

25. Оренбургский листок. 1903. № 38. 14 сентября.
26. Оренбургский листок. 1903. № 13. 23 марта.
27. Оренбургская газета. 1908. № 268. 9 декабря.
28. Оренбургский листок. 1903. № 11. 9 марта.
29. Оренбургский листок. 1903. № 10. 2 марта.
30. Оренбургский листок. 1903. № 34. 17 июля.
31. Нива. 1903. № 4.
32. Нива. 1903. № 1.
33. Нива. 1903. № 3.
34. Нива. 1903. № 19.
35. Нива. 1903. № 27.
36. Нива. 1903. № 43.
37. Нива. 1903. № 12.
38. Нива. 1903. № 5.
39. Нива. 1903. № 15.
40. Нива. 1903. № 28.
41. Нива. 1903. № 6.
42. Нива. 1903. № 2.
43. Нива. 1903. № 21.
44. Нива. 1903. № 25.
45. Нива. 1903. № 7.
46. Нива. 1903. № 39.
47. Institut Österreichisches Biographisches Lexikon und biographische Dokumentation. Biographie des Monats. Ich, Anna Csillag – ein k. k. Marketingstar (Институт Остеррайхшес. Биографический словарь и биографическая документация. Биография месяца. Я, Анна Чилляг - звезда маркетинга) [Электронный ресурс] URL: https://www.oeaw.ac.at/fileadmin/Institute/INZ/Bio_Archiv/bio_2012_04.htm (пер. с нем.) (дата обращения: 12.12.2023).
48. Нива. 1903. № 20.

О. Н. Яхно

Пути и способы внедрения новых взглядов на здоровье в городах начала XX в.

Достижения в различных областях науки и техники привели к росту грамотности городского населения. Но кроме того, все эти новинки стали проникать в различные области повседневной жизни. Статья посвящена рассмотрению в какие сферы домашнего быта стали проникать новые взгляды на здоровье. Анализируются различные печатные издания и реклама, которые фиксируют эти изменения не только в центральных, но и провинциальном городе.

Advances in various fields of science and technology have led to an increase in the literacy of the urban population. But in addition, all these innovations have begun to permeate various areas of everyday life. The article is devoted to the consideration of which spheres of domestic life new views on health have begun to penetrate. Various print media and advertisements that capture these changes are analyzed.

Ключевые слова: домашний быт, бытовая гигиена, здоровый образ жизни, научный подход, картина мира.

Key words: home life, household hygiene, healthy lifestyle, scientific approach, world picture.

Средства массовой информации, а на тот момент это кончено же в основном пресса, довольно интенсивно популяризировали научные знания в различных областях, знакомили свою аудиторию и с техническими новинками. Например, иллюстрированное приложение к газете «Уральская жизнь» просто пропитано духом сциентизма. Редакция, видимо, считала общественно значимым рассказывать о последних научных открытиях. Даже рекламные статьи опирались на последние исследования ученых в различных сферах.

Из газетных статей и объявлений становится очевидным, что помимо технических новинок наиболее актуальным было освещение вопросов медицины и гигиены. Именно поэтому понятно, почему провинциальная газета печатает информацию по поводу открытия гигиенической выставки в Петербурге, на которой были представлены следующие отделы: биологический, медицинской статистики и медицинской географии, гигиены населенных мест, жилых и общественных зданий, гигиена воспитания и образования, климатологический и бальнеологический [1, с. 141].

Вопросам гигиены в обычной жизни горожан уделялось значительное внимание. Последние достижения в производстве косметики и парфюмерии позволяли эффективно корректировать внешний вид женщин и мужчин, в том числе дольше сохранять молодость. Местные уральские газеты призывали войти в число счастливцев, обладающих хорошими волосами, с помощью мыла, которое «совершенно устраняло перхоть и необычайно содействовало росту волос» [2].

Соблюдение современных требований гигиены наблюдалось у различных категорий горожан. Популярный журнал писал: «Гигиена коснулась всех условий нашей жизни, личной и общественной, заглянула в нашу быденную, домашнюю обстановку, в школу, в мастерские, во все места, где люди вместе сходятся и вместе работают, освещая неприглядные, нездоровые условия человеческого существования» [3, ст. 1577]. Распространенным явлением становится реклама различных дезинфицирующих средств. «Здоровый и красивый человек нашего времени обязан этим важным в жизни качествам, прежде всего, правильному уходу за телом. Опрятность играет при этом первостепенную роль» [4].

В этой связи следует отметить еще одно изменение сугубо ментального характера. Чистота тела, использование косметических средств обрели положительную окраску в глазах добропорядочных граждан. Частое мытье, хотя еще и недоступное большинству перестало ассоциироваться только с жизнью фатов и кокотов, которые были первыми потребителями новейших усовершенствований в области гигиены [5, с. 159]. Теперь, молодым девицам внушалось, что чистота и привлекательность – почти синонимы. Разнообразие гигиенических практик предопределялось ценностью новизны и размыванием сословных границ [6, с. 154]. В городах зазвучали голоса, которые в прежние времена вряд ли могли быть услышаны: врачей, гигиенистов, журналистов, предпринимателей. Борьбы феминисток за признание нравственного превосходства женщин и их красоты приводили к тому, что первые суфражистки позволяли себе быть ухоженными, искусно подкрашенными, хорошо одетыми, иногда даже с элементами мужского гардероба.

Мнение врачей в области женского здоровья было настолько значимо, что оно даже учитывалось создателями корсетов, участвовавшими во Всемирной Парижской выставке 1900 г. «... Можно было наглядно убедиться, чего достигла гигиена и эстетика, соединившиеся вместе для создания нового, вполне безвредного и вместе с тем красивого корсета» [7, с. 81–82]. Обувь также стала объектом внимания и предметом обсуждения общественности, но уже с точки зрения ее вредного влияния. «Искусственно вызванное положение ноги вследствие ношения высоких каблуков ведет ко многим расстройствам здоровья, которые могли бы быть избегаемы. Любители, а особенности любительницы высоких каблуков должны серьезно подумать о том, насколько возобновившаяся мода носить высокие каблуки может оказаться вредной для их здоровья» [8, с. 32].

Карикатуристы, наблюдая за реальной жизнью, также откликались на актуальные модные тенденции и находили интересные сюжеты. В частности, один из рисунков предлагал использовать гигиенический шлейф на колесиках для прогулок по улицам. Подпись под картинкой гласила: «Даже самая пикантная дама не поднимет никакой пыли» [9, с. 8]. Некоторые предлагаемые модные изобретения были не лишены оригинальности и игривости.

Городское население быстро росло, нужно было помочь привыкнуть к новым условиям жизни, работы, скорости перемещения и т.д. И газеты отчасти помогали к этому адаптироваться. А иногда обращали внимание на то, что блага цивилизации имеют и отрицательные стороны. В одном из разделов новостей науки и техники газета знакомила читателей с новой книгой одного берлинского физиолога. По мнению последнего происходит дегенерация человека как биологического вида. «Кениг находит доказательства своему утверждению, прежде всего в огромном увеличении случаев заболевания раком, которое он приписывает усложнению жизни современного человека. Он прибавляет, что болезни сердца становятся все более частыми, и что в большинстве случаев их нужно приписать давлению крови на стенки сосудов под влиянием переутомления работой и эксцессов деятельности, скорости и всячески утомлений. Он констатирует также, что человеческий желудок делается все хуже и хуже, и что потеря и порча зубов содействует этому в ужасающих размерах» [10, с. 6].

Помимо борьбы с шумом объявлялась война пыли и микробам. В частности, описывался аппарат, который приделывался к длинной щетке, а пыль всасывалась мощным током воздуха в особый мешок. «Уже теперь повсюду за границей в домах имеются вода, электричество или газ. Тогда наступит рациональная чистка домашних вещей, платья, ковров и вместе с пылью будут удаляться микробы» [11, с. 7].

Чтобы успешно справиться с ведением домашнего хозяйства, предлагалось большое количество всевозможной домашней утвари. Это касалось кухонной и столовой посуды, различных приспособлений для поддержания чистоты комнат, одежды и белья. Рекламировались некоторые новинки домашней бытовой техники: пылесосы, стиральные машины, прогрессивные щетки и т.п. «Паромойка Иона – непобедимая стиральная машина. Стирает исключительно паром и одновременно дезинфицирует белье. Ничуть не нарушает и не портит белье» [12].

В конце XIX века появляется иллюстрированный журнал общепользовательных сведений в области питания и домоводства «Наша пища». В редакционной статье отмечалось, что «наши физиологи и гигиенисты Ф. Эрисман, Якоби, Сеченов и др. сделали много изысканий, открыли многие законы питания, выработали нормы пищевого довольствия. Цель издания – дать возможность читателю сознательно отнестись к таким важным вопросам как выбор пищи. Улучшения питания тесно связано с материальным благосостоянием. Поэтому будет отведено место и организации хозяйства» [13, с. 3].

Вопросам санитарии и гигиены стали уделять внимание и содержатели ресторанов. «Безукоризненная чистота Залазевского «Медведя». И даже зубочистки к вашим услугам. Теперь зубная мода – везде зубы чистят, кто как сумеет. У Холкина зубы чистят. В одном из столичных ресторанов зубочистку подают запечатанную; салфетка чистая тоже скреплена. С точки зрения санитарии подобные нововведения заслуживают всяческие похвалы» [14].

Эта тенденция находилась в общем русле формирования понятия здорового образа жизни, т.к. только он позволяет со всей полнотой правильно выполнять свои социальные функции работника, супруга, родителя, участника дорожного движения и т.д. Здоровье стало экономическим фактором, условием выживания, возможностью реализовать свой потенциал, а не только символом благополучия семьи. Новые требования сочетания гигиены и эстетики в средствах по уходу, одежде, зданиях свидетельствовало о возрастающей мобильности горожан, ускорении городского ритма жизни.

Таким образом, реклама живо отзывалась на все насущные требования времени: меняться, менять окружающий мир, ощущать остроту новизны. Реклама и сама служила примером этого нового ощущения времени. Она смело опиралась на авторитет науки, продвигая последние достижения в области медицины, химии, механики и т.д. Реклама начала XX в. отчетливо демонстрировала становление новой культуры более открытой, основанной на возможности обсуждать любые проблемы.

Кстати, поддержание гигиены считалось важным не только по медицинским основаниям, но и с точки зрения воспитания «правильных» навыков. В их числе назывались строгий режим дня, регулярный труд, опрятность, соблюдение порядка во всем. «Привычка к порядку составляет одно из драгоценнейших свойств нашего характера, как привычка быть всегда и во всем экономным и бережливым» [15, ст. 36].

Одним из основных способов воспитания сильной воли назывались занятия различными видами спорта. В качестве примера ссылались на опыт европейских стран. Особо подчеркивалось, что превосходство нравственности английской молодежи над другими основывалось на ее любви к играм и спорту, которые способствуют «развитию порядка, душевной бодрости, дисциплины и пунктуальности» [16, с. 8]. А в Екатеринбурге популяризации физкультуры способствовала деятельность многочисленных спортивных обществ. Газеты печатали сообщения о футбольных и хоккейных матчах, проведению лыжных вылазок, велосипедных прогулок и др. мероприятий.

В восстановлении физических сил заметное место занимает активный отдых, поездки за город, лечебно-профилактические мероприятия. Все большее число горожан, представлявших различные социальные слои, считало необходимым съездить на курорты. Урал, Пермская губерния в частности, открывали для этого широкие возможности. «Задача организации кумысолечения очень насущная жизненной потребности народного учителя, чтобы он не спрашивал, куда ему ехать на кумыс с небольшими средствами, без рекомендаций и субсидий» [17; 18]. Аналогичная информация помещена в «Путеводителе по кумысолечебным местам». «Приезжают люди малосостоятельные, главным образом земский учительский персонал» [19, с. 48].

Эпоха, в начале которой вкрадчиво звучали слова тургеневского Е. Базарова о том, что природа не храм, а мастерская, и человек в ней работник, к началу XX в. искренне восторгалась достижениями человечества. Апогеем такой безоглядной веры в науку и научный закон стали слова И. В. Мичурина, которые знает и повторяет любой русский человек о том, что нам нельзя ждать милостей от природы. И, тем не менее, период рубежа XIX–XX вв. с большим числом научных и технических разработок оказал значительное влияние на повседневную жизнь и картину мира в целом.

Список литературы

1. Живописная неделя. Прил. к газете «Уральская жизнь». 1908. № 7.
2. Уральская жизнь. 1909. 14 июня.
3. Хозяйство и гигиена // Хозяйка. 1902. № 55.
4. Уральская жизнь. 1914. 15 мая.
5. Вайнштейн О.Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. М.: Новое литературное обозрение, 2005.
6. Гусарова К. Тело на распутье: взгляды на чистое и грязное во второй половине XIX века // Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2008. № 7.
7. Новая эра дамских мод // Иностранная литература. 1901. № 6. С. 81–92.
8. Вредные последствия от высоких каблуков // Здоровье семьи. 1905. № 4. С. 32.
9. Наши дни. 1912. № 8.
10. Живописная неделя. 1908. № 5.
11. Живописная неделя. 1908. № 8.
12. Уральский край. 1910. 4 июля.
13. Наша пища. 1891. № 1.
14. Урал. 1903. 17 января.
15. Покровская М.И. Воспитание здоровых привычек // Воспитание и обучение. 1901. № 1.
16. Душевные болезни детей // Хозяйка дома. Моды и домоводство (Приложение к журналу «Новь»). 1908. № 4.
17. Уральский край. 1910. 5 августа.
18. Пермская земская неделя. 1910. № 21.
19. Золотницкий В.Н. Путеводитель по кумысолечебным местам. Н. Новгород: б.и., 1912.