know When I Travel Abroad?” was published, which was reprinted several times and had several variants, depending on the destination. More than 20 tourist agencies in the U.S. distributed hundreds of thousands of such brochures, prepared by the government. These brochures not only outlined a code of conduct for polite Americans, but also gave the ABCs of U.S. foreign policy. For example, there was a section called: “What is the U.S. attitude towards colonialism?”. A tourist had to know how to answer any question that

might arise during a trip. The brochure was a kind of bridge between the harsh context of the Cold War period, where the American lifestyle was criticized by Soviet propaganda, and a pleasurable tourist trip, which promised rest, relaxation and fun. This is when the famous phrase “a tourist is an unofficial ambassador” was first uttered.

President Eisenhower is famous in the annals of tourism diplomacy not only because he established the image of the polite American. The encouragement and support of tourism was part of the amazing People to People program. This was a form of official tourist exchange between professional groups, and between agencies, factories, hospitals, etc. The program offered exchanges of delegations in a specific sphere: For example, lawyers would visit lawyers, doctors would visit doctors, actors would visit actors, etc. This program had a serious influence on U.S. society, which was inclined to favor special interest clubs. The Office of Private Cooperation created by the president coordinated the work of more than 40 American organizations in various spheres.

In September 1956, President Eisenhower announced the program and created a foundation that would combine the money from private partners with the government’s money. By 1960 the fund had more than \$500,000 to carry out various types of tourism exchange. Every trip was accompanied by a poster saying “Make a Friend This Trip”. There was also the possibility of writing words of friendship and support to the population of the country to which the delegation was headed. A society of Polish Americans, for example, made an audio recording for the Polish citizens who were going to meet with an American delegation of economists. To support the program, the Chase Manhattan Bank recirculated 1920 silver dollars that contained the word “Peace”. These coins were distributed by American participants in the tourism exchange as a symbol of friendship and generosity. The program flourished and gained more and more popularity. Anyone could take part in a delegation of workers, farmers, teachers, office workers, etc. and be sent on an official tourist trip. Representatives from the most diverse organizations in art, medicine, culture, sports, science, union members, participants in women’s and youth movements, lovers of domestic animals and stamp collectors were all among the travelers. Every trip included various tourist excursions, getting acquainted with the country, contact with the partner organizations and more than 100 official and unofficial events. The heart attack that Eisenhower suffered in 1955 shifted the priorities in popular diplomacy and tourism exchanges. The president asked his young assistant, William Walsh, to increase the number of medical tours. Walsh created *Project Hope* (Health Opportunities for People Everywhere) as a floating hos-

pital. On the ship named Hope there were more than 100 doctors, who visited almost all the countries in the world, helping to treat patients, distributing necessary medicines and equipment. President Eisenhower can be justly proud of his People to People program, which transformed group tourism into the largest program of cultural diplomacy in the U.S. The program continues today; its main office is in Missouri, and more than 20,000 Americans and their partners in foreign countries participate in tourism exchanges every year.

In addition to private trips and delegation exchanges, America gave the world the most amazing forms of tourism. Some of them have disappeared from the tourist trade, but others have flourished. The sister cities initiative also stemmed from Eisenhower's program. The idea was for the governments of small towns in various countries to establish ties to American towns, and for them to exchange delegations and develop tourism. Today this approach is uniting millions of towns, which send delegations to other countries. The first sister-cities projects were carried out in 1953, when the French town of Arles, on the Riviera, made a deal with the American town of York, Pennsylvania, to develop tourism.

Another type of travel to consider is festival or museum tourism. Festivals bring young people together. For example, the World Festival of Youth and Students, organized by the American government in divided Berlin at the beginning of the 1950s, drew more than 2 million participants. Mobilizing youth to mingle with young people from other countries has become an important symbol of cultural diplomacy in many countries.

Camping – at an official site with facilities for recreational vehicles and places to pitch tents – as well as backpacking have also earned a place in U.S. cultural diplomacy. As early as the 1930s the U.S. government tried to acquaint Americans with the countries of Latin America, and distract the populations of that region from German propaganda. The famous Disney cartoons in the 1940s – *Mickey Mouse, Donald Duck and Goofy go on a Caravan Trip* or *Lake Titicaca* showed the culture of camping. Getting acquainted with Nature, with other peoples, with different cultures and customs created a new type of cultural diplomacy: educational tourism with a backpack, which later became part of sports tourism. It was not until the 1960s, when Winnebago created the “house on wheels” that Europeans signed on to this type of tourism. Camping has now gone international.

Museum tourism is one of the most common types of travel. As soon as a new museum opens its doors, tourists from around the world want to come for a visit. In 1998, for example, the U.S. government gave a grant to support the partnership between Colonial Williamsburg, a

famous recreation of a colonial town in Virginia, and the Novgorod Museum in Russia. The latter was completely modernized, new exhibits were added to its collection, and the number of tourists from Russia and other countries grew rapidly.

Travelogue tourism is a type of travel with the goal of writing a memoir or a travelogue about the life and customs of the destination country. We all know that the Soviet writers Ilf and Petrov traveled all over the United States and bequeathed us their wonderful *One-Storyed America* (known in English as *Ilf and Petrov's American Road Trip*). American scholars and writers also traveled quite extensively throughout the world. The author Theodore Dreiser and the sociologist John Dewey, for example, wrote interesting memoirs about the life of people in the Soviet Union in the 1930s. Books like this changed perceptions of countries, nations and cultures.

Finally, we must include academic tourism in any history of tourism diplomacy. This includes internships, or any opportunity for a student, researcher or teacher to go to a country to consult with colleagues for a few weeks, months or years. Such people leave many memoirs about the country they visit. Underneath various political systems there is another layer of life, where ordinary people live and work according to system of values that has nothing to do with official ideology.

The memoirs of Americans who went to Moscow or St. Petersburg in the 1970s to work in archives or libraries, and to consult with specialists in their field, are extremely valuable. These accounts describe the lives of ordinary Soviet citizens, many of whom went on to become famous politicians, professors or officials. This was written by an American history professor from the University of California, Tsuyoshi Hasegawa, about his trip to Leningrad in the 1970s, when he, as a graduate student, went to a Soviet archive:

I lived in a small room, sharing it with two Russian grad students, Sasha Kubyshkin and Tolik Zemtsov. Sasha is now teaching at St. Petersburg State University, and Tolik is the deputy dean of the economics department at Tomsk State University. It was a wonderful time. We had a close circle of friends, which included Soviet grad students, as well as French and American interns. We cooked together, ate and drank tea together, discussed various questions. My impression of Russia was positive. I understood that life in Russia was much richer underneath the external layer of official ideology²⁹.

²⁹ *Krymskaya A.* The Institute of American Exchanges in St. Petersburg. Saint Petersburg, 2014. P. 257. (In Russ.)

Tourism is mass diplomacy, where the participants often do not realize that they are doing the work of diplomats. They answer the trickiest questions about their country and demonstrate the level of culture and prosperity in their societies. Tourists hold the instruments of diplomacy in their hands, and they can change other people's minds about their country in an instant. Various types of tourism show a nation from various sides. If we go to a Swiss ski resort or to a Swiss camp grounds, we will meet people who behave in various ways, but they still demonstrate characteristic traits of the Swiss. Whether we are with an art lovers group in New York or backpacking in the mountains of Washington State, we meet all types of Americans who embody their nation. Things that official diplomacy cannot see are never hidden from travelers. They can build or destroy bridges between nations and people.

Further Reading

- David-Fox M.* Showcasing the great experiment: cultural diplomacy and western visitors to Soviet Russia: 1921–1941. Oxford, 2012.
- David-Fox M.* The Fellow Travelers Revisited: The Cultured West Through Soviet Eyes // *The Journal of Modern History*. 2003. Vol. 75. No 2. P. 300–335.
- Endy Ch.* Cold War Holidays: American Tourism in France. The University of North Carolina Press, 2004.
- Krymskaya A.* The institute of American Exchanges in St. Petersburg. Saint Petersburg, 2014. (In Russ.)
- Levenstein H.* Seductive Journey: American Tourists in France from Jefferson to the Jazz Age. Chicago, 1998.
- Mikkonen S.* East-West Cultural Interactions and the Cold War. London, 2016.
- Ponomarev E.* The Types of Soviet Tourism: The Travel to the West in the Literature in the Interwar Period. St. Petersburg, 2013. (In Russ.)
- Tsipursky G.* Active and conscious builders of communism: State-sponsored tourism for Soviet Adolescents in the Early Cold War, 1945–53 // *Journal of Social History*. 2015. Vol. 48. No 1. P. 20–46.

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

People-to-People Program [Electronic resource]. URL: <http://www.ptpi.org/about-us/index.jsp> (accessed 15.10.2021).

Project HOPE [Electronic resource]. URL: <http://www.projecthope.org/> and <http://americanhistory.si.edu/hope/> (accessed 15.10.2021).

Lecture 7. American Athletes as Good Will Ambassadors

The U.S. government now defines the place and role of sports diplomacy in the following words:

Sports Diplomacy has emerged as an integral part of efforts to build ever-strengthening relations between the United States and other nations. Sports diplomacy uses the universal passion for sports as a way to transcend linguistic and sociocultural differences and bring people together³⁰.

Sports diplomacy is a separate arm of a nation's foreign policy that includes representative and diplomatic activities conducted by athletes. Sports events are used to engage and inform, as well as to create a positive image of the country in foreign societies. In the U.S., however, unlike in many other countries, sports diplomacy depends on the models and traditions of American sports. American sports are a commercial enterprise, with profit the main driving force of sports organizations and institutions. The American model of sports is different from the European one, the main distinction being the autonomy of sports and the low level of state interference in regulating the sports movement.

There is a very big difference between amateur and professional sports in the American model. Amateur sports is competition between unpaid athletes. Professional sports are regulated by sports leagues. Schools and colleges play a fundamental role in the organization of sports and combining sports with a university education is a unique feature of the U.S. The way that competitions are organized is another unique feature of the American model. The major sports leagues in the U.S. are closed and completely autonomous. This gives each league the right to decide which teams will be included. Unlike Europe, where

³⁰ Department of State [Electronic resource]. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwit0feLqODwAhXpk4sKHaaDBNwQFjAAegQIBBAD&url=https%3A%2F%2Feca.state.gov%2Fprograms-initiatives%2Finitiatives%2Fsports-diplomacy&usg=AOvVaw2jyZGNl3ADEFKs5E0rb5DW> (accessed 15.10.2021).

there are no leagues without teams, in the U.S. there are no teams without leagues. The composition of these closed leagues that make up the basis of the American sports model is based on commerce and on the business that sponsors the teams. These factors influence how sports diplomacy is conducted; it is more independent of the government than in other countries.

Types of Sports diplomacy

When was sports diplomacy first used as an instrument to promote understanding and to promote various types of sport? The first instance of American sports diplomacy was the world tour of the father of modern baseball, the founder of the first sports store and the manufacturer of the first professional footballs, baseballs, and tennis balls, Albert Spalding. It was Spalding who thought up the national baseball league and created the professional baseball that we see on TV or keep as a trophy after a game. He also invented the baseball glove and was the author of the first rule book for the game. In 1888 Spalding gathered all the stars of American baseball and took them to various countries of the world in order to promote the game and perhaps make a profit. His players took part in exhibition games in Asia, Europe and Latin America. Of course, Spalding, as a private citizen, wanted to make a profit from these events, which he was able to do. He was not promoting any particular political program. He played, his team played, and the cities and countries he visited tried to interact with the baseball players, making a profit and developing local teams. This example of sports diplomacy was successful, and U.S. President William McKinley appointed Spalding as U.S. Commissioner at the 1900 Summer Olympics in Paris. Since that time, U.S. sports diplomacy has taken on many forms. It can be classified by the type of sport whose representatives seek to broaden contacts and develop popular sports in other countries. Sports diplomacy also can be classified by the type of activity, for example, sports events for the disabled. If we list all the types of sports diplomacy and the types of sport in alphabetical order, then "A" would not stand for "American football", but for "adaptive sports". This was created by the American government to ease the transition for people in difficult circumstances: refugees, prisoners, victims of natural disasters, etc.

In addition, basketball has been an active part of sports diplomacy, including the basketball-show of the famous *Harlem Globetrotters*, as well as wheelchair basketball. This list would contain sports for the hearing impaired (deaflympics), golf, endurance running, figure

skating, fencing, hockey, judo, paratriathlon, para alpine skiing, skateboarding, sledge hockey, snowboarding, male and female soccer, softball, Special Olympics swimming, speed skating, wheelchair tennis, track and field, triathlon, volleyball and, of course, American football, wrestling, and baseball. From this list it is obvious that some events are dedicated to “inclusive” sports, i. e., that include people with disabilities, especially youth, in sports diplomacy. Inclusivity is a special feature of American sports diplomacy and, as a rule, is carried out by “Good Will Ambassadors” – when famous American athletes conduct training or arrange competitions for foreign citizens with disabilities. The U.S. was the first country to advance the idea that sports could resolve various types of problems. Interest in and passion for sports is a facet of every culture, and the language of sports is known to all, needing no translation. For example, in 1952, to improve its image in the Arab world, the American Legation in Jordan organized an amateur baseball game against a college in Amman. The U.S. lost several games, but the result was not important. The game itself, and also the sports equipment and gear that the U.S. gave the other team, had a positive effect on the Jordanian population. After this the *Harlem Globetrotters* arrived. The team not only put on a basketball performance, they used theatrical elements and music in their show. This also had a positive political influence on the countries of the Middle East. We cannot forget bodybuilding here, which also had an effect on many countries and took Americans to the farthest corners of the globe without any support from their government. By the way, after the Cold War ended this type of sport became very popular among youth in the USSR. Gyms opened, there were competitions, there were special sports nutritional supplements. The rise in the popularity of bodybuilding owed much to American movies with stars like Arnold Schwarzenegger and Sylvester Stallone. In the U.S., the founder of the bodybuilding craze and of the International Federation of Bodybuilders was Joe Weider. He was the one who designed the Mr. Olympia competitions, the most popular bodybuilding event in many countries. He began to develop this type of sport in the U.S. in the 1930s–1940s, only breaking into the international arena in 1965, achieving recognition and winning admirers all over the world. The events were strictly commercial, with the winners receiving cash prizes. Weider also created the first ever line of nutritional supplements – Weider Nutrition, and he manufactured special protein bars. The case with bodybuilding shows the power of sports that are not supported by the government and were never included in official sports diplomacy. Nevertheless, projects like these were an important means of interacting and cooperating with those residents of the planet who were drawn to these joint events.

The simplest form of sports diplomacy were competitions, which were designed to enhance intercultural cooperation, and attract attention to existing social, cultural and humanitarian problems. These included exhibition games, or “friendlies,” charity competitions and all-star games. In attracting world attention to social problems, sports diplomacy has a powerful humanitarian role to play. Prime examples of this are the trips American athletes make to refugee camps in various corners of the globe. Athletes conduct trainings for teens, attracting the attention of the press, foundations and politicians., In April 2019 a group of American taekwondo athletes went to the Azraq Syrian Refugee Camp, located in Jordan, and conducted several training sessions for teens. They also organized competitions.

Sports diplomacy uses universal interest in sports to overcome language and socio-cultural differences, to unite people. It relies on young athletes, helps them to interact with each other without the economic, political or military discussions that burden traditional diplomacy. Young athletes and trainers are invited to the U.S. as “sports visitors”, for a two-week team-building tour. The sports visitor program is carried out through U.S. universities and sports clubs. For example, during the administration of Barack Obama, sports exchanges with countries like Saudi Arabia and Iran became more frequent. A program to stimulate the development of women’s sports included an exchange of basketball players with Saudi Arabia: Eight athletes and two trainers visited the U.S., exchanges for athletes with disabilities were broadened, and a special teambuilding program for young basketball players from Iran was organized in Washington with American counterparts.

Sports diplomacy as a means of resolving conflict began to flourish during the Obama administration. The young president, who loved basketball, was associated all over the world with sports and sports diplomacy. In between state affairs he often played basketball on the White House court, and for a time college basketball player Reggie Love was one of his aides. They often sparred together, and sports diplomacy began to be used not only as a hobby, but as a means of rendering various types of aid to developing countries or countries in conflict zones.

It was then that sport demonstrated its ability to stabilize the political situation in other countries. For example, in Afghanistan, the U.S. developed a system of cricket trainings and competitions. This sport has been popular in Afghanistan since colonial times, when Great Britain ruled the country. The U.S. built new sports facilities, involving youth who lived in high-risk zones. The major goal was to overcome local ethnic and tribal conflicts. It was no accident that the

U.S. decided to concentrate on youth: Around 65% of Afghanistan's young people play sports. In addition, young people accept change more easily, and are more open to dialog and intercultural cooperation. This made it possible to conduct a national championship and lessen the intensity of political conflicts.

It is the participants themselves – athletes, trainers, teams – who are the main authors of sports diplomacy. This is because they can use their popularity and authority to bring their audience's attention to various political, social and humanitarian problems. The U.S. government often invites prominent athletes and trainers to assist in promoting various projects. Athletes and trainers work with children, they participate in social programs, they invite young people for dialog on the importance of leadership and respect in sport and in life. The "sports envoy" program is implemented in cooperation with private sports federations in the U.S., as well as with professional leagues. Since 2005 sports envoys have conducted tours in many countries. According to the statistics, 343 world-class American athletes have visited 83 countries, conducting trainings, imparting their knowledge and skills and participating in events for adolescents with disabilities.

The list of sports envoys includes such famous athletes as world figure skating champion Michelle Kwan, three-time Olympic champion in beach volleyball Misty May-Treanor, and many others. Most of the tours do serve to enable dialog between the U.S. and other countries. For example, the mission by basketball stars Bo Outlaw, Dee Brown and female basketball legends Edna Campbell and Tamika Raymond to Africa affected the development of popular sports. While Brown and Raymond participated in events for elementary and high school children in Tanzania, Outlaw and Campbell met with more than 100 participants in the basketball program in the Congo. These exchanges with basketball stars are just a small part of the U.S. sports diplomacy program.

At the beginning of the 21st century, sports stars who participate officially in U.S. diplomacy began to be called "American Public Diplomacy Envoys" or "Sports Envoys". Figure skater Michelle Kwan is still the Number One sports envoy in the U.S., since she has traveled to the greatest number of countries as a representative of American sports diplomacy. There are several other important sports figures who deserve a mention for their contribution to political and diplomatic relations between the U.S. and other countries. Cal Ripken, Jr., a famous baseball star, will go down in U.S. history as the sports diplomat who conducted the most trainings and games with young people in many countries of the world. Shaquille O'Neal, bas-

ketball star and actor, became a major player in renewing diplomatic relations with Cuba in 2016. A logical question here would be: “Are sport and ordinary athletes really capable of influencing policy and the history of international relations?”

Can Sports Change History: Examples from U.S. Sports Diplomacy

In April 1971, an American delegation of table tennis players was invited to the People’s Republic of China at the initiative of Chairman Mao Zedong and Foreign Minister Zhou Enlai. This sports event had huge diplomatic significance: “Ping-pong diplomacy” became a meme, a symbol of the improvement in bilateral relations. This visit opened up new perspectives in economic relations between China and America, and the tiny ping pong ball was the vehicle for China’s modern political rise.

Many legends have grown up around this event; it is seen differently by American and Chinese participants, each of whom want to give their country the leading role in establishing relations. One fact is indisputable: ordinary athletes from China and the U.S. were the initiators of negotiations and changed history during the world table tennis championship in Japan in 1971. That was when they were able to break the diplomatic ice in relations between the two countries and initiate the visit of the American team to China.

Here’s how it happened. Before the championship the Chinese and American athletes were told not to engage in conversation with each other. The teams were housed in different hotels, they were transported in different buses, so that they would not meet outside the sports arena. However, an American player, Glenn Cowan, accidentally got on the Chinese bus. The situation was tense: The athletes were forbidden to talk to each other, but the extended silence seemed like disrespect. The leader of the Chinese team, Zhuang Zedong, who shared a name with the Chinese leader, risked breaking the rules and started a conversation with the American. He told Glen that Americans and Chinese were not enemies. Moreover, Zhuang gave the American a silk screen print as a gift. The following day Glen Cowan gave Zhuang a T-shirt and said that he would really like to visit China one day. The Chinese authorities were in shock over the incident and over the information that the American athletes wanted to visit China. They decided not to react to the signals given by the American team and not to issue an invitation. On the last day of the championship, however, Mao Zedong, according to his nurse, ordered that the decision be changed

and that the American table tennis team be invited to China right after the championship. The nurse insisted that Mao gave the order after taking his sleeping pill, and it should not be taken seriously. It's difficult to imagine the choice that faced this woman, since she knew that orders that Mao Zedong gave after taking medication should not be obeyed. She told Zhou Enlai anyway, and a few days later the American team arrived in China.

The ground had been prepared for constructive dialog between the politicians, and U.S. National Security Advisor Henry Kissinger soon arrived in China, where he was warmly received by Zhou Enlai. Secret negotiations prepared the way for President Richard Nixon's visit, the trade embargo was lifted, tourist trips increased, and China allowed the U.S. to invest in the Chinese economy. In February 1972, the historic visit by the U.S. president took place, which changed China's fate and created a new balance of power in international relations: Communist China became a partner of the U.S., which affected the Cold War, *détente* and future events in the world.

As Mao Zedong himself noted during talks with Richard Nixon, it was ping-pong that allowed two countries who had been on opposite sides to find points of common interest. Sports diplomacy in this case had a major effect on politicians, and it was ordinary athletes who initiated it, just because it was too difficult to maintain an icy silence during sporting events. Another example, less well-known, is baseball diplomacy. It was 1975, when the U.S. was considering establishing relations with Cuba. Using the language of sports, we can say that the relations between the two countries were not looking good. Constant espionage, political assassinations, the lingering effects of the failed Bay of Pigs invasion in 1961, when the administration of John F. Kennedy tried to sponsor a coup in Cuba, as well as acts of terrorism did not create conditions for establishing diplomatic relations between the two countries. There were private contacts between the U.S. and Cuba, and in the early 1970s there were signs of stabilization in relations, and an absence of aggressive acts towards each other. President Nixon did not consider Cuba ripe for re-establishing political relations. After he left office, however, secret talks very quickly began between the two countries, and Congressional representatives visited Cuba, speaking about the need to change course with regard to the island. The idea that sports could help in this difficult task once again came from American athletes. Baseball commissioner Bowie Kuhn offered his services as middle-man between the State Department and the Cuban government. He often traveled to Cuba, he knew the Cuban national baseball team and several Cuban politicians. The Cubans knew and respected him. The main thing, though, was that Cubans loved baseball and con-

sidered it their national sport. This mutual love for the game could provide a reason to establish relations between the countries. Kuhn suggested to Secretary of State Kissinger that he organize two exhibition games with the Cuban team. Kissinger, however, refused, surprising many in the U.S. government, especially after the successful sports diplomacy overtures to China.

William Rogers, Kissinger's Assistant Secretary of State, decided to support Kuhn's initiative, and told the Secretary that "major league baseball has a magic value in projecting a positive image of the United States wherever the sport is played". The game could have re-established positive relations with Fidel Castro and liquidated the after-effects of the Bay of Pigs operation. The Assistant Secretary's arguments were convincing, but he forgot one thing: the possible loss or victory of one team or another.

The situation with Cubans and baseball was different from that of the Chinese and table tennis. In ping-pong diplomacy the U.S. could lose, since table tennis was not America's national sport, and the PRC could lose – it was the strongest team in the world and could afford to be generous to a weaker team, thereby reaping political dividends. The situation with Cuba was extremely complex. First, both teams would be bent on victory, since baseball was the most popular sport in both Cuba and the U.S., which meant that the athletes would not voluntarily throw a game to satisfy diplomats. Second, Rogers and others who were lobbying for the games did not take into account that the Cuban national team had not lost a single international game and was the strongest team in the world. Did the Americans really need a loss? What would that give the U.S. and the American public? What kind of image would the U.S. have in Cuba? Would the countries be able to establish diplomatic relations after that? Kissinger saw things much more clearly than his deputy, and even predicted the future: When the game did finally take place in 1999, the U.S. team, the Baltimore Orioles, lost, drawing criticism from their American fans, and causing even more damage to the U.S. image in Cuba. It did nothing to improve relations. In short, Rogers told Kuhn at the time that the game would not happen, since the U.S. could not win politically; on the contrary, it could only lose, since the Cubans would not back down. The fierce opposition from the Cuban immigrant lobby also interfered with the game. American and Cuban athletes had to wait more than 20 years for a joint game, and it had no effect on the political relations between the countries. It wasn't until 2016, after basketball star Shaquille O'Neal went to Cuba as a Good Will Ambassador, that the situation changed a bit. President Barack Obama decided not to organize games between teams; he sent several athletes to conduct trainings with Cuban ado-

lescents and to carry out a series of exhibition events. This was a much more effective approach; there was no sense of defeat.

There is another example in American sports diplomacy that shows how sport can do more than just create positive political relations between peoples and nations, it can also sustain them for many years. After World War II General Douglas MacArthur, who headed the U.S. military administration in Japan, realized the power of baseball, and invited baseball star Lefty O'Doul and the minor league San Francisco Seals team to Japan, to establish friendly relations with the recent enemy. This was an unprecedented move by the Americans, who still remembered the tragedy of Pearl Harbor. Unexpectedly for all, the team's games attracted half a million Japanese fans to baseball. During the tour Lefty O'Doul's team also met with Emperor Hirohito, who thanked the American athletes for their impressive show. O'Doul became one of three U.S. citizens honored in Japan's Baseball Hall of Fame, and General MacArthur judged O'Doul's work "the greatest piece of diplomacy ever..."

The most important thing that O'Doul did, however, was to suggest that the Tokyo Yomiuri Giants invite an American baseball player of Japanese descent, Wally Yonanime, to play with them. The athlete, who is now known all over the world and who caused a revolution in Japanese baseball, arrived in Tokyo the year the armistice was signed between the two countries. He was able to bring American values to Japanese baseball and lay the foundation for many years of exchanges of baseball stars between Japan and America. Baseball made it possible to establish friendly relations and helped to lessen the negative perception of foreigners in Japan; finally, it helped to improve the post-War relations between countries. American baseball became firmly entrenched in Japanese tradition, creating favorable conditions for international relations. Japan is the US' most important and reliable ally in Asia. In completing our tour of sports diplomacy, we can't forget the trip that American basketball star Dennis Rodman took to Pyongyang, North Korea. Everyone knows that relations between the United States and North Korea are not the best. The basketball player conducted a series of trainings for a North Korean basketball team, and met several times with Kim Jong Un, who is a basketball fan. Many North Korean citizens were stunned by the photographs of Kim Jong Un with the American, and many citizens of the U.S. and other countries were not very enthusiastic about the athlete's trip, noting that Rodman was helping to strengthen Kim Jong Un's regime. This incident, however, is still almost the only way to establish official contacts between the government of North Korea and the U.S. If North Korea's ruler has a weakness for basketball,

then it just might be possible to find a common language and reach an agreement.

To sum up, there are a few main characteristics of U.S. sports diplomacy. First, it plays a significant role in U.S. foreign policy. Second, it can be considered a universal means of strengthening cooperation and of developing international relations. Third, sports diplomacy is cultural and humanitarian in nature. It can defuse tension, change a nation's image and attract financial resources. Finally, U.S. sports diplomacy clearly benefits from private initiatives. Many events and trips are held without government support, which distinguishes the U.S. from other countries.

Further Reading

Allison L. The Global Politics of Sport: The Role of Global Institutions in Sport. London, 2005.

Budd A. Sport and International Relations: An Emerging Relationship. New York, 2003.

Damion T. Globetrotting: African American Athletes and Cold War Politics. New York, 2005.

Global Sports [Electronic resource]. URL: // <https://globalsportsmentoring.org> (accessed 20.02.2021).

Massaro J. Press Box Propaganda? The Cold War and Sports Illustrated 1956 // Journal of American Culture 2003. Vol. 26. N 3. P. 361–383.

Riordan J. Sport, Politics and Communism. Manchester; New York, 1999.

Sarantakes N. Dropping the Torch: Jimmy Carter, the Olympic Boycott, and the Cold War. New York, 2011.

Sports Diplomacy. Bureau of Educational and Cultural Affairs [Electronic resource]. URL: <http://eca.state.gov/programs-initiatives/sports-diplomacy> (accessed 20.02.2021).

Wagg S. East plays West: sport and the Cold War. London, 2007.

Zeiler T. Ambassadors in Pinstripes: The Spalding World Baseball Tour and the Birth of the American Empire. Lanham, 2006.

Electronic Resource

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 8. The Export of American Education

When we talk about exporting American education, we think that it means giving foreign students scholarships to study in American universities or opening educational institutions based on the U.S. model in foreign countries. That's all true, but it's not the main thing. The basis of American educational activity in the international sphere is U.S. assistance in developing schools and universities, or building new educational institutions and student dormitories in countries where there are not enough, creating new departments and study programs, adding textbooks to library collections, helping teachers in foreign countries raise their qualifications, and teaching students.

International educational policy is formed through joint action by the U.S. government with American universities and their professors. The Office of American Schools and Hospitals Abroad, which in 1961 became a subdivision of the U.S. Agency for International Development (USAID), has since 1941 been an important link in the implementation of aid policy and the modernization of educational institutions in foreign countries. Over the years the U.S. has helped more than 300 institutions in 80 countries, providing many types of assistance, from constructing campuses to opening educational programs.

However, U.S. international education policy, or the export of American education, is a rocky road, strewn with both the roses of success and the thorns of failure and mistakes.

Assistance in Developing Education Systems in Foreign Countries

On March 23, 1967, eight prominent American university professors, who were touring schools and universities in South Vietnam that had recently been built or renovated by the Americans, died in an airplane crash. This was a team of experts who had participated in the modernization of educational institutions in Vietnam. The war was already on, but, in spite of the danger, the American professors and department heads had not stopped their project to create a

modern educational system in Vietnam. Beginning in the mid-1950s, in Vietnam as in many other developing nations, there was an explosion in the number of students and an extremely small number of educational institutions. The situation was so critical that American diplomats decided to help the government of South Vietnam develop its educational system. By the beginning of 1960, three new schools had been built with American help. This did not, however, change the overall situation. They decided to start classes in already existing buildings in various provinces of Vietnam; such an approach could have quickly eradicated illiteracy, but rains and floods held up the project. It was not possible to create schools in every village, which meant additional expense to build dormitories for students. Nevertheless, by the beginning of the 1970s 12,225 educational institutions had been built all over South Vietnam, and around 84% of children were able to receive at least an elementary education. Five state universities were opened, and for the first time the country had a Ministry of Education.

The American University: A Special Type of U.S. Educational Export

It has become popular in many countries to create universities abroad. China, Iran, Saudi Arabia, and Germany have all developed projects to open educational institutions in other countries. The U.S., however, remains the leader in the number of universities created abroad. Since the mid-19th century, private American foundations have been opening schools and universities in other countries. In the 1950s, the U.S. government launched a program to finance already existing American universities abroad and began creating new ones. Over the course of its history of opening American universities abroad, the U.S. has developed an effective mechanism for retaining the unique features of the American educational system in its foreign universities, despite various political problems.

Today the U.S. government supports 47 American universities in foreign countries. Nearly half of them do not contain the word “American” in their name, but they were all opened by American organizations and receive financial assistance from the U.S. government. These types of educational institutions have been established in all parts of the globe, with the highest concentration in Africa and the Middle East (Table 1).

Table 1

The number of American educational institutions abroad supported by the U.S. government

Region	Total number of institutions	Type	
		Universities	Schools
Africa	18	13	5
Middle East	17	13	4
Eurasia	12	10	2
Latin America	8	4	4
Asia-Pacific Region	7	7	0
Total	62	47	15

Source: USAID’s Office of American Schools and Hospitals Abroad.

The goal of American schools and universities abroad is to promote a positive image of the U.S., to prepare leaders and broaden understanding of the workings of economic and political institutions. All American universities abroad that receive financial support from the government are obligated to develop educational programs in the liberal arts, business administration, medicine, exact sciences and agriculture; they must conduct instruction in English; they must create a board of trustees that includes American citizens and adhere to the principles of academic freedom. In other words, the term “American University” abroad implies that the institution has all the trademarks of the American educational system. Historically, the main beneficiary of the American model of education was the Middle East. The most famous institution – the American University of Beirut – is the center of American education in the region, and, despite all political problems, it has been in Lebanon since the mid-19th century.

Liberal arts and business administration departments, instruction conducted in English and student government were all introduced for the first time in Beirut, and not by the U.S. government, but by Americans who believed in the strength and effectiveness of the American educational model. The American University became a center for the education of leading specialists for 118 countries of the Persian Gulf, Africa, the Middle East, and also the Asia-Pacific Region. The University has lived through many different eras. For example, in the 1980s, because of the military conflict in Lebanon, the

number of students was reduced: in 1978 approximately 300 students came to Beirut, but in 1988 it was only seven. Today the American University of Beirut is the largest American University in the world; while in other countries the universities hold a maximum of 2,500 students, in Beirut the number was 9,5000 for the 2017–2018 academic year.

The American University of Cairo is yet another unique institution, forming the center of American education in North Africa and the Persian Gulf. It traces its history back to the 1920s and has undergone a variety of crises. For example, when the socialist government of Gamal Abdel Nasser came to power in the 1950s, the university's existence was in jeopardy. All foreign educational institutions were closed by the Egyptian government. Bold diplomatic intervention by the American government, as well as the desire of Nasser's daughter to study at the American University were factors in its survival. The Cairo university soon became a center of education for the Egyptian elite. The spouse of future president Mubarak and many children of government figures received their diplomas in business administration, English language and liberal arts from this institution. Thanks to the popularity of the university in Egypt and in the region as a whole, the U.S. managed to keep its American Board of Trustees and retain all features of the American educational model.

Another center of gravity in American educational policy is Iran. In 1960 Iran allowed the U.S. and the University of Pennsylvania to begin reforms in one of its technical colleges. American study programs in liberal arts were opened. In 1966 the U.S. created a new university on the base of the technical college, called the Pahlavi University. American instructors were invited to give lectures, and many future Iranian politicians received advanced degrees in the U.S. In addition, in 1968 the U.S. government created a female institute of higher education, known as Damavand College. It fulfilled a very important social and political function – it created a professional cadre of English teachers.

After the Islamic Revolution in 1979, American specialists left the universities, and the Boards of Trustees were dissolved. However, the American model of education has been preserved at the former Pahlavi University, now known as Shiraz University. The language of instruction in many disciplines is still English. Despite the changes in political relations between the U.S. and Iran, Damavand College continues to educate English teachers. The Iranian experience shows that, despite a worsening of political relations between countries, features of American education and programs remain all but unchanged in other countries.

The end of the ideological confrontation between the U.S. and the USSR at the beginning of the 1990s allowed the American government to increase the number of American universities in Eastern Europe and the former Soviet republics. American universities were opened in Bulgaria, Armenia and Kyrgyzstan. They became regional educational centers, attracting students from neighboring countries, and they served as models for the reform of local institutions. American universities in Armenia and Bulgaria became the first institutions of higher learning opened in the former Eastern Bloc countries in 1991. Programs in business administration and English linguistics were the most popular subjects at the American University in Armenia. The American University in Bulgaria was created on the basis of an agreement between the government of Bulgaria and the University of Maine. The university became extremely popular among Bulgarian youth, which saw a successful career as being tied to a Masters' degree from an American university.

Central Asia became a priority in U.S. foreign policy starting in the mid-1990s. In 1993 the U.S. government proposed creating an American university in Kyrgyzstan. The government of Kyrgyzstan would only agree to opening a school. In 1997, however, President Askar Akayev signed a decree for the creation of the American University in Kyrgyzstan, based on the existing school. The U.S. government was able to persuade the Kyrgyz Ministry of Education to grant independent status to the university, and to create an American Board of Trustees. Kyrgyzstan, however, interfered with the affairs of the university when it came to final exams and awarding diplomas. After prolonged negotiations, the American University agreed to give the students two diplomas – a Kyrgyz National Diploma and an American-style baccalaureate degree. By 2002 the university had attained the status of an international institution, and its name was changed. Today it is called the American University of Central Asia, and it fulfills its mission of creating a generation of leaders capable of democratic transformation in the region. The American University of Afghanistan is a unique example of the creation and operation of an institution of higher learning in an unstable political situation. It was opened in 2006 as a private educational institution with the financial support of the U.S. Agency for International Development. The University had two tasks: to become a model for Masters' programs in other Afghan universities, and to broaden access to higher education among the female population. Baccalaureate and masters' programs were created in the humanities, political science, management and information technology. A new female dormitory was also built. American reformers, however, encountered serious problems in

seeking to establish this university in Kabul. The necessity of guaranteeing the security of the students, who could become victims of insurgents, as well as a poor knowledge of English among the students and the absence of local teachers lowered the effectiveness of the institution. Armed forces were used to solve the first problem, to guard the students during class hours. For those who did not know English, they created preparatory courses. The problem of teaching staff was solved by sending around 100 Afghan teachers to the U.S., where they received masters' degrees. For the first time since the 1930s, when the American oil companies first went to the Arabian peninsula, and diplomats began endless rounds of negotiations with the governments of Saudi Arabia, and later Oman, Bahrain and other Persian Gulf States about opening American universities, the U.S. government was able to create the American University of Sharjah at the beginning of the 2000s. The educational programs were created to an American standard: liberal arts, exact sciences, business administration, etc. English is the language of instruction, and the leading posts in the administration are occupied by professors from the U.S. The creation of the first American university on the Arabian Peninsula is a victory of American diplomacy. The American University of Sharjah was created according to the American model, but with features of Arabic culture. The university's architectural ensemble is a good illustration of this combination of Imperial style with Arabic tradition. In general we can identify the following characteristics of U.S. policy in the creation and development of universities in other countries: American universities abroad adhere strictly to American educational tradition. There is a Board of Trustees in all universities, there are liberal arts and business administration departments. They are all autonomous, and all instruction and interaction with professors is in English. American universities abroad are able to keep their national traits and be flexible in their relation to the needs of the country or the region in which they operate. Requirements set by the local governments are met by the U.S. government if they do not contradict the basic operating principles of the university. This educational policy has had a serious effect even in countries that have prohibited the U.S. from building American universities. Iran is one example: it tried to erase the U.S. presence in its educational institutions. But the universities that were created are still functioning and retain some facets of the American model of education.

The Modernization of Foreign Universities, American-Style: Successes and Failures

In addition to building new schools and universities, the U.S. is also implementing projects to modernize education on the American model in the national universities of foreign countries. Americans have encountered numerous difficulties along this road. Let's look at a few examples. Turkey is the clearest example of how idealistic and pragmatic American reformers were blocked by the local academic elite. Unlike many other countries, the U.S. had an educational foothold in Turkey: Robert College, created by ordinary Americans with private funds back in the 19th century. By the mid-1950s Turkey had become a partner of Western nations, obtaining NATO membership and opening its country for large-scale investment by European countries and the U.S. Despite frequent changes of government, political crises and the military coup in 1960, Turkey did not break off its contacts with the West. During this period there was an educational boom inside the country. The U.S. did not sit on the sidelines, proposing a reform of Ankara and Atatürk universities in 1955. The U.S. also built two universities at its own expense, which began accepting students at the end of the 1950s: Technical University and Hacettepe University. Having crossed the threshold of Atatürk and Ankara Universities, American experts developed a plan to modernize them. Their priority was to introduce English as the language of instruction using new textbooks. English language projects were considered by the U.S. government to be one of the most important ways to bring American and Turkish education closer together. Teachers from Georgetown University prepared the manuscripts of two new textbooks, *An Intensive English Course for Turks* and *Speaking English in Turkey*, and conducted courses for many teachers to prepare them to deliver their lectures in English. However, right from the beginning of negotiations with the university management the American experts encountered resistance from the Turkish professors, who were unwilling to teach in English. The experts continued to hope that American technology and innovation would attract the professors, and they would cooperate. Their hopes were in vain. Soon the Turkish government refused to continue the project: The American professors were advised to stop teaching English and leave the country, and the Turkish government officially informed USAID in 1966 that 63,000 copies of the English language textbooks would not be published in Turkey. The members of the Education Office tried for a little while longer to save the project, suggesting that Turkey make whatever corrections it thought necessary to the textbooks, which would then reflect Turkish educational philo-

sophy and methods. But nothing worked. At a time when there was a real explosion of English language study in the countries of the Middle East, and American education was becoming more and more popular among the citizens of Iran, Saudi Arabia and Afghanistan, Turkey canceled its project with the U.S. in 1968. The failure of the U.S. reform of Ankara and Atatürk universities forced the Americans to leave these institutions. Unlike many other countries, however, they managed to preserve islands of the American model of higher education in Turkey, by creating their own universities. The U.S. government built and opened the Middle East Technical University on the model of the Massachusetts Institute of Technology, and Hacettepe University on the model of the California Institute of Technology. Robert College also continued to function. The development of basic sciences, the creation of liberal arts departments, teaching in English, the recruitment of young scholars and teachers who had studied in U.S. universities were the main methods of supporting the American educational model. As a result, these universities became symbols of basic science in Turkey, where there were prominent American professors teaching in the fields of physics, mathematics, economics and political science. The government of Turkey has tried on numerous occasions to take financial control over these universities, which are funded directly by the U.S. government, bypassing the Turkish Education Ministry. There were attempts to pass laws banning teaching in English. There was an attempt to close the technical university physically, using politically active and militarized students, but the regional nature of the university, the presence of students from many countries in the Middle East and active intervention by the international Board of Trustees allowed these universities to retain their autonomy. Moreover, American experts were constantly expanding the role of English language in teaching, increasing the number of American professors, and opening modern laboratories and scientific centers. All of these factors minimized the impact of the efforts to close the universities by the national universities and the government. A similar situation arose around Robert College, the oldest American educational institution in Turkey. The Turkish government tried several times to take away its autonomous status, pressuring Turkish teachers at the college, warning them of the consequences of working at an American educational institution. Parliament, in turn, proposed a draft law on the illegality of the work of the private American college. The American sponsors were able to resist this pressure, and even to expand their presence in this educational establishment: A U.S. citizen was named president of the College, American politicians were added to the Board of Trustees, and a liberal arts department was created, and even an American college for

women's education. The Turkish example, like examples of many other countries, shows that the modernization of universities is always met by resistance from a certain part of the national academic establishment. The opening of new universities, with American trustees retaining control over the administration, appointments and development, allows for the effective export of American innovation and technology.

Developing countries, especially countries in Africa, were always the main recipients of U.S. aid to create and reform the education system, and of large-scale American projects to construct classrooms, dormitories and libraries. Education in Africa was supposed to make a real contribution to the development of the economy, the modernization of the infrastructure and political renewal. Ethiopia is one African country that received extremely generous financial assistance to develop universities. These institutions were supposed to train specialists in agriculture, education, business and management, to bring professionals into the Ethiopian economy who could modernize the country. The U.S. and the Ethiopian government were both interested in creating highly qualified graduates. In this type of development program there was no room for discussions about Americanization or promoting certain values. The U.S. simply built new departments of agriculture, pedagogy, economics, engineering, etc.

The U.S. built and expanded Haile Selassie I University in Addis Ababa, named for Ethiopia's first emperor. In 1960 a team of professors from the University of Utah prepared a plan to modernize the university. The emperor was so inspired by U.S. aid in education that he donated the Guenete Leul Palace for classes. By 1967 it was clear that the palace the emperor had given was not big enough for all the students who wanted to come. The lack of space was not the only problem; there were not enough dormitories, and those that did house students did not meet even minimal standards for a modern society. The development of the university and the inadequate student selection process led to sharp rise in the number of students. While in 1962–1963 there were 930 students at the university, by 1967–1968 there were more than 3,100, and by 1970–1971 there were 4,600. In 1972–1973 there were around 9,000 students at the university. The students were distributed over three campuses, which were in different parts of the city. There were not enough places in the dorms, cafeterias and auditoriums; students began to show their dissatisfaction, and student calls for an improvement of the university infrastructure very quickly gave way to demands for an end to the monarchy in Ethiopia. Moreover, the U.S., which had built the university's entire infrastructure, was accused of supporting the corrupt emperor, and also of promoting values that were against the culture and traditions of Ethiopia. Students

demanded that all American teachers be sent out of the country; they demonstrated against the high salaries that the Ethiopian government paid them. The students' dissatisfaction became part of a broad protest movement, and in 1974 the emperor fell. The American professors were forced to leave the university campus, leaving the equipment, the labs, the library and the classroom buildings. The examples of Turkey, Ethiopia and many other countries show that American reforms often are not understood by the local elite, and even by the students. Even when the U.S. closes down its educational programs, it leaves the infrastructure it has created, the technology of instruction, the laboratories and equipment, the scholarly literature. All of that survives, despite various political cataclysms.

Education Cities

There is one other fairly new trend in U.S. education export policy – the creation of a network of affiliates of several American universities in one country or even in one city. This “Little University America” abroad allows foreign students to receive a diploma from a leading American university without leaving their homeland. Doha Education City is a network of six American universities who have opened representative offices in Qatar. In 1998 the Qatar Foundation came to an agreement with Virginia Commonwealth University to open an affiliate to provide education for local students and students from neighboring countries, in liberal arts, engineering, business and medicine. The Virginia university main's concern was how American professors could adhere to the principles of academic freedom in a country and a region based on authoritarian tradition and Sharia law.

Many local residents were bothered by a different question: How would the Americans, who, as it seemed to them, were in the Middle East only for war and oil, create educational institutions? However, the affiliate was opened on the basis of the American approach to education and academic freedom; then Cornell University arrived and opened a medical school – Weill Cornell Medical College – in 2001. Texas A&M followed with an engineering program, and Carnegie Mellon University opened departments of business and computer science. In 2008 a pillar of diplomatic education came to the education valley: Georgetown University. Doha now had all the different types of programs popular among foreign students. Lectures were delivered by the most prominent professors, and the architecture blended the traditions of America and the Arab world. Unusual design, fountains, open auditoriums with glass walls create a feeling of wonder in the sands of the

Arabian Peninsula. Over the years the American universities in Doha have trained more than 2,250 students, who today hold various government posts, or are working in television, in hospitals and in private business. More than 40% of the students are women, a point of special pride for the American founders, who have been able to retain American values in the Arab region. Student life, however, follows local norms: It is a lot quieter than student life in the U.S. Alcohol is forbidden, as well as all kinds of partying. Only sports events, like soccer, cricket and basketball, flourish in these educational oases. The combination of the American educational model (freedom in teaching and the presentation of material, promotion of the education of women and minorities) with the local religious, clothing, dietary and recreational traditions make for unique educational institutions.

Open Doors to the U.S. Educational System

Educational export is the recruitment of foreign students to study in the U.S., who will undoubtedly bring with them investment and will take away knowledge. In the world today there are around 5 million students studying abroad. The U.S. leads the pack in the number of students it attracts. For example, in 2018, 1,094,792 students came to the U.S. from other countries. That is quite a large number compared to other countries, and with older indicators of foreign students in American institutions. In the 1950s around 34,000 students came to the U.S. each year; at the beginning of the 2000s the number was 500,000. Over the past 18–20 years the appeal of American education has risen sharply. The development of disciplines like engineering, business administration and computer science is the main factor in this attraction, despite the high cost of tuition. Traditionally students from China, India, South Korea and Japan dominate. In 2018 there were 5,518 students from Russia studying in the U.S., which is an insignificant percentage of the overall number. There are more foreign students in California, New York and Texas than in any other states, and the most popular universities today are New York University, the University of Southern California, and Boston's Northeastern University. Despite numerous scholarships and stipends, the majority of the students pay for tuition from their own sources, with only 16% receiving financial aid from American universities. American students traditionally go to Europe to study, primarily Great Britain, France, Italy and Spain. More than 300,000 Americans are now studying abroad, but unlike the students who come to the U.S., American students pre-

fer short courses or summer programs, rarely seeking an academic degree. As a rule, the basic sciences, humanities and languages are the main disciplines that Americans study in other countries.

To sum up, one can say that U.S. activity in the educational sphere is quite varied. It involves, not only thousands of educational programs in U.S. universities that annually attract more than 1 million students from all over the world. It is also assistance to many countries in creating and modernizing schools and universities. The U.S. offers its innovative ideas to open new programs, to transform disciplines, and also helps teachers raise their qualifications.

As a rule, the U.S. tries to modernize the sectors of education that are linked to economics or development. In countries where engineers are needed, Americans tried to create engineering departments. Where teachers were needed, Americans built or opened pedagogical departments. Education export brings American models of teaching and American values, which is not always popular with local governments or the academic elites. Despite the conflicts and failures, however, Americans always manage to leave something in foreign countries that can serve local institutions, students and the population at large for many years: classrooms, libraries, educational systems, equipment, disciplines. This is where the success of American educational export lies.

Further Reading

American Schools and Hospitals Abroad [Electronic resource]. URL: <https://www.usaid.gov/work-usaid/business-funding/grant-programs/american-schools-and-hospitals-abroad> (accessed 15.10.2021).

Freely J. A History of Robert College: The American College for Girls, and Bogaziçi University. Istanbul, 2000.

Tsvetkova N. Cold War in Universities: U.S. and Soviet Cultural Diplomacy. Leiden, 2021.

Tsvetkova N. International Education during the Cold War: Soviet Social Transformation and American Social Reproduction // Comparative Education Review. 2008. Vol. 52. № 2. P. 199–217.

Tsvetkova N. Making a New and Pliable Professor: American and Soviet Transformations in German Universities, 1945–1990 // Minerva. 2014. Vol. 52. Iss. 2. P. 161–185.

Tsvetkova N. The Failure of American and Soviet Cultural Imperialism: Transforming German Universities during the Cold War. Leiden; Boston, 2013.

Tsvetkova N. The U.S. and Soviet Transformations in Universities Abroad // American Almanac. 2018. No 2017. P. 232–250.

Tsvetkova N. When a teacher cannot be molded by the hands of strangers: teachers of English and teachers of Russian in Vietnam, 1955–1986 // Images of Education: Iber Amicorum voor Jeroen Dekker. Groningen, 2018.

Electronic Resources

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Open Doors [Electronic resource]. URL: <https://www.iie.org/Research-and-Insights/Open-Doors/Data/International-Students/Enrollment> (accessed 15.10..2021).

Open Doors [Electronic resource]. URL: <https://www.iie.org/Research-and-Insights/Open-Doors/Fact-Sheets-and-Infographics/Infographics> (accessed 15.10.2021).

Lecture 9. The Internet in U.S. Cultural Policy: Digital and Data Diplomacy

The growing number of people who listen to radio or watch television programs via the Internet or discuss important social problems via social media has changed the nature of modern cultural diplomacy. Its programs are now being transferred to cyberspace, and the key target audience are the millions of users who belong to numerous social networks. There are several terms used to signify this innovative means of interacting with a foreign society using the Internet: digital diplomacy, Internet diplomacy, Twitter diplomacy and public diplomacy Web 2.0. One important concept in electronic cultural diplomacy is the *blog*, or website whose basic content is a regularly updated entry containing text, images or multimedia. In this context the term “*post*” is used for the entry, the message in the blog, also known as “*content*” – the internal construct of the blog. The main instruments of electronic cultural diplomacy are “*social networks*” – interactive multi-user websites, whose content is created by the users themselves. The most popular social networks in the world are still Facebook³¹, Twitter, and YouTube, and many countries base their Internet diplomacy on these platforms. They have a special internal slang, for example “subscriber,” “reader” or “follower” – a person who signs up for the news feed (posts, new materials) from the given web page. The numerous social network users have become a type of Internet auditorium, referred to as “net citizens” or “netizens”. They are the ones who create independent and alternative information. This information differs from the positions of state actors in the system of international affairs and in the field of cultural diplomacy. This multi-billion auditorium of users, bloggers, social journalists has become the new target audience of cultural diplomacy.

Many countries try to shape and distribute a particular information stream in the Internet space, to attract this world audience of social networks and convince them of the correctness of their policies. Any user of a social network who knows how to post a video or an opinion on various platforms becomes part of the target audience for the cultural diplomacy of any country, including the U.S. During

³¹ Facebook is banned in Russia in 2022.

the years when Internet policies were being developed the term “digital diplomacy” came into use. Digital diplomacy is the mechanism for interaction with an Internet audience by the following means: placing radio and television programs on the Internet; distributing journals in digital format through open access; monitoring discussions in the blogosphere; the creation of personal pages by members of the government in social networks, etc. The first of the American government media to transfer its activity to the world wide web was Voice of America radio. In January 1994 the radio’s website became operational, with digital radio material in 14 languages, news summaries from the radio’s information programs, and also access to live broadcasts. The use of the Internet as an instrument of cultural diplomacy was continued by the director of the U.S. Information Agency Joseph Duffey in 1996. Bringing together several journals, Duffey began the first Internet magazine, *The Washington Files*. This journal fulfilled the function of disseminating the government’s view of events taking place in the world arena. From 1996 through 2000, the U.S. government created several more electronic journals, which not only united the alumni of exchange programs, but distributed information about life in the U.S.

At that time the term “cultural diplomacy” was gradually being replaced by the term “public diplomacy” among experts, and then in government documents. It became clear that cultural diplomacy was no longer able to embrace new information technology, which made information accessible to millions of people, meaning that it was the most accessible driver of contact between nations. Governments were just one type of participant in this new information age, in which chat activists, site creators and simple network users played the main role. They shaped the messages and disseminated them public-to-public, state-to-public and public-to-state. Cultural diplomacy (exchanges in the fields of culture, sport and education), which up until then was the purview of the government and some sections of society, acquired unprecedented scale, and was carried out through informational proximity between countries, governments and audiences, and received a new name – public diplomacy. Today that term defines the activity of all citizens and the government in the field of information, culture, education, sport, tourism, etc., in both the traditional and digital spheres.

In 2001 one of the most important events in Internet diplomacy occurred: a site was created for direct contact between the U.S. government and foreign social network users, called NetDiplomacy. At the time Secretary of State Colin Powell announced that Net Diplomacy provided tools that “can go over political boundaries, they can go over cultural walls, they can break down any barrier that is

out there to communication)³². Powell also noted that net diplomacy would support dialogue between the U.S. government and foreign audiences. These words had a deep influence on U.S. cultural diplomacy. It became clear that the growing number of users was creating conditions for a widening of the scale of the interaction and dissemination of American values.

Another impetus for the use of Internet technology in cultural diplomacy was the idea of “transformational diplomacy” advanced by Condoleezza Rice, who followed Powell as Secretary of State. She increased the number of sites for U.S. interaction with other countries using new Internet technology. As a result of these first initiatives, which would seem modest by today’s standards, between 2002 and 2008 the administration of George W. Bush transferred its traditional international broadcasts of radio and television to the Internet. U.S. radio and television became interactive, meaning it allowed for instantaneous reaction by the foreign public. At the beginning of the 2000s, before the appearance of the major social platforms, around 10 new channels were created working with foreign audiences through the Internet. Viewers reacted to programs and shows, sent commentary and received answers from the U.S. This is something that specialists in cultural diplomacy over the previous 100 years could only dream about. At a certain moment in history, more precisely, at the beginning of the 2000s and for the following 10–15 years the U.S. became the leader in digital diplomacy.

This instantaneous reaction to information changed the essence of the old cultural diplomacy. It used to be that traditional exchange programs or international broadcasts would yield results only after months or years, when the reactions of the participants in cultural diplomacy could be assessed through public opinion surveys. Now all that had changed: American participants saw which values were being accepted or rejected by the foreign audience, and this had a significant influence on the messages and content of the programs. In turn, the foreign audience understood which national traits they needed to address in order to do away with old stereotypes and overcome problems.

In 2006 Secretary of State Rice announced that a new official blog called *DipNote* was being launched. The blog was created to raise the transparency of the work of the government and diplomats by highlighting their professional process. This provoked genuine interest

³² Powell C.L. Remarks at NetDiplomacy 2001 Conference. 2001. September 6 // U.S. Department of State. Archive [Electronic resource]. URL: <http://2001-2009.state.gov/secretary/former/powell/remarks/2001/4838.htm> (accessed 15.10.2021).

from the foreign audience, which was able to catch a glimpse of U.S. government structures and have direct contact with diplomats. For the first time in U.S. history, and later in many other countries, societies were being offered alternative sources of information and the chance to discuss important issues of foreign policy and culture. This had a serious influence on public diplomacy. The government, which had been building contact with the foreign public year after year through expensive exchange programs with complex logistics, now was in close contact with an audience of millions.

In addition, several electronic magazines were created (for example, *eJournal USA*, *Weekly Newsletter*, *Student Corner*, etc.). A group of bloggers appeared – the Digital Outreach Team – to maintain dialogue with the most anti-American segments of the foreign audience. These specialists were not “trolls” and they did not use bots. They registered openly in social networks as normal users or discussion moderators. The team explained the conduct of the U.S. in the international arena to users and reacted to disinformation that was disseminated on social networks. These days such an approach would not be surprising, but at the beginning of the 2000s and for several years thereafter the U.S. was the leader in using networks to establish contact and to raise the level of mutual interaction with cultures of various countries.

Digital Diplomacy and Freedom of Access to the Internet

When Barack Obama’ became president, the development of digital diplomacy, or diplomacy based on the use of social networks and the Internet as a whole, went into high gear. The number of accounts by state organs and by government officials in various social networks increased exponentially, and the president’s own Twitter account attracted tens of millions of followers. On his first day as president Obama signed a memorandum on “Transparency and Open Government”, which laid the basis for the active use of electronic technology in diplomacy and government. Obama’s election campaign had been built on the use of the Internet and social networks to interact with voters and to bring the campaign message to millions of people. After assuming office Obama actively used social networks himself and encouraged his aides and government agencies to use them as well.

Digital diplomacy has introduced brilliant innovations, such as the possibility of broadcasting speeches by the leaders of various countries, which has also attracted the attention of millions of citizens. Barack Obama’s speech in Cairo is a prime example of this; through

various channels it reached all corners of the globe. The text of the speech was translated into numerous languages and sent to more than 200 countries. This case has gone down in the history of cultural diplomacy. With this speech alone Barack Obama laid the groundwork for the improvement of America's image in the Middle East and North Africa. With the aid of simple cultural diplomacy projects America quickly regained the trust of the people in various countries. A direct appeal to the broader population instead of just to politicians or foreign governments, as was the practice in social networks, showed the effectiveness of cultural diplomacy. The president and his wife Michelle Obama were appropriate figures to carry out cultural diplomacy. They recorded numerous video addresses, the organized flash mobs or appealed to participants in various events in foreign countries. The president's desire to conduct a dialogue, his understanding and acceptance of social networks as a way to quickly convey his position, raised the importance of digital diplomacy on a daily basis. For example, in January of 2012 President Obama attracted the attention of Internet users all over the world by organizing an online conference using Google+Hangouts. Anyone who wanted to could ask the president a question by sending it to the White House page on YouTube, where they were published, and where people could vote on them. The President answered the most popular questions, sending the authors responses online.

In all, there were 133,163 questions, which received 1,630,199 votes. This event was a vivid demonstration of the possibilities of social networks to establish contact between the president and large numbers of Internet users in other countries, which had never happened before in diplomacy. This contact, moreover, was not in the form of a monolog, like the president's speeches on radio or television, but through dialogue, which quickly broke down barriers and attracted users to American values and showed Americans themselves the users' opinions about the strong and weak aspects of their policies or society. In 2012 the U.S. was still the leader in the use of new technology in the art of public diplomacy. However, it is not President Obama who will go down in history as the founder of digital diplomacy in the U.S. There are many more reasons to give this role to Secretary of State Hillary Clinton. It was Clinton who actively promoted a new philosophy of digital diplomacy, which attracted billions of users and which is still the most widely debated question in world politics: free access to the Internet is an important social value, and digital diplomacy must promote that value. No one has the right to limit access to the world wide web. Clinton often declared that digital diplomacy would promote and defend every citizen's free access to information, and would create new partnerships from the bottom up and laterally.

Events in China had a major influence on the active use of digital diplomacy, and on Hillary Clinton's position. In January 2010 there was an attack on the web pages of Chinese dissidents, after which Google refused to observe China's censorship laws and redirected all users to the server in Hong Kong, ending its cooperation with the Chinese government. This incident attracted the attention of many millions of people to the subject of Internet censorship. Secretary of State Clinton gave an emotional speech called *Internet Freedom* in which she spoke about the freedom promoted by the U.S. against the backdrop of problems that users face in many countries. The speech had broad resonance in American society and in the world and influenced many large information technology corporations to cooperate with the U.S. government in the sphere of cultural diplomacy.

Secretary of State Clinton involved corporations like Google, Facebook, Twitter, YouTube and others in the government's digital diplomacy. In January 2010 their founders promised the Secretary that they would support government initiatives linked to U.S. policies designed to promote American values through social networks. The companies were given the task of mobilizing users with leadership potential, who were negatively disposed towards extremism and authoritarianism, and ready to carry out their ideas in social, cultural and political spheres.

Hillary Clinton, like John Kennedy before her, called on American youth to become social ambassadors, to spread positive information about the U.S., and also to get involved in bringing information technology to other countries:

So my message to you today is this: Be the special envoys of your ideals; use the communication tools at your disposal to advance the interests of our nation and humanity everywhere; be citizen ambassadors using your personal and professional lives to forge global partnerships, build on a common commitment to solving our planet's common problems. By creating your own networks, you can extend the power of governments to meet the needs of this and future generations³³.

In February 2011 Hillary Clinton gave a second speech to students at George Washington University about Internet freedom, which became the basis for the development of digital diplomacy. She once again underscored that Internet freedom is a basic human right in

³³ Hillary Rodham Clinton Remarks at the New York University Commencement Ceremony, Yankee Stadium. New York City. 2009. May 13 [Electronic resource]. URL: <https://2009-2017.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2009a/05/123431.htm> (accessed 15.10.2021).

the 21st century, and that the U.S. was prepared to defend it and call on the entire world to do the same. Thousands of American students went to work disseminating knowledge about how to use social networks to bring people together and to solve social problems. Bringing communication technologies to other countries and raising digital literacy were the new basis for a volunteer movement for digital modernization in the 21st century.

Digital Diplomacy Projects

Internet freedom was the basis for a new and unusual project called *Civil Society 2.0*. This was the interaction between high-tech specialists in the U.S. and representatives from foreign societies in various countries. American experts gave instruction on Internet technology through direct contact with representatives of other countries, covering topics ranging from basic web-page design to methods of directing social media platforms. Virtual platforms and offline instruction allowed many people in foreign countries to study the basics of communication technology and attract a local audience to various problems. Schoolteachers in Zambia, officials of the European Union, representatives of cultural organizations and many other target audiences studied the basics of social networking in TechCamps. After the earthquake in Haiti in January 2009, communications technology began to play a decisive role in the U.S. response to natural disasters. The U.S. assisted in organizing an SMS campaign called "HAITI", which made it possible for Americans to donate to the relief effort using their mobile phones, and which collected more than \$40 million. Moreover, interactive maps were created for relief workers who were distributing resources and rendering assistance.

Within a few years the program had attracted more than 1100 organizations from various countries, who initiated an enormous number of projects in the social sphere. For example, many participants created maps in their countries that showed which venues were wheelchair accessible. This allowed people with limited abilities to get around, and local government got information about which buildings needed to be improved for wider access. A little-known educational organization in Guatemala published a map that showed the location of free education centers all over the country. This project helped people to understand what educational resources they had in their region.

Initiatives aimed at getting girls and women more involved in the life of the community had a special role in these programs. One of the newest programs was called TechGirls, in which girls between the ages of 15 and 17 studied the ways of conveying information through social

networks. In general, it is worth noting that under Hillary Clinton a lot of attention was devoted to the role of women in politics, and numerous forums and other projects were organized with this goal. Projects linked to cyberspace bring together institutions, technology and technically-oriented volunteers working together to raise digital literacy, to increase the influence of information technology in spheres of social life. However, such digital diplomacy did not replace traditional methods of “face-to-face” communication; it brought cultural diplomacy into new spheres of direct communication with new audiences.

Two of Hillary Clinton’s aides organized the main digital projects: Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs Judith McHale and Senior Advisor for Innovation Alec Ross. Former president of the Discovery Channel, McHale successfully promoted the idea of placing on the Internet all American radio and television channels that broadcast to other countries. She was also the author of the Exchange 2.0 project, which contains a series of additional elements that make it possible to strengthen and broaden U.S. ties to citizens of other countries that participate in exchanges.

Alec Ross, Senior Advisor for Innovation, played a main role in introducing new technology into the day-to-day lives of many people all over the world. Ross was and is an avid supporter of the creation of a new dimension in international relations – digitalization. As Alec Ross said in his lecture delivered at MGIMO (Moscow State Institute for International Relations) in 2011, modern world politics spreads in virtual space and the future world order depends on the position of social network users. He called on all social networks to cooperate to gain a realistic concept of each other, and to establish relationships of genuine trust.

This approach led to the creation of a large number of personal pages in social networks by U.S. officials. The most popular platforms on which to place government information were Facebook and Twitter. White House staffers, State Department and Pentagon officials, congressmen, the U.S. president, his press secretary and many others created their own open accounts on a given platform to inform the world of events that needed attention, and to give answers to questions arising on social networks. By 2012 there were already around 300 Facebook pages, 200 Twitter accounts and 125 YouTube channels, as a result of which members of the U.S. government had more online profiles than any other country in the world. More than 30 million people all over the world became subscribers.

The Office of Web Engagement was created to manage the government pages on social networks, including Facebook *accounts eJournal USA, Democracy Challenge and CO.NX*. The pages are in foreign languages such as Arabic, Chinese, Farsi, French, Russian and

Spanish. Another mechanism responsible for government media platforms was the Digital Communications Center. The most important government pages were under its oversight: the official blog *DipNote*, official Twitter accounts (@StateDept) and Facebook. The team maintained government profiles in Arabic, Chinese, Farsi, French, Hindi, Portuguese, Russian, Spanish, Turkish and Urdu. One of the most popular platforms among foreign audiences was *CO.NX*, which combined the functions of a direct streaming video and an interactive chat, and provided access to web broadcasts on various topics conducted by experts and allowing participants to discuss the event on the broadcast site using their Facebook accounts.

Today U.S. cultural diplomacy and its digital component are concentrated in the Office of eDiplomacy, and the most famous projects include:

Diplopedia wiki	TechCamp
Communities @ State blog	Enterprise Search
Corridor	Idea Exchanges
Virtual Student Foreign Service	Virtual Presence Posts (VPPs)
Tech@State	Collaboration Clearinghouse

All of these sites and chats allow the U.S. government and ordinary Americans to interact directly with the target audience without various middlemen such as foreign governments or bureaucrats, and also without having to sign various documents that often serve to impede cultural diplomacy. For example, in 2012 the U.S. Embassy in Pakistan arranged a competition to create a logo for its Facebook page. This event not only attracted the attention of the target audience, allowing it to participate in the process, it also facilitated mutual understanding and contact. Embassy staffers got help in designing the page and established greater trust with the participants. The participants, for their part, since they were engaged in the process, transferred their positive emotions about their work to the U.S.

Another example is the project to develop a Facebook page on the occasion of Barack Obama's visit to Indonesia. Discussions were organized, various events, a lot of information about the visit was circulated, and was supported by many residents all over Indonesia (not only in Jakarta). Progress was quite rapid in February 2010 there were around 50,000 users who "liked" the page. By April 2011 there were more than 315,000. Online portals in Indonesia were activated to popularize the president's visit, as well as Internet banners, YouTube and Twitter. Obama's visit was very successful, a large number of agreements were signed in the economic and cultural spheres. In December 2011 a virtual embassy was opened in Tehran, with which Washington did not

have diplomatic relations. The project created the chance to have direct contact with the population of Iran and to support strong, direct contact between nations. This was a bilingual information center dedicated not only to U.S. politics towards Iran but to American culture and society in general. Digital diplomacy makes it possible to pay attention to and establish dialogue with groups in a foreign society that may never be able to participate in exchange programs. Social networks allow all voices and opinions to be heard. This is a purely American approach, reflecting American values: everyone has, as Viktor Tsoi sang, “room to take a step forward”. An example of this is the website Global Voices. The site is an international information network that brings together bloggers, translators, analysts and citizen journalists, who gather, analyze and broadcast information from the blogosphere, from independent media and media platforms regardless of their geographic location. Global Voices is a private project, established by American bloggers who wanted to elicit the opinions of a wide range of citizens from foreign countries on various questions, and bring them to the attention of the world. Translators from various countries translate the posts into accessible languages. One of the main distinguishing characteristics of the project is its multi-lingual nature. The team publishes the information in English and translates articles into more than 30 languages.

Digital diplomacy can penetrate areas where traditional programs cannot, due to various political conditions. For example, two Chinese social platforms – Weibo and WeChat – are places where U.S. cultural diplomacy can be applied, and in Chinese. Through such social media American participants disseminate their own positions, bringing them to 2,5 million subscribers in the People’s Republic of China. An analysis of the posts published allows us to identify the following themes that are most often discussed by Chinese audiences:

Table 1

Content of information on the official U.S. profile in China on Weibo

Post Content	Quantity (%)
Official Announcements	33,2
Education in the U.S.	16,8
Events at the American Center in Peking	13
American society	9,4
Learning English	6,8
US History	5,3
Visa to the U.S.	2,5
US Tourism	2,3
Human Rights	1

From the *Table* we can see that official announcements and the details of how to obtain an American education are the most popular themes in the posts. Sensitive topics like human rights are rarely discussed. The posts also convey American values such as the spirit of freedom, pragmatism, national pride, cultural diversity. The platform was effective in establishing a direct link between the American and Chinese populations. There were open topics for discussion, which drew many Chinese citizens. For example, Vice President Mike Pence earns engendered heated discussion among the network's users. The U.S. profile on WeChat broadens the cultural component in communication. The posts inform the public about open lectures and disseminate information explaining the American national character. Education in American universities, the U.S. educational system, life, politics and culture in the U.S. are the most attractive topics for the Chinese audience. Chinese youth use the platform for direct contact with American students, asking questions of their contemporaries and receiving answers. The profile also publishes information about film showings, featuring famous American movies. In this manner the pioneers of digital diplomacy and millions of users, who may have been unaware of the import of what they were doing, in a short period created something that traditional cultural diplomacy had been trying for 100 years to achieve: a rapid of way of keeping each other informed, a quick way to establish dialogue and the formation of a wide circle of supporters.

In official documents and among experts this policy of cultural diplomacy came to be called *engagement*. It presumes broad and active contact with the target audience, which was excluded from traditional U.S. cultural diplomacy programs. Digital diplomacy, moreover, resolved the old problem of *monologue*, i.e. the unilateral dissemination of information, switching to *dialogue*, which provides for feedback and the ability for the U.S. to react quickly to public opinion as it takes shape among users on the network. There is dialogue with prominent Americans – politicians, stars of stage and screen, scientists and ordinary Americans, who also actively participate in discussions and in disseminating information on social networks. Many countries have followed in the US' footsteps in conducting cultural diplomacy, adopting various technologies and methods. However, they have given their cultural diplomacy a different content, which has led to unexpected developments and new challenges in cyberspace. Instruments of soft power are now being replaced by "sharp power" methods. The newest and most important direction is the use of artificial intelligence in cultural diplomacy. It turns out that it's not posts and Tweets that have an effect on the target audience, but the chain of commentary published

underneath. It's in the commentary that the political landscape of the country and its people can be found.

It is here that the convictions and the slogans are posted, and it is here that governments have a major opportunity to influence users. Artificial intelligence, and only artificial intelligence, can create a large volume of data, send it to target audiences, and, most importantly, react to commentary and give exact, vivid and convincing answers on social networks, which is very important during information campaigns. For this reason, the use of artificial intelligence in digital diplomacy represents a new stage. The creation of *chatbot 24/7/365* using artificial intelligence replaces not only hundreds of staffers in digital diplomacy departments but brings into the discussion millions of Internet users in all the languages of the world.

Further Reading

- Chitty N., Hayden G.* The Routledge Handbook of Soft Power. London; New York, 2017.
- Cull N.* Public diplomacy: foundations from global engagement in the digital age. Cambridge, UK, 2019.
- Mapping Russian Twitter. Berkman Center for Internet and Society. Harvard Law School, 2012.
- Ross A.* Industries for Future. New York, 2017.
- Tsvetkova N.* Dealing with a resurgent Russia: engagement and deterrence in us international broadcasting, 2013–2019 // Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations. 2019. Vol. 12. No 4. P. 435–449.
- Tsvetkova N.* Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power? // Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice / Ed. by A. Velikaya, G. Simons. London, New York, 2019. P. 103–117.
- Tsvetkova N., Kheifets V., Sytnik A., Tsvetkov I.* Venezuela in U.S. public diplomacy, 1950s–2000s: the Cold War, democratization, and the digitalization of politics // Cogent Social Sciences. 2019. T. 5. № 1. P. 1–25.
- Tsvetkova N., Rushchin D., Shiryayev B., Yarygin G., Tsvetkov I.* Sprawling in cyberspace: Barack Obama's legacy in public diplomacy and strategic communication // Journal of Political Marketing. 2020. Vol. 5. No 1. P. 1–17.
- Tsvetkova N.A.* Soft power and public diplomacy // Russia and the world: Understanding international relations. Latham, Maryland, 2017. C. 231–252.
- Twiplomacy [Electronic resource]. URL: //https://twiplomacy.com (accessed 15.10.2021).

Electronic Resource

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Lecture 10. Different Faces of Data-Driven Diplomacy: The U.S. and the World

Introduction

The U.S. has introduced digital diplomacy to other countries that has improved their way of interacting with their target audiences via the Internet. Mankind is in an age of digitalization, with the Internet and social media increasingly influencing the international political environment. It has three dimensions: cybersecurity, related information security, Internet governance, and digital diplomacy, which are called data-driven diplomacy. The latter is directly linked to the public diplomacy of many countries and has either a negative or positive impact on each other.

Data-driven diplomacy uses sharp power and cyber-power tools. Sharp power is a state's ability to influence an international audience by manipulating information to destabilize other countries' political systems, while cyber power is a state's ability to influence other countries using so-called big data. Unfortunately, these two powers have become the basis of digital diplomacy in many countries. To understand the multifaceted nature of digital diplomacy, in which the U.S. and various countries around the world have been involved, it is necessary to focus on several important issues.

Sharp Power and Data-Driven Diplomacy: Engaging with Audiences Through Cyberspace

We have already mentioned that the U.S. developed digital diplomacy mechanisms to meet the challenges of public diplomacy. However, other countries have expanded their apparatus and resources. Today, the leaders in the field of data-driven diplomacy are not only the United States, but also France, Germany, China, Iran, and Russia. They apply the Internet for foreign and cultural policy more effectively than other states, introducing such a widely known phenomenon as Twiplomacy or Weiplomacy. They learned how to use big data to influence the target audience and used elements of sharp power. These

states were the first in the world to build digital diplomatic capacity by investing huge resources in innovative projects. However, because of their diverse political cultures and values, these countries have introduced a diversity of new approaches to Internet diplomacy that then spread around the world.

Initially, digital diplomacy was often used to draw the attention of foreign citizens to a state's culture, traditions, and language and to promote a positive image. For example, France adopted a specific approach to promote its culture and create a positive global image. Paris implemented digital diplomacy programs under the slogan of promoting *francophonies*, and its projects were aimed at foreign audiences interested in the French culture and language. The audience was mostly students, high school students, and young people learning French to develop their careers. Institutes of French diplomacy, such as *Institut Français* and *Alliance Française*, maintained different Internet pages in many countries around the world. The social media groups declared quite clear about the goals of French public diplomacy:

You want to learn French, read new novels published in France, watch a film, you are interested in theater, music, dance, and fine arts, and want to understand better how life in France was at the beginning of this century. The French Institute is here to accommodate you.

Most social media publics invite users to write in the French language; hence, digital diplomacy is aimed at people who are already interested in French culture.

Digital diplomacy is also a means of rebranding a nation. Germany was the founder of the idea that it was possible to change the image of a country through social media. Germany's new brand as a country for innovative ideas and activities has been promoted through social platforms. A digital information campaign called *Germany is the Land of Ideas*, which aims to overcome the negative historical memory of Germany and solve the concrete economic problems of attracting new, highly qualified people from other countries. Various accounts and advertisements appeal to users with slogans, such as *Germany is the best economic partner*, *Germany is the land of high culture and attraction*, and *Germany, like a diamond, has numerous facets*. YouTube plays a special role in promoting Germany's branding. This platform has the largest number of commercials in Germany. For example, the video titled *Germany – Land of Ideas* combines Germany's cultural heritage (music and literature) and new technologies in industry, medicine, science, and education. The video does not have a voice, but the visuals lead viewers to believe that Germany is an advanced country,

with a high-tech economy and industry. Similar videos disseminated by the German government on various websites have helped create a new brand of Germany as a progressive, innovative, and reliable state.

China uses social media as a means to promote its new brand of global and peace-loving power. Digital diplomacy convinces social media users that China is striving for harmony within its society and in the world at large. Through the promotion of these ideas, the government is trying to change the negative perception of China as a totalitarian state in which human rights are trampled, offering foreign audiences a more positive view of the Chinese society. The development of Internet television and radio channels is imperative for digital diplomacy in China. For example, a special project called *China's Change through the Eyes of Foreigners* is dedicated to promoting China's positive brand. While discussing some issues, foreign politicians and diplomats convinced the foreign public of the peaceful nature of China's development. Troubling problems related to Tibet and Taiwan are completely veiled or presented to the international public in a positive light. For example, Chinese Internet television shows ethnic groups from Tibet receiving schooling in the cities of China, which convinces viewers of the government's "policy of multiculturalism".

Many countries look for rebranding their nations through social media, but they use new technologies in different ways. While European countries, China, and Russia rely on internet television, Finland, for example, came up with the idea of national emoticons. In 2015, emoticons and ideograms (emojis) about Finland's national characteristics and nature were created and launched online to reinforce the country's attractive image. The emoji illustrates the nature and special character of the Finns (slowness, taciturnity, and secluded lifestyles). Unexpectedly, these symbols and emoticons gained worldwide recognition and became one of the top trends on Twitter platforms, gaining three million views in just a few days. At the end of the year, they were among the most popular events that occurred in the world in 2015 according to Times Magazine, as well as publications such as *CNN*, *the Guardian*, *Washington Post*, *BBC*, *Fox News*, *AP*, *Reuters*, and *Huffington Post*. More than 154 million users of the network used Finnish emojis, and the creators earned approximately four million euros. This approach proved to be more effective and less costly than the operation of expensive international broadcasting channels; however, with the emergence of new tools embedded in social platforms, such as microtargeting, digital diplomacy is taking an increasingly sharp approach. Many states often apply cyber power for digital deterrence. In a more rigorous format, digital diplomacy can

be used as a means of deterring the spread of unwanted values and propaganda in a country, what is now called “weibo diplomacy” after the namesake of the largest social network in the world, the Chinese network Weibo. Weiplomacy is a combination of the policy of shaping a sovereign Internet and the point-by-point closure of sites or the elimination of unwanted posts. It is now recognized that shutting down the Internet in a country or creating a wall (firewall) is expensive and unproductive. However, to protect the state from threats or to limit citizens’ access to certain information, digital technology allows the establishment of the so-called sovereign Internet. This practice was first introduced in China and is now used by many states. It allows, on the one hand, combatting cyberterrorism, but, on the other hand, restricts the access of citizens to information.

Iran is also an example. The policy of digital confrontation with Western countries is the basis of the country’s digital diplomacy, and one of its tools is the containment of American and European TV and radio channels in the territory of the Republic of Iran. This is done by blocking the broadcasting of well-known and popular American channels such as the *VOA Persian Service* and *Radio Farda*. However, despite the Iranian government’s attempts to block these channels from broadcasting, they managed to reach the ears of Iranian citizens by increasing the number of satellites, moving the source of the radio signal, and creating special applications for cell phones and smartphones. As of 2017–2018, approximately 12% of Iranians had listened to or watched U.S. radio and television channels on a weekly basis. Despite the blocking of *Radio Farda*, 11.4 million Iranians visited their website monthly for a population of approximately 75 million people in Iran today. Iran is one of the leading countries in consuming news from the U.S., despite attempts to create a sovereign Internet.

Countries use digital diplomacy as policy advocacy for foreign policy. Examples include Russia, China, the United States, and the European Union. Russian digital diplomacy as a method of influencing the target audience in foreign countries with the help of social networks and the Internet has more than 10 years of history. Its official starting point can be considered to be 2012, when the Russian Ministry of Foreign Affairs announced the establishment of its first official account on YouTube. However, Russian digital diplomacy existed before in terms of the well-known Twitter diplomacy of international broadcasting channels and personal accounts of government officials. Nevertheless, unlike countries such as the United States, France, Germany, Iran, and China, which quickly developed digital methods of public diplomacy and became global leaders in shaping public opinion in target countries, Russian digital diplomacy did not make much use

of the Internet as a foreign policy tool until 2015. However, Russia has become an offensive digital power over the years.

New methods and algorithms have changed global information activities and the digital diplomacy of many states. Such methods include criticism of the political system and way of life of a target foreign country and the aggravation (amplification) of opposing opinions or information on a certain problem of state development. The most illustrative example is Assange's talk show (*The World Tomorrow*) on the RT channel in which politicians, scientists, and experts from the left and right ideological wings participated. The show attracted viewers who were dissatisfied with the sociopolitical situation in Western countries. Moreover, Russia aired information about various opposition and protest movements on a large scale, making Russia's international broadcasting in general and the RT channel one of the most popular in the world. The hashtags #Anonymous, #OccupyWallStreet, #OccupyChicago, and #Ferguson, related to the movement against financial institutions or certain domestic political problems in the United States, proved to be a significant element of the channel's social media policy. Russia has become one of the strongest centers for shaping public opinion on the silenced or poorly reported problems of foreign countries. For example, documentaries on the Occupy Wall Street Movement revised the public discourse on how such protest movements should be treated. Russia promoted the movement as a revolution against the elite, while the U.S. political and economic system was described in such terms as "corrupt" and "controlled by corporations", which could not be changed democratically, but only through revolution.

Anti-Americanism in terms of Soviet memory became visible not only in the content of programs but also in TV commercials and posters. The Soviet technique of "what about you?", known in expert circles as *whataboutism*, is frequently used in Russian information campaigns. For example, the most famous advertising poster contained the question "what about American foreign policy in Iraq?" and figure of the former Secretary of State C. Powell answered this question: "The Iraq war: no weapons of mass destruction, 141,802 deaths. This is what happens when there is no second opinion" (this is what happens when there is no second opinion. Iraq War: No WMDs, 141,802 civilian deaths. Go to RT.com for the Second opinion). Later, the information campaigns became much sharper³⁴. For example, RT's famous film about protests in the U.S. after the election of President D.

³⁴ *Tsvetkova N.A.* Soft Power and Public Diplomacy // Russia and the World: Understanding International Relations, Latham, 2017. P. 231–252.

Trump called *Cultures of Protest*. Such projects, even if they provided true facts, undermined public consensus in foreign societies about how such issues should be discussed in the local media.

Undoubtedly, such digital and traditional information diplomacy mattered into the hands of populists, radical right- and left-wing movements, and the effectiveness of Russian activities was due to surprise. European and American countries were not ready for Russian information activities. The first reactions were alarmist statements under the well-known traditional slogans “The Russians are coming”. This was followed by more elaborate information projects involving the reactive criticism of Russia’s political and economic lives. For example, the Russian-language account of the German channel *Deutsche Welle* created a satirical cartoon show called *Zapovednik*. Characters portray members of the Russian political establishment reacting to current events in foreign and domestic politics. The use of computer game technology has attracted the attention of young people. Today, it is gaining popularity in the post-Soviet countries. Methods focused on criticizing political life in foreign societies can also be seen in posts on the Russian-language account of the Radio France International Channel (@RFI_France). A few years ago, the account was a collection of news articles about French culture. Today, however, the channel has switched to broadcasting and commenting on political events in Russia, demonstrating a new shift in digital diplomacy

Consequently, all leading countries, in one way or another, are involved in information campaigns to denigrate each other’s political establishment and political systems. Criticism of individual politicians and the highest political establishment, highlighting failures in the political, economic, and social development of society, has become an important part of the public diplomacy of many countries. Digital diplomacy as a soft instrument for conveying information or creating mutual understanding exists, but it has become a second track in the current context.

Amplification of opinions on political issues is another significant tool in contemporary digital diplomacy. Many states have realized the effectiveness of interacting with different political entities to advance their own agendas. For example, during the 2016 U.S. presidential election campaign, digital projects that deliberately broadcasted a polarized understanding and assessment of social and political issues were identified. Examples include the protection of minority rights in the U.S. or the protection of the country from the influx of illegal immigrants. Online communities, such as *Secured Borders* and *LGBT United*, production of which was attributed to Russian bloggers, promoted opposing values.

The effectiveness of digital information activities in many countries has been demonstrated in the context of Internet digitalization. The effectiveness of many countries' digital information activities, which are measured by the breadth of the audience and the depth of information penetration among users, depends on understanding the demands of the target audience. Various studies show that the best way to engage users in discussions is to distribute posts to those who are interested in or understand the issue. If a social media post reflects the opinions of a certain number of users or is similar to a post that users have already read, users tend to agree with the post. Moreover, these users will become active disseminators of information, further convincing others that they are right and exacerbating the problem. An example is information campaigns of *Secured Borders*. Some posts were devoted to the need to protect the borders of the United States from illegal immigrants, while another portion demonstrated all the hardships and deprivations of those who are illegal residents in the United States. The public group expressed two opinions on the issue that consequently led to an intensified discussion of the problem in mainstream media and had an impact on voter behavior.

This is politicized digital diplomacy, and YouTube has proved to be the most effective tool for influencing target foreign audiences. Neither bots, trolls, nor large-scale advertising campaigns of international broadcasting reach the ears or eyes of the target audience as videos produced by citizen journalists. Visualization of posts and tweets proved to be the most effective way to influence them. Videos of protests and the domestic life of marginalized groups have become the most effective methods of digital diplomacy. An increasing number of users from different social groups have turned to this platform to search for video news, ignoring standard television. For example, the *RT/RTAmerica* received more views on YouTube than Twitter or Facebook.

The promotion of a hashtag that reveals the essence of an issue is another method that has become part of the strong arsenal of digital diplomacy. For example, RT and other outposts of Russian digital diplomacy duplicated the hashtags of WikiLeaks, reflecting the problems of political life in the United States. Here, we cannot recall the story of the #podestaemails hashtag, which promoted Hillary Clinton's correspondence during the presidential election. The declassification of this correspondence uncovered sensitive information about Hillary Clinton in terms of her intention to press on her political opponent Bernie Sanders during the primaries. The *disclosure* and online publication of hacked documents to hurt opponents became part of digital diplomacy and became known as disclosure campaigns. The

hashtag was so destructive that Twitter decided to remove it during the summer of 2017. On the one hand, this move created a new dilemma in global digital diplomacy regarding the control of political information on social media: Do companies have the right to remove political information as they see it as fit? However, this has also raised the question of establishing general rules to stop cyberattacks and hacking in digital diplomacy.

Social media allows the distribution of political advertisements based on users' political preferences. Skillful targeting by users creates opportunities for targeting and effective influence, as denoted by the term social media filtering. The structure and built-in functions of the platforms provided unlimited opportunities to find opinion leaders, influencers, their social connections, and political preferences, whereas advertising allowed informational pressure on large populations. In other words, social media has shaped the tools of digital diplomacy and given some countries a unique opportunity to quickly and effectively influence members of the political establishment. Digital diplomacy has enabled the mobilization of potentially loyal citizens around certain values. This mobilization does not take place around abstract ideas of mutual understanding between nations but around very specific problems marked by specific hashtags. For example, the problem of police–citizen relations in the U.S. was disseminated by numerous pages with the hashtag #dontshoot gathering millions of Americans around it and creating conditions for throwing any message that could change the behavior of followers.

Just a few years ago, the use of bots – the automatic spreading of information – was not rated too highly from a moral standpoint. After discussing the possibility of using artificial intelligence as a means of communication with users and responding to possible negative comments under a post on social networks, the use of bots is no longer considered immoral. All countries make extensive use of these opportunities because the social networks themselves provide them. For example, the correct use of a bot on Twitter creates conditions for a certain news item to be included among the top news items (trending news) and reaches millions of users. Top stories usually end up on pages of traditional media that accelerate the dissemination of information to the most traditional segment of consumers via printed materials or television. One of the first projects to use bots was the Chinese government's project to obtain information on the situation in Tibet. In 2011 and again in 2012, the hashtag #tibet on Twitter opened a huge number of posts containing spam or false information. The Chinese government then used this technology to dissolve real posts about the situation in turbulent provinces of China. The approaches to digital di-

plomacy aimed at criticizing, polarizing, and destabilizing political life in another country are labeled by analysts with a “minus” sign. However, despite criticism from various stakeholders, all these methods have raised the question of the serious political and ethical significance of social media and the need to revise the policies of various companies in the distribution of political advertising and its control. These methods have become commonplace and have been incorporated into digital diplomacy toolkits in various countries.

Finally, digital diplomacy is the twiplomacy or personal digital diplomacy of officials. This is another trend in modern digital diplomacy, which could have been placed in the toolkit of soft digital diplomacy a few years ago. However, owing to escalating information confrontation, twiplomacy now occupies a niche as one of the sharpest tools of Internet diplomacy. Today, presidents and prime ministers of various countries have entered cyber competition to attract a global audience of users. A variety of rankings show the popularity or influence index of famous politicians. Twiplomacy (www.twiplomacy.com) is the most popular source. It shows trends in the behavior of the officials of states in social networks. Social platforms have increasingly become a place for provocative statements of the officials of states and the center of political decision-making that might create the effect of ambiguity and show. This destabilizes citizens, which, in fact, is an element of the digitalization of world politics.

With the arrival of the Trump Administration, twiplomacy has increased its popularity around the world. As an eccentric personality, the president did not pay attention to official public diplomacy policy. He relied on his own public diplomacy: the promotion of his image and emotional communication with supporters through social networks are seen by the president as the main tools of digital diplomacy president often gave unflattering evaluations of foreign leaders, published statements about the dismissal of employees, and even described the vicissitudes of the foreign-policy decision-making process. Many experts have pointed out that Trump’s digital diplomacy cannot last long. However, provocative statements only increased the number of followers and had a noticeable impact on all other top heads of state, who began to stir up emotions with their posts. For the first time, public diplomacy or the policy of shaping the image of the president and the country has lost its main thing: a clear definition of the strategy and the target audience. In a world where the number of information channels will soon equal the number of inhabitants of the planet, does it make sense to search for one’s target audience and choose the right message? Would it not be more effective to play on the emotions of a crowd?

The American president's digital diplomacy has been followed by many of the top leaders of the state, who have become emotional and sometimes provocative in their social networks. The information confrontation of many politicians in the cyber environment affects the preferences of opinion leaders and the general public. For example, there was a protracted political crisis in Venezuela between the supporters of President N. Maduro and supporters of self-proclaimed President J. Guaido moved from the streets to the internet. Both leaders mobilized the resources of their personal digital diplomacy, making daily blasts of information and seeking support from the public. At first, J. Guaido significantly outpaced N. Maduro's tweets in popularity. However, the situation was not stable, and sometimes N. Maduro was again more popular than his opponent. The political life of the country was manifested in the exchange of tweets between the two politicians, and supporters and opponents struggled politically in social networks that were more active than on traditional broadcasting channels or in the streets.

Cyberpower: Big Data in Data-Driven Diplomacy

Big data and algorithms are changing digital soft power daily. Knowing how millions of users perceive information about an event through social media opens up broad, but poorly understood prospects for interaction, information detection, and influence.

Automated (machine- or computer-based) methods for analyzing large clusters and small fractures of the Internet are roughly divided into three large groups: The first group is classification, clustering, and thematic modeling, the second group is sentiment analysis and opinion extraction, and the third group is object and fact extraction. However, they can be combined depending on the objectives of foreign policy and diplomacy.

The first group of data analyses measures the effectiveness of messages or posts. It uses algorithms that work with texts and determine the relevance and influence index of a particular topic or post for a particular audience. This allows experts to develop the most attractive and influential slogans and messages in digital diplomacy.

The second group is sentiment analysis (opinion detection), which is an analysis of text tone. Sentiment analysis allows us to divide messages into negative and positive, which makes it a powerful tool for evaluating the perception of neglected posts in social networks, as well as for studying users' attitudes toward specific problems. The

algorithm assigns a tone score to a text by comparing its vocabulary composition with that of a thesaurus, in which words are manually categorized as positive or negative. However, the concept of “positivity” and “negativity” in social media is ambiguous, which requires careful attention to opinion typology and subject matter. To obtain more accurate results, tone assessment tools need to be refined and adapted to the challenges of digital diplomacy. In addition to opinions, similar tools can be used to identify extremist texts, hate speech, propaganda, etc. among Internet texts. The sentiment analysis method is well-suited for research on hot political topics.

The third group of data analysis methods deals with object and fact extraction. In object extraction, one first examines what words and phrases point to it and then determines how to automatically relate the relationships or topics of interest to the object of interest. Objects can be persons, organizations, place-names, etc. This group of methods can be used to analyze certain aspects of soft power promotion on social media and to provide quick and point-by-point feedback on important developments.

All the states that engage in digital diplomacy actively work with big data extracted from social media in three conditional stages: data collection, analysis, and visualization.

Data collection (mining) was conducted using one or more social media resources. The data are preprocessed, and relevant information is extracted. In subsequent analysis, the data were filtered and structured. After summarizing the results of the data analysis, they are presented as graphs or tables. However, various challenges remain in creating accurate information for effective digital diplomacy. The data cannot provide an accurate picture of what is going on, but rather help detect patterns and malign activities, in particular. For example, partly based on the Twiplomacy dataset, the researchers found that the main reasons for world leaders to carry out digital diplomacy on the largest social networking platforms Facebook and Twitter are more often upcoming elections (attracting the electorate) and social unrest in the country. Machines cannot fully replace humans, and the most effective approach is a combination of manual and automatic text analysis. It is still impossible to identify the best method of analysis because each method or set of methods must be tailored to the available dataset. Finally, any result obtained with the help of automatic methods of analysis of large datasets must be confirmed with the help of other methods, such as experiments and statistical data. This requires financial resources, creative specialists, and innovative technology.

In Lieu of Conclusion Artificial Intelligence: The End of Cultural and Public Diplomacy?

However, the most important and new trend in digital diplomacy is the use of artificial intelligence technology. Experts have concluded that today public diplomacy and soft diplomacy have turned into computer propaganda carried out by bots, trolls, etc., called machine-type communication tools. The scale of use of various computer programs to disseminate information has become enormous. Many countries, politicians, and corporations use a system of code to disseminate information to their target audience. However, bots are no longer the most reliable tool because this technology does not allow for effective discussion with social network users.

It turned out that it is no longer the post or tweet that has an impact on the target audience, but the string of comments posted under the post. It is in the comments that what can be called the political landscape of the country and its population is hidden. It contains slogans and beliefs and opens up wide opportunities for the state to influence users' opinions.

Artificial intelligence can create large volumes of data, direct it to target audiences, and most importantly, respond to comments and provide accurate, vivid, and convincing responses in social media, which is very important during information campaigns. Therefore, the use of artificial intelligence in digital diplomacy is a new stage. The creation of the AI chatbots is not only replacing hundreds of employees in digital diplomacy departments but also draws millions of Internet users in all languages into discussions.

Further Reading

- Bjola C., Pamment J.* Countering Online Propaganda and Extremism: The Dark Side of Digital Diplomacy. New York, 2018.
- Manor I.* The Digitalization of Public Diplomacy. New York, 2021.
- Manor I., Bjola C.* Public Diplomacy in the Age of 'Post-Reality' // Public Diplomacy and the Politics of Uncertainty / Ed. by P. Surowiec, I. Manor. London, 2019. P. 111–143.
- Manor I.* A Vocal and Volatile Online Public // The Digitalization of Public Diplomacy. Cham, 2019.
- Tsvetkova N., Sytnik A., Grishanina T.* Digital International Relations: Uncertainty, Fragmentation, and Political Framing // The Rout-

ledge Handbook of Russian International Relations Studies / Ed. by M. Lagutina, N. Tsvetkova, A. Sergunin. New York; London, 2023. P. 381–395.

Tsvetkova N. Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power? // Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice / Ed. by A. Velikaya, G. Simons. London; New York, 2019.

Tsvetkova N. Russia and the World: Understanding International Relations. London; New York, 2017.

Electronic Resource

See the videos at: <https://edu.amc.ru/courses>

Об авторах

Журавлева Виктория Ивановна, доктор исторических наук, профессор, завкафедрой американских исследований факультета международных отношений, политологии и зарубежного регионоведения Российского государственного гуманитарного университета, Москва, Россия.

Морозова Ирина Васильевна, доктор филологических наук, профессор кафедры сравнительной истории литератур, Институт филологии и истории Российского государственного гуманитарного университета, Москва, Россия.

Окунь Александр Борисович, кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей истории и международных отношений Самарского национального исследовательского университета им. академика С.П. Королева, Самара, Россия.

Панов Антон Сергеевич, кандидат исторических наук, доцент кафедры американских исследований факультета международных отношений, политологии и зарубежного регионоведения Российского государственного гуманитарного университета, Москва, Россия.

Прокопенков Георгий Юрьевич, кандидат исторических наук, выпускник историко-филологического факультета РГГУ по программе американистики (специалист по истории, культуре и литературе США), в настоящее время сценарист и продюсер теле- и интернет-проектов, Москва, Россия.

Цветков Иван Александрович, кандидат исторических наук, доцент кафедры американских исследований факультета международных отношений Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия.

Цветкова Наталья Александровна, доктор исторических наук, Ph.D. (Social Sciences), профессор, завкафедрой американских исследований факультета международных отношений Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия.

About the authors

Zhuravleva Victoria I., Dr. of Sci. (History), Professor, Chair of the Department of American Studies, Faculty of International Relations, Political Sciences, and Area Studies, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia.

Morozova Irina V., Dr. of Sci. (Philology), Professor at the Department of Comparative Studies of Literature, Institute for Philology and History, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia.

Okun Aleksandr B., Cand. of Sci. (History), Associate Professor at the Department of World History and International Relations, Faculty of History, Samara National Research University, Samara, Russia.

Panov Anton S., Cand. of Sci. (History), Associate Professor at the Department of American Studies, Faculty of International Relations, Political Sciences, and Area Studies, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia.

Prokopenkov Georgy Yu., Cand. of Sci. (History), graduated American Studies Program at the Faculty of History and Philology of the Russian State University for the Humanities, at present is a screenwriter and a producer for TV and Internet shows, Moscow, Russia.

Tsvetkov Ivan A., Cand. of Sci. (History), Associate Professor at the Department of American Studies, Faculty of International Relations, St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia.

Tsvetkova Natalia A., Dr. of Sci. (History), Ph.D. in Social Sciences, Professor, Chair of the Department of American Studies, Faculty of International Relations, St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia.

Discover the United States of America: Lecture Courses: In two books. Book 2 / Zhuravleva V.I., Morozova I.V., Okun A.B., Panov A.S., Prokopenkov G.Yu., Tsvetkov I.A., Tsvetkova N.A.; Ed. by V.I. Zhuravleva. Moscow: RGGU/RSUH, 2023. 1 PDF file: 1172 p. Text: electronic.

ISBN 978-5-7281-3096-3

ISBN 978-5-7281-3098-7 (Book 2)

These lectures both in Russian and English languages have been prepared by American Studies specialists from the Russian State University for the Humanities, St. Petersburg State University, and Samara University. Instead of a dichotomic picture of the U.S. past and present, the authors offer their readers a frank conversation about America's journey along the path of self-improvement that is still far from being complete; they also discuss the merits and faults of the American development model in its various dimensions from inter-racial and inter-ethnic relations to relations between individual, society, and authorities, to history of technologies and business, to its fiction, literature, and consumer culture with their distinct flair. The advantage of these lectures is that, instead of being structured chronologically, they adopt a cross-cutting subject-based temporal approach, which helps readers form an integral view of the main trends in the development of America, a country with many faces. The material is presented in an easily accessible form and supplemented with a bibliography, videos, and podcasts, making these courses appealing not only for regional studies and international relations students, but also for a broad readership interested in developing an objective understanding of what Americans are and what the United States of America is.

Открой Соединенные Штаты Америки: Курсы лекций: В 2 кн.

О-83 Книга 2 / Журавлева В.И., Морозова И.В., Окунь А.Б., Панов А.С., Прокопенков Г.Ю., Цветков И.А., Цветкова Н.А.; Под ред. В.И. Журавлевой. М.: РГГУ, 2023. 1 файл PDF: 1172 с. Текст: электронный.

ISBN 978-5-7281-3096-3

ISBN 978-5-7281-3098-7 (Кн. 2)

Лекции на русском и английском языках подготовлены профессиональными американистами РГГУ, СПбГУ и Самарского университета. Авторы предлагают вниманию читателя не дихотомическую картину прошлого и настоящего США, а честный разговор о том, как эта страна двигалась по пути самосовершенствования, который далек от своего завершения, о достоинствах и недостатках американской модели развития в ее различных составляющих, начиная с межрасовых и межэтнических отношений, взаимодействия между человеком, обществом и властью, историей технологии и бизнеса и заканчивая своеобразием литературы, массовой популярной и потребительской культуры. Бесспорное достоинство курсов состоит в том, что они опираются не на хронологический, а на сквозной проблемный принцип, способствуя формированию у читателя целостного представления об основных трендах развития многоликой страны.

Изложенный в популярной форме материал, который сопровождается списком литературы для дальнейшего изучения, видеороликами и подкастами, будет интересен не только студентам-регионоведам и международникам, но и всем тем, кто стремится составить объективное представление о том, кто такие американцы и что такое Соединенные Штаты Америки.

УДК 94(73)(075)
ББК 63.3(7Сое)я73

Учебное электронное издание

Открой
Соединенные Штаты Америки

Курсы лекций

В двух книгах

Книга 2

Оформление обложки *А.А. Кравченко*

Редактор *Т.А. Плиева*

Корректор *А.А. Леонтьева*

Компьютерная верстка *Е.Б. Рагузина*

Подписано к использованию 25.04.2023

Уч. изд. л. 66,8.

Заказ № 1731

Издательский центр
Российского государственного
гуманитарного университета
125047, Москва, Миусская пл., 6
www.rsuh.ru

The background of the entire page is white and features several large, irregular, overlapping geometric shapes in red and blue. These shapes are scattered across the upper and middle portions of the page, creating a dynamic, abstract composition. The shapes vary in size and orientation, with some pointing towards the corners and others more centrally placed.

DISCOVER THE UNITED STATES OF AMERICA II