

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРОБЛЕМА СОЦИАЛЬНОЙ
ДЕПРИВАЦИИ ЭЛИТЫ И СРЕДНИХ ГОРОДСКИХ СЛОЕВ РОССИЙСКОГО
ОБЩЕСТВА В ПЕРИОД ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОГО КРИЗИСА 1914-1918 гг.
CONSUMER BEHAVIOR AND PROBLEM OF SOCIAL DEPRIVATION OF ELITE
AND MIDDLE URBAN CLASS OF RUSSIAN SOCIETY IN THE PERIOD OF THE
GENERAL NATIONAL CRISIS IN 1914-1918**

doi: 10.25629/НС.2018.03.03

Агеева Елена Андреевна. Финансовый университет при Правительстве РФ. 125993, Москва, Ленинградский проспект, 49. E-mail: Ageeva_Elena_Andreevna@mail.ru.

Ageeva Elena Andreevna. Financial University under the Government of the Russian Federation. 49 Leningradsky Prospekt, Moscow, Russia, 125993, GSP-3. E-mail: Ageeva_Elena_Andreevna@mail.ru.

Аннотация. В статье исследуются модели потребительского поведения средних и высших слоев городского населения России, их психосоциальное состояние в период национального кризиса, вызванного Первой мировой войной и революционными процессами 1917 года. Научная новизна работы состоит в оценке причин и проявлений раскола элиты российского общества, а также в анализе социальной депривации городского населения. Особое внимание уделяется состоянию потребительского рынка и возможностям удовлетворения потребностей столичных жителей, их поискам средств накопления и сохранения благосостояния.

Abstract. The article studies the models of consumer behavior in the middle and high class of the urban population of Russia, their psychosocial status during the national crisis caused by the First World War and the revolutionary processes of 1917. The scientific novelty of the work is to assess the causes and manifestations of the split in the elite of Russian society, as well as in the analysis of the social deprivation of the urban population. Particular attention is paid to the state of the consumer market and the opportunities to meet the needs of metropolitan residents, their search for means of accumulation and preservation of well-being.

Ключевые слова: потребительский рынок, благосостояние населения, потребительское поведение, средние городские слои, элита общества, покупательная способность населения, удовлетворение потребностей, социальный кризис.

Keywords: consumer market, welfare of the population, consumer behavior, middle urban classes, the elite of society, the purchasing power of the population, satisfaction of needs, social crisis.

Российское общество, научные круги находятся в состоянии широкой цивилизационной дискуссии по поводу 100-летия российской революции, последовавшей за ней Гражданской войны и исторического опыта построения основ нового общественного строя. Мероприятия по этому поводу призваны способствовать достижению гражданского мира, стать символом преодоления разногласий в российском обществе. Анализ доминирующих в обществе настроений в связи с Октябрем 1917 года, показал, что население, не желая радикальных полномасштабных перемен, не чувствует ни социального единства, ни морального удовлетворения. Средний класс не находит эффективных направлений развития, пути элиты и народа все больше расходятся, дифференциация социума достигла критического уровня.

По данным Роскомстата России, в 2017 году наблюдалось сокращение доходов населения и уровня благосостояния – реальные доходы населения снизились на 3,5%, примерно на 9% снизился оборот розничной торговли. Эти цифры означают, что произошел переход от потребительской к сберегательной модели поведения населения. Такая ситуация не способствует стабилизации и росту спроса, росту благосостояния народа и улучшению его психосоциального самочувствия.

Разумеется, современное российское общество переживает катаклизмы не революционного масштаба, однако и сегодняшние диспропорции, которые вызывают существенное ограничение возможностей удовлетворения жизненно важных потребностей народа, могут привести к общественным катаклизмам и социальным протестам.

Актуальность исследования потребительского поведения средних и высших слоев городского населения России, их психосоциального состояния в период кризиса очевидна, так как именно оно во многом определяет социальное движение нации, модели развития социума, параметры достижения его единства и согласия.

Социальную природу модернизации России и российских революций пытались раскрыть многие исследователи: Сорокин П., Голдстоун Дж., Пайпс Р., Миронов Б.Н., Нефедов С.А. В историографии существует множество тем и мотивов дискуссионного характера: насколько была успешной модернизация России; существовал ли дисбаланс между ростом населения и источниками для развития страны; наблюдалось ли «перепроизводство элиты» и недостаток ресурсов именно для нее; каков был уровень социально-имущественной дифференциации российского общества в сравнении с Западом; насколько критичным для положения всего социума оказался продовольственный кризис зимой 1917 года.

В фокусе настоящего исследования – особенности повседневности элиты общества и средних слоев городского населения, их потребительские возможности, модели поведения на рынке товаров массового спроса в период Первой мировой войны и революционного кризиса, причины депривации этих слоев, а также некоторые аспекты социального поведения элиты российского общества, повлиявшие на развитие революционного кризиса в стране.

В данной работе под потребительским поведением населения понимается совокупность действий, связанных с удовлетворением его физических и социальных потребностей. В основе потребительского поведения – процесс формирования спроса на различные товары и услуги, основанного на особенностях ценообразования, доходах покупателей, их личностных характеристиках, наборе ценностей и стереотипов, потребительских предпочтениях. *В кризисный период* возрастает роль дополнительных факторов, влияющих на потребительское поведение: политическая обстановка, чрезвычайные меры государственного регулирования социально-экономической сферы общества, связанные с ними психологические составляющие: представления о жизненных перспективах индивидов, их мотивация и эмоции. Очевидно, что в период нестабильности возможности удовлетворения потребностей населения сокращаются. У многих социальных групп возникает социально-психологическая депривация, под которой современная социология понимает процесс сокращения возможностей удовлетворения основных жизненных потребностей индивидов и групп социума, недостаток экономических и эмоциональных центров защиты, используемых в качестве базовых основ человеческой деятельности.

Рассмотрим факторы, повлиявшие на указанные процессы в российском социуме, а также модели потребительского поведения средних и высших слоев российского общества в период кризиса 1914-1918 гг.

Социально-экономическая модернизация России конца XIX-начала XX вв. в целом благоприятно повлияла на благосостояние населения столичных и крупных городов России: происходил его бурный рост, формировался расширенный платежеспособный спрос на предметы потребления, увеличивались масштабы соответствующего производства, совершенствовались потребительские вкусы населения, улучшалось социальное самочувствие горожан. В этих процессах была значительна роль обеих столиц. Петроград – официальная столица, сосредоточение государственной элиты и близких к ней промышленно-финансовых кругов, город, тесно связанный с Западом не только географически, но и духовно. Москва – не только главный деловой и торговый центр страны, но и город, интегрированный со многими региональными рынками, город с устоявшимися традициями, нормами потребительского поведения и представлениями о правах и возможностях обывателя.

Статистические данные, относящиеся к этим крупным городам, отражают *особенности социальной структуры и потребительского поведения* российского городского населения и масштабов российского потребительского рынка в начале XX века.

Эти особенности имеют исторические корни. На протяжении веков в высших кругах выделялся очень узкий слой сверхэлиты, существовало заметное неравенство в материальном положении между несколькими богатейшими фамилиями и основной дворянской массой, достаток которой мало отличался от других слоев населения. Р. Пайпс оценивает количество богатейшего дворянства России всего в 1 тысячу семейств и видит причину этого явления в отсутствии майората, который в западном обществе приводил к образованию значительного количества крупных состояний, в «примитивности русской экономики» и отсутствии устойчивых источников дохода дворянства [20, с. 234-236].

Эгалитаризму в высших слоях способствовало и то, что в России долго не складывался национальный рынок, не было достаточно денег в обращении из-за отсутствия разработанных золотых и серебряных месторождений, существовала государственная монополия на торговлю и предпринимательскую деятельность, буржуазия была слабо консолидирована как класс.

Экономический подъем конца XIX – начала XX века привел к росту городского населения, изменению его социальной структуры. Особенностью демографического положения столиц Российской империи стала довольно большое число представителей тех слоев, которых можно отнести к элите и среднему классу. Однако, исторические пропорции социума сохранились: в Москве «сверхэлита», годовой доход которой был свыше 50 тысяч рублей, составляла только 1,7% населения [21, с. 42].

В начале второго десятилетия XX века население Москвы – 1,7 млн. человек, из которых потомственных дворян было 49 934 человек, личных дворян – 9 648, духовных – 10 586, потомственных почетных граждан – 22 010, личных потомственных граждан – 18 653, купцов – 18 510, мещан – 210 280. То есть средние слои составляли 30,7% от всего населения [22, с. 65].

В Петербурге этого же периода проживало 2,2 млн человек, из которых 68,8% – крестьянство, 1,7% – «сверхэлита», 0,1% – пауперы и нищие [25, с. 7-8].

Остальные, так называемый «средний слой», в который входили мещане, дворянство потомственное и личное, почетные граждане и купцы, иностранные подданные – это 29,4% населения Петрограда. Таким образом, в социальной структуре столиц Российской империи приблизительно треть населения потенциально выступало в роли активных потребителей товаров массового спроса и демонстрировало соответствующие модели потребительского поведения.

Урбанизация вкусов населения, их стремление к комфорту и рост благосостояния влияли на количественные и качественные показатели производства товаров массового потребления и удовлетворения потребностей столичных жителей. В начале XX века появились многоэтажные дома, электрическое освещение, трамваи, автомобили, синематограф, вокзалы и торговые предприятия европейского типа. Согласно подсчетам известного российского экономиста Л.Б. Кафенгауза в связи с ростом городского населения расширились возможности водоснабжения: поставка воды в дома и учреждения за первое десятилетие XX века увеличилась в 1,3 раза; телефонизация физических лиц с 1902 по 1916 год – в 14 раз; объем продукции пищевкусовой промышленности (кроме мукомольной) только в 1911 году вырос на 17,1%. Производство такого «городского напитка», как пиво в предвоенное пятилетие выросло почти в полтора раза [13, с. 180-181].

Важнейшей статьей спроса городского населения являлись текстильные товары. Российская текстильная промышленность наращивала производство не только тканей для пошива одежды, но и успешно насыщала городской рынок товарами домашнего обихода: с

1908 по 1912 год увеличилось производство тонкого постельного белья в 1,6 раз, столового белья из высококачественной льняной ткани в 1,4 раза, среднегодовой прирост в шелковой промышленности составил 9,8% [13, с. 162-163].

В начале XX века в столичных городах было широко развито галантерейное производство и пошив модной одежды западного образца: в Петербурге было 345 производителей белья, 100 – модной одежды, 56 – искусственных цветов и перьев, 96 – перчаток, корсетов и галстуков [27, с. 62].

В целом в начале XX века структура «потребительской индустрии» разнообразна и прибыльна. В Москве по сумме годового производства первое место в 1913 году занимала пищевкусовая промышленность – 187,6 млн. рублей, далее – текстильная – 143,2 млн. рублей, производство одежды и обуви – 18,3, кожевенная – 12,9 [21, с. 21].

При быстро растущем населении двух столиц и достаточно высоком потребительском спросе цены на основные продукты питания в начале века оставались стабильными и доступными для основной массы населения. В Петербурге в 1910-1913 гг.: говядина первого сорта стоила 0,58 рублей, масло первого сорта – около 1 рубля, щука живая – 0,83 рубля за килограмм [11, с. 38-40].

В Москве в 1913 г. осетрина свежая стоила 1,4 рубля за килограмм, куры парные (1 штука) – 93 копейки, говядина 1 сорта – 60 копеек за килограмм, сахарный песок – 29 копеек за килограмм [26, с. 170-173].

Для оценки благосостояния и покупательной способности городского населения важен показатель доходов и заработной платы средних слоев населения. По данным Ю.А. Петрова подавляющее большинство налогоплательщиков Москвы (90,1%) имели годовой доход 1-10 тысяч рублей. Это рабочие, мелкие чиновники, мелкие предприниматели, кустари, работники сферы обслуживания, основная масса представителей «свободных профессий» – архитекторов, присяжных поверенных, врачей, инженеров, художников, артистов [21, с. 42-43].

Если опираться на масштаб цен, приведенный выше, то можно констатировать, что доход в 1 тысячу рублей обеспечивал не слишком высокий, но достаточный уровень потребления и стабильность спроса на основные товары массового производства, стабильную работу потребительского рынка. Известно, что Комиссия по вопросу введения подоходного налога при Министерстве финансов в 1905 г. установила минимум дохода для его уплаты именно 1 тысячу рублей.

Отдельным является вопрос о *доходах верхушки правящей элиты* российского общества, в частности царствующей фамилии Романовых. Согласно «Учреждению об Императорской фамилии» 1797 года Николай II получал «на содержание» 200 тыс. рублей в год, еще 20 тыс. «на комнатные расходы и гардероб». Столько же полагалось императрице Александре Федоровне. Наследник царевич Алексей получал 100 тыс., совершеннолетние царевны – по 50 тыс. рублей в год [23, с. 587-589]. Влияли ли эти относительно значительные суммы на состояние люксового сегмента потребительского рынка?

Общеизвестно, что после 1904 года царская чета свела к минимуму потребление предметов роскоши и демонстрации богатства императорского двора в надежде на изменение судьбы больного царевича Алексея. Были прекращены пышные, грандиозные и дорогие царские балы и приемы. Содержание дневников Николая II показывает, что повседневный уклад романовской семьи был действительно простым и недорогим: из напитков употреблялся в основном чай, очень редко – кофе. Типична запись от 6 апреля 1914 года: пили чай с вкусной пасхой, молоком и маслом [10, с. 456]. Из развлечений практиковались настольные игры, поездки на велосипеде, летом – прогулки на императорской яхте по финляндским шхерам. Роскошь присутствовала в жизни императорской четы, но в особой,

нетрадиционной для российской элиты форме: последние Романовы очень часто позволяли себе вести образ жизни частных лиц, радоваться общению с детьми, предаваться тишине и покою Царского села, иметь продолжительный досуг даже в кризисные периоды, например, во время революции 1905-1907 гг.

Вступление России в Первую мировую войну кардинально изменило социальное положение российских граждан, быт и потребительское поведение городских слоев населения, материальное и психосоциальное состояние элиты. Известно, что около 70% производства было направлено на военные нужды, производство товаров народного потребления существенно сократилось, существенно снизились возможности импорта, прогрессирующая инфляция и дефицит товаров народного потребления, потребительский рынок оказался в нестабильном положении.

Однако вопрос о том, насколько катастрофично было положение с производством товаров группы Б *является дискуссионным*: есть данные о том, что производство потребительских товаров, несмотря на военную перестройку народного хозяйства, работало довольно устойчиво. Кафенгауз Л.Б. приводит соответствующую статистику, используя для подсчетов количественных изменений в производстве предметов потребления не валовые показатели, не стоимость продукции, а наиболее объективный показатель – *потребление топлива различными видами производств*. В пищевом производстве действительно потребление топлива сократилось с 734 тыс. тонн условного топлива в 1913 году до 571 в 1917 году, но эти показатели даны с учетом сокращения винокуренного производства. Остальные пищевые производства – мукомольное, свеклосахарное, табачное показывали рост потребления топлива [13, с. 181].

Текстильная промышленность в 1917 году сократила потребление топлива по сравнению с довоенным временем всего на 8%. Даже производство шелковых тканей за время войны обнаружило сравнительную устойчивость для отрасли, выпускающей предметы роскоши. В 1915 году валовое производство упало всего на 7% по сравнению с довоенным уровнем и только в 1916 году выработка в этой отрасли падает до 20,9% от довоенного уровня. Эти цифры свидетельствуют о том, что производство ряда потребительских товаров, несмотря на военную перестройку народного хозяйства, работало довольно устойчиво.

Вместе с тем имеются и подсчеты, говорящие о значительном сокращении производства предметов народного потребления. П.А. Кюнг утверждает, что выпуск продуктов питания в 1916 году упал до 89,6% от довоенного уровня, в 1917 – до 48,8%; тканей для населения – соответственно до 84,7% и 59,6% [15, с. 58]. Подобное сокращение было обусловлено усилением государственного вмешательства в рыночное хозяйство и монополизацией производства и сбыта ряда товаров. Очевидно, что промышленность полностью не удовлетворяла нужды гражданского населения, образовался дефицит товаров, цены на них значительно выросли, страна вступила в период прогрессирующей инфляции.

Потребительское поведение, социальное самочувствие и жизненные ориентиры среднего класса во многом определяются *динамикой цен* на товары массового потребления. В период кризиса проблема их неустойчивости и прогрессирующего роста является ключевой для городских слоев. В период Первой мировой войны инфляционные процессы развивались быстрыми темпами. Если в 1914 году инфляция относительно предыдущего года составила в среднем всего 6%, в 1915-м – уже 28%, в 1916-м – около 220%, а в феврале 1917-го – 370% [24, с. 143-147]. Цены на продукты питания соответствовали общим тенденциям на потребительском рынке: килограмм говядины высшего сорта в 1913 году стоил 50 копеек, летом 1917 года – 1 рубль 87 копеек; колбаса копченая в 1913 году – 75 копеек за 1 кг в 1917 году- 2-3 рубля [19, с. 7].

Однако дороговизна и дефицит часто создавались искусственно в результате сговора производителей и транспортников, а также неопределенности законодательства, несовершенства интендантской системы и коррупции в государственных учреждениях. *Проблема*

дороговизны и спекуляции широко обсуждалась в государственных органах и общественных организациях. На нескольких заседаниях Государственной думы осенью 1916 года производился анализ причин дороговизны и дефицита на рынках мучной, молочный, сахарный продукции. Дума обвинила в сговоре банкиров, производителей-монополистов, посредников, чиновников транспортного ведомства и даже потребовала предания их военно-полевому суду [2, с. 97].

Вместе с тем, следует отметить, что, несмотря на инфляцию, сокращение доходов основной массы населения рынок *потребительских товаров в столицах* продолжал функционировать. Наблюдалась его значительная дифференциация, как и в довоенный период: существовал и верхний, люксовый сегмент, и нижний, удовлетворявший запросы основной массы населения. Если для основной массы городского населения определяющим критерием потребительского поведения был масштаб цен на товары, то для элиты главным являлся ассортимент, доступность, качество товара. Публикации газеты «Коммерсант» за 1916-1917 гг. свидетельствуют о том, что московский рынок оставался разнообразным и динамичным, удовлетворял в целом запросы разных категорий потребителей, испытывая, однако, общий дефицит и инфляцию.

Так, на посудном рынке основным предметом спроса в нижнем сегменте был граненый стакан, но одновременно фиксировался повышенный спрос на изделия из богемского стекла, которые доставлялись в столицу контрабандным путем. На московском галантерейном рынке дефицит чулочных изделий благодаря поставкам из США был ликвидирован, но сохранялся повышенный спрос на высококачественные чулочные изделия, так называемую «паутинку». Вместо французских перламутровых пуговиц предлагались плотняные пуговицы отечественного производства. В магазинах на Кузнецком мосту продолжалась торговля изящной импортной обувью: белыми туфлями из замши, лайки, цветного шевро, но имелись в продаже, правда, также в дефиците ботинки на деревянной и даже картонной подошве [7,8].

После Февральской революции рост цен на граненые стаканы по сравнению с довоенным временем составил 700%. Но индекс роста цен на хрусталь за этот же период составил 800%, то есть на сопоставимую величину [16].

Следовательно, в 1916-1917 гг. рынок потребительских товаров испытывал острый дефицит, но дефицит наблюдался как в высшем сегменте, так и в низшем ценовом диапазоне. Недовольство охватило и элиту, и средние слои, и низы городского населения.

Спекулятивное давление скупщиков, играющих на повышение цены, еще более усилилось в связи с законопроектом о запрете ввоза предметов роскоши, так как многие потребительские товары на российском рынке до войны были импортного происхождения.

Барометром состояния потребительского рынка является реклама в периодической печати. Ее содержание в общероссийских и московских коммерческих изданиях 1916-1917 гг. показывает, что функционировали помимо пищевого, текстильного, галантерейного такие экзотические для кризисных периодов рынки, как рынок самоваров, фруктовый, обойный и даже грибной. Помимо прочих товаров рекламировались автомобили из Англии, элитная мебель, высококачественная парфюмерия, разные виды ювелирных изделий, детских игрушек, лекарственных препаратов и других потребительских товаров. Этот ассортимент соответствовал спросу, который проявляли определенные городские слои.

В период войны в крупных российских городах появилась новая по сравнению с довоенным временем категория потребителей товаров класса «люкс». Разнообразные товары по феноменально завышенным ценам удовлетворяли спрос тех чиновничьих и предпринимательских кругов, которые имели доступ к казенным военным заказам. Доходы этих немногочисленных слоев были очень значительны, так как из ежедневных затрат российского государства на реализацию военных целей в 50 млн рублей прибыль исполнителей

военных заказов и посредников по разным оценкам составляла 10-20%. Только у московской буржуазии прибыли увеличились с 1914 по 1916 год почти на 1 миллиард рублей. Значительно возросли масштабы предпринимательской деятельности части столичной буржуазии. Широкие финансовые операции осуществляли московская династия Рябушинских: ее представители финансировали "Российское хлопкопромышленное товарищество", приступили к строительству автомобильного завода, вкладывали средства в горную промышленность, периодическую печать, имели планы строительства целлюлозно-бумажного комбината. Активную финансовую политику в Москве осуществлял Московский промышленный банк, принадлежавший Н.А. Второву, который создал в период войны один из крупнейших концернов в России, состоящий из текстильных предприятий, цементных, металлургических и металлообрабатывающих заводов, шерстяные фабрики.

Значительную роль в Москве играл Торговый дом "Вогау и К^о", монополизировавший сбыт готовой продукции в цементной и черной металлургии, медеплавильной, содовой, сахарной и в других производствах. Семья Вогау контролировала практически весь чайный рынок России.

Предприниматели хлопчатобумажной промышленности, такие как Третьяковы, Морозовы, Прохоровы получали не менее 36 млн рублей прибыли в месяц [29, с. 5].

Значительных размеров достигла прибыль банков и связанных с ними промышленно-торговых структур. В условиях войны банки резко изменили свою кредитную политику. Из источника финансирования промышленности они превратились в «целевых кредиторов», дававших ссуды исключительно под выполнение казенных заказов. В 1916 году банки от комиссионной деятельности получили прибыли 64,8 млн рублей против 27,4 млн. руб. в 1913 году, то есть рост прибылей составил 236% [18, с. 45]. Как правило, банки получали за свои гарантии от 16 до 18% общей стоимости военных заказов.

По сути дела, в российском обществе произошел раскол элиты по критерию допуска к государственным заказам и субсидиям: часть ее получала сверхприбыли и, соответственно, обнаруживала особое потребительское поведение, выражавшееся в демонстрации приобретенного богатства, в мотовстве и невероятном расточительстве. Стремление к роскоши, как утверждали очевидцы, было невероятное, особенно заметное в дамских туалетах, еде, формах проведения досуга. Можно констатировать, что в высших слоях общества в годы войны значительно увеличилось неравенство, недовольство и противоречия между отдельными группами элиты.

Обстановку обострял и конфликт фронта и тыла, выражавшийся в том, что состоятельные слои обладали административными и финансовыми ресурсами, чтобы уклониться от призыва в армию, заплатив за возможность остаться в тылу.

В повседневную жизнь «богема» война, естественно, внесла определенные коррективы. Например, популярная и приближенная к царской семье балерина М. Кшесинская изменила свой рабочий график и стала выезжать с концертами на фронт. Но дома, в Петрограде потрясающая роскошь в ее жизни сохранялась до Февральской революции. 22 февраля 1917 года балериной был дан обед на 24 персоны. Его детали поражают: обеденный стол был украшен живыми ландышами в серебряных вазах, десертный сервиз был точной копией сервиза Екатерины II, находившегося в Эрмитаже, рыбу подавали на привезенных из Дании тарелках с изображением разных видов рыб. Под каждым прибором лежала салфетка из кружев ручной работы [14, с. 262].

Разбогатевшая элита в военный период сохранила формы своего досуга, существенно увеличив траты на мероприятия. В военное время в столицах, если ориентироваться на сообщения прессы, работали театры, кинематограф, кабаре, дворянские клубы, игорные дома, несмотря на официальный запрет; проводились спортивные мероприятия по французской борьбе, классическому боксу, мотоциклетные гонки, парусные регаты, скачки, совершенствовалось гражданское воздухоплавание.

Новый, 1917 год, по свидетельствам очевидцев, в Москве праздновали очень роскошно: в некоторых ресторанах цены доходили до 70 рублей за бутылку вина или водки, 80 рублей за кусок мяса на пять персон, за стерлядь на 8 человек – 180 рублей. Даже извозчикам платили за поездку за город по 100-150 рублей. По самым скромным подсчетам москвичи на празднование Нового года потратили около 1 миллиона рублей [19, с. 7].

Общее настроение столичной элиты и особенности социального поведения выразил Б. Локкард, британский генеральный консул, приехавший из Москвы в Петроград во время пребывания делегации союзников в январе 1917 года. Он писал: "Я нашел атмосферу в Санкт-Петербурге еще более удручающей, чем когда-либо... Шампанское лилось рекой... «Астория» и «Европа», два лучшие столичные отеля, переполнены офицерами, чье место должно быть на фронте. Не считалось зазорным быть «уклоняющимися» или искать синекуру в тылу..." [9, с. 194].

Если разбогатевшая верхушка российского общества занималась откровенным мотовством и расточительностью, то царская фамилия предавалась невероятной, нетипичной, особой роскоши. Император и после вступления России в войну сохранил формы досуга: прогулки, игры с детьми в домино, кости, наклеивание фотографий в альбом, сбор puzzle, езда на велосипеде и авто («помоторили в Павловск»), чтение вслух художественной литературы, просмотр кинофильмов и главное – общение с горячо любимым сыном. В жизни правителя России и Верховного главнокомандующего не стало только охоты и театральных представлений [10, с. 539, 608-610]. Парадокс состоял в том, что личная скромность монархов, отсутствие роскоши и пышности в жизни двора, как и самоотверженная помощь императрицы в деле организации лазаретов, не способствовали поднятию престижа династии и единению народа.

Сохранились воспоминания жительницы Могилева, свидетельницы торжества по случаю прибытия в ставку женской половины августейшей фамилии в октябре 1915 года. Свидетельница отмечала, что одежда царевен поразила присутствующих: все были одеты в одинаковые костюмы, состоявшие из светлых шляп, коричневых коротких кофт и юбок цвета бордо. Смесь этих цветов была по тем временам столь безвкусной, что вряд ли самая скромная барышня позволила бы себе так одеться. Внешний вид царских дочерей осуждался всеми, всех разочаровала обыденность происходящего [3, с. 19-20]. Подобная простота была серьезным нарушением традиций и непозволительным для правителей пренебрежением к ритуалу и чувствам подданных. Подобное социальное поведение венценосной фамилии, демонстративное пренебрежение к роскоши усиливало недовольство элиты и средних слоев, им не хватило величественности и недостижимости, высоты семьи помазанника божьего, вызывающих единение и патриотические чувства. Недовольство правящим режимом охватило не только низы, но и верхи общества, происходило углубление раскола элиты.

Помимо депривации, связанной с политическими реалиями, перед элитой в годы революционного кризиса встали две более насущные личные проблемы: обеспечение традиционно высокого уровня жизни и потребления, а также поиск средств накопления и сохранения благосостояния в будущем. В условиях войны, нарастающего революционного кризиса серьезным фактором, влияющим на потребительское и социальное поведение, был психосоциальный. Потребительское поведение населения кардинально изменилось – возник ажиотажный спрос как эмоциональный ответ обывателя на лишения военного времени и неопределенность будущего [1, с. 287]. Золото, ювелирные изделия, антиквариат, валюта – классические товары, подходящие для сохранения материального благосостояния и гарант сохранности капитала от возможных будущих катаклизмов.

В обеих столицах возникла тенденция обращения денежных средств состоятельных граждан в недвижимую собственность. Происходило ускоренное приобретение земельных участков, особняков, доходных домов. В целом цены на недвижимость повысились на 100-150% по сравнению с мирным временем [6].

Одним из самых популярных способов сохранения денежных средств в условиях инфляции и разрушения рыночных связей была скупка золотых изделий и слитков. В столицах золотой рынок в период Первой мировой войны активно функционировал. После Февральской революции обязательное предоставление золота в государственные лаборатории на местах добычи золота было отменено, а масштабы добычи золота в 1917 году по сравнению с предшествующими периодами уменьшились незначительно. Так, за первое полугодие 1917 года добыто около 130 пудов, за первое полугодие 1916 года – соответственно 195 пудов [12].

Тем не менее, во второй половине июля 1917 года произошел скачок цен на золото – с 14 рублей за золотник до 17, рынок стал ажиотажным и спекулятивным, причем, спрос на слитки увеличивался гораздо быстрее, чем на изделия из золота. Ювелирные изделия часто продавались на вес. В Азавско-Донском, Русском, Волжско-Камском, банкам, где велась наиболее оживленная торговля слитками, в часы операций выстраивались очереди. Обозреватель прогнозировал, что цена на золото скоро достигнет цен на бриллианты.

Еще одним способом сохранения состояния, применявшимся российской элитой, было накопление иностранных денежных средств и вывод их за рубеж. Известный предприниматель и политический деятель П.А. Бурышкин вспоминал, что когда летом 1917 года он считался одним из возможных кандидатов на пост министра финансов, ему один из управляющих этого ведомства, лицейский друг, предложил перевести 300-400 фунтов стерлингов за границу по казенному курсу [5, с. 338]. Фунт стерлингов был самой популярной валютой у российских состоятельных кругов. Курс рубля по отношению к фунту постоянно падал и летом 1917 года составил 22,7 рублей за 1 фунт стерлингов, в то время как в 1913 году 1 фунт стерлингов стоил 9,46 рублей [17, с. 632].

Дефицит и, как следствие, дороговизна потребительских товаров позволяло их использовать не только для удовлетворения текущих потребностей в роскоши. Женская часть высших слоев общества во время войны стали использовать ткани как средство накопления и сбережения. А.А. Бубликов в своих мемуарах описывал, как женщины в Гостином дворе скупали дорогие материи тюками [4, с. 136].

Правда, в российских условиях этими продуктами также могла быть и пушнина, но с гораздо менее прибыльным результатом, так как рынок пушнины подвержен сезонным колебаниям цен.

После Февральской революции контраст в повседневности и потребительском поведении элиты, имевшей сверхдоходы, и остальных городских обывателей значительно усилился. Депривация средних городских слоев значительно возросла. Впервые в российской истории наблюдался не только рост цен, но и явление, получившее название «хвост». Очереди за основными потребительскими товарами стали обычным явлением в жизни крупных городов. Но не эти тяготы представлялись многим горожанам главным злом. Депривация была основана на неуверенности в завтрашнем дне, потере ориентиров и ценностей, вопиющей несправедливости и понижении социального статуса. Н.П. Окунев, чиновник среднего звена, финансовый служащий агентства «Пароход», вел дневниковые записи в период революционного кризиса 1917-1918 гг. Главным в его комментариях были не инфляционные процессы и не периодически испытываемое чувства голода, а нарушение привычного порядка жизни. Вот запись от 21 октября 1917 года: «Цены подымаются, а нравы падают. Дисциплины никакой нет...Все идет не так, как нужно, нервирует тебя целый день, всякий разговор, каждая бумажка, а в особенности, заглядывание в неясности любого завтрашнего дня» [19, с. 95-96].

Очевидно, что главной причиной резкого роста радикальных настроений среди средних слоев в крупных городах следует считать психологическую неудовлетворенность социальных групп и индивидов тем, что есть в действительности и тем что, по их представлениям, у них традиционно должно быть и было. Перестали удовлетворяться не только физиологические потребности, но и социальные, что сопровождалось у отдельных представителей городского населения повышенной тревожностью и различного рода страхами.

После событий октября 1917 года повседневность средних слоев стала еще более суровой, мрачной, условия жизнедеятельности усложнились, но истоки недовольства остались прежними: волновало не столько ухудшение материальной стороны жизни, сколько нестабильность социального положения, чувствительность к несправедливости и злу, страх перед возможным ухудшением положения в будущем. По свидетельству Л.В. Шапориной, выпускницы Екатеринбургского института, художника, переводчицы зимой 1917-1918 года настоящего голода, как в блокадном Ленинграде, не было, но «переход от полного изобилия и достатка к нехватке хлеба, мяса, молока был очень тяжел» [28, с. 64].

Итак, модернизация российского общества конца XIX – начала XX вв. вызвала рост городского населения и обеспечила достаточно высокий уровень жизни высших и средних слоев столичного населения. У этой категории населения сложились соответствующие стандарты потребления и представления о возможностях и жизненных перспективах.

Участие России в Первой мировой войне изменило социальные пропорции элиты, увеличив число сверхбогатых ее представителей, имевших доступ к государственным военным заказам. Война изменила и условия функционирования потребительского рынка, повседневность, модели поведения элиты и средних слоев населения обеих столиц. Социально-экономические реалии военной и революционной России привели к ущемлению интересов части элиты и городских средних слоев. Контраст между тем, что существовало в довоенное время и теми условиями, которые сопровождали жизнедеятельность высших и средних городских слоев в 1914-1917 гг., усиливался. Уровень доходов средних городских слоев и их благосостояния упали, патриотизм перестал быть одним из важнейших ценностей социума.

Главными факторами, повлиявшими на потребительское поведение высших и средних городских слоев, на положение социума и, следовательно, на депривацию, во-первых, был раскол элиты, имевший причинами укрупнение бизнеса, отрыв коррумпированной верхушки чиновничества и предпринимательского сообщества от высшего российского общества довоенного образца.

Во-вторых, раскол элиты был дополнен расслоением средних городских слоев, конвергенцией низшего чиновничества и пролетариев по материальному признаку, разделением между имевшими связи для занятия доходного и безопасного места службы в тылу и служившими на прежнем месте, не приносившем достаточного дохода для поддержания довоенного, привычного уровня жизни. Размежевание проявлялось между теми, кто сумел сохранить нажитое имущество и теми, кто из-за гиперинфляции терял созданное предпринимательским, физическим, духовным трудом. У средних городских слоев и части элиты наблюдалось выраженное несоответствие ценностных ожиданий и стандартов с реальными возможностями достижения жизненных благ.

И, наконец, депривация столичных слоев усиливалась недовольством социальным поведением правящей фамилии, которое не способствовало росту патриотизма и сплоченности нации перед угрозой военного поражения и революционного взрыва.

Литература:

1. Агеева Е.А. Психосоциальная концепция русской революции и потребительское поведение населения в период кризиса 1917 года // Государство, общество, церковь в истории России XX века. Материалы XVI Международной конференции 5-6 апреля 2017 г. Иваново, 2017.
2. Агеева Е.А. Роскошь. Кризис. Государство. Государственное регулирование российского рынка роскоши в период кризиса 1916-1917 гг. // Россия XXI век. 2015. № 4.
3. Белевская М. Ставка Верховного Главнокомандующего в Могилеве, 1915-1918. Личные воспоминания. Вильно, 1932.
4. Бубликов А.А. Русская революция. Впечатления очевидца. Нью-Йорк, 1918. 160 с.
5. Бурышкин П.А. Москва купеческая. М.: Высшая школа, 1991, 352 с.
6. Вздорожание недвижимости // Русские ведомости. 1917. №34. 11 февраля.
7. Галантерейный рынок накануне запрещения ввоза в Россию предметов роскоши // Коммерсант. 1917. 30 января.
8. Готовая обувь // Коммерсант. 1917. 12 сентября.
9. Давидсон А.Б. Февраль 1917 года. Политическая жизнь Петрограда глазами союзников // Новая и новейшая история. 2007. № 1.
10. Дневники императора Николая II. М.: Орбита, 1991. 736 с.
11. Краткий свод статистических данных по гор. Петрограду за 1913-1914 гг. Пг., 1915.
12. Золотой ажиотаж // Коммерсант. 1917. №2195. 24 июля.
13. Кафенгауз Л.Б. Эволюция промышленного производства России. М.: Эпифания. 1994. 848 с.
14. Ксешинская М. Воспоминания. Смоленск: Русич, 1998. 416 с.
15. Кюнг П.А. Мобилизация экономики и частный бизнес в России в годы Первой мировой войны. М., 2012. 240 с.
16. На посудном рынке // Коммерсант. 1917. №2194. 23 июня.
17. Народное хозяйство в 1913 году. Пг., 1914.
18. Народное хозяйство в 1916 году. Вып. II. Пг., 1917.
19. Окунев Н. Дневник москвича 1917-1920, Т. 1. М.: Воениздат, 1997. – 310 с.
20. Пайпс Р. Россия при старом режиме. М.: Захаров, 2012. 480 с.
21. Петров Ю.А. Московская буржуазия в начале XX в.: предпринимательство и политика. М., 2002. 437 с.
22. Перепись Москвы 31 января 1902 года. Часть I. Население. Отд. II.- М., 1904.-176 с.
23. Полный Свод Законов Российской империи. Спб., 1830. Т. XXIV.
24. Сидоров А. Л. Финансовое положение России в годы первой мировой войны, 1914-1917 гг. М.: АН СССР, 1960.
25. Статистические данные, относящиеся к городу Петрограду и Петроградскому городскому хозяйству. –Пг., 1916.
26. Статистический ежегодник города Москвы. Вып. 4-й. 1911-1913. М., 1916.
27. Федулов Н. Санкт-Петербург по переписи 15 декабря 1900 года. Население. Вып. 2. СПб., 1903.
28. Шапорина Л.В. Дневник. Россия в мемуарах // М.: Новое литературное обозрение, Т.1, 2017.
29. Экономическое обозрение. 1916. №1.

References:

1. Ageeva E.A. Psikhosotsial'naya kontseptsiya russkoi revolyutsii i potrebitel'skoe povedenie naseleniya v period krizisa 1917 goda [Psychosocial concept of the Russian revolution and consumer behavior of the population during the crisis of 1917]. *Gosudarstvo, obshchestvo, tserkov' v istorii Rossii XX veka. Materialy XVI Mezhdunarodnoi konferentsii 5-6 aprelya 2017 g.* [State, society, Church in the history of Russia of the twentieth century. The materials of the XVI International conference April 5-6, 2017]. Ivanovo, 2017.
2. Ageeva E.A. [Luxury. Crisis. State. State regulation of the Russian luxury market during the crisis of 1916-1917.]. *Rossiia XXI vek*, 2015, no. 4. (In Russ.).
3. Belevskaya M. Stavka *Verkhovnogo Glavnokomanduyushchego v Mogileve, 1915-1918. Lichnye vospominaniya* [Rate Supreme Commander in Mogilev, 1915-1918. Personal memory]. Vilno, 1932.

4. Bublikov A.A. *Russkaya revolyutsiya. Vpechatleniya ochevidtsa* [Russian revolution. The impression eyewitness to]. New-York, 1918, 160 p.
5. Buryshkin P.A. *Moskva kupecheskaya* [Moscow merchant]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1991, 352 p.
6. [The rise in the price of real estate]. *Russkie vedomosti*, 1917, no. 34, 11 february's. (In Russ.).
7. [Haberdashery market on the eve of the ban on the importation of luxury goods into Russia]. *Kommersant*, 1917, 30 january's. (In Russ.).
8. [Finished shoes]. *Kommersant*, 1917, 12 september's. (In Russ.).
9. Davidson A.B. [February 1917. Petrograd's political life through the eyes of allies]. *Novaya i noveishaya istoriya*, 2007, no. 1. (In Russ.).
10. *Dnevnik imperatora Nikolaya II* [The diaries of Emperor Nicholas II]. Moscow, Orbita Publ., 1991, 736 p.
11. *Kratkii svod statisticheskikh dannykh po gor. Petrogradu za 1913-1914 gg.* [Summary of statistics on the city of Petrograd for 1913-1914]. Petrograd, 1915.
12. [Gold rush]. *Kommersant*, 1917, no. 2195, 24 july's.
13. Kafengauz L.B. *Evolyutsiya promyshlennogo proizvodstva Rossii* [Evolution of industrial production in Russia]. Moscow, Epifaniya Publ., 1994, 848 p.
14. Kseshinskaya M. *Vospominaniya* [Memory lane]. Smolensk, Rusich Publ., 1998, 416 p.
15. Kyung P.A. *Mobilizatsiya ekonomiki i chastnyi biznes v Rossii v gody Pervoi mirovoi voyny* [The mobilization of the economy and private businesses in Russia during the First world war]. Moscow, 2012, 240 p.
16. [In the dishwashing market]. *Kommersant*, 1917, no. 2194, 23 June. (In Russ.).
17. *Narodnoe khozyaistvo v 1913 godu* [National economy in 1913]. Petrograd, 1914.
18. *Narodnoe khozyaistvo v 1916 godu* [National economy in 1916]. Issue.II. Petrograd, 1917.
19. Okunev N. *Dnevnik moskvicha 1917-1920* [Diary of a Muscovite 1917-1920]. Vol. 1, Moscow, Voenizdat Publ., 1997, 310 p.
20. Paips R. *Rossiya pri starom rezhime* [Russia under the old regime]. Moscow, Zakharov Publ., 2012, 480 p.
21. Petrov Yu.A. *Moskovskaya burzhuaziya v nachale XX v. predprinimatel'stvo i politika* [The Moscow bourgeoisie in the early twentieth century: business and politics.]. Moscow, 2002, 437 p.
22. *Perepis' Moskvy 31 yanvarya 1902 goda. Chast' I. Naselenie* [Census of Moscow on January 31, 1902. Part I. The population]. Moscow, 1904, 176 p.
23. [Full Code of Laws of the Russian Empire]. Saint-Petersburg, 1830, Vol. XXIV.
24. Sidorov A.L. *Finansovoe polozhenie Rossii v gody pervoi mirovoi voyny, 1914-1917 gg.* [The financial situation of Russia during the First World War, 1914-1917.]. Moscow, AN SSSR Publ., 1960.
25. *Statisticheskie dannye, otnosyashchiesya k gorodu Petrogradu i Petrogradskomu go-rodskomu khozyaistvu* [Statistics related to the city of Petrograd and the Petrograd City Economy]. Petrograd, 1916.
26. *Statisticheskii ezhegodnik goroda Moskvy. Vyp. 4-i. 1911-1913* [Statistical yearbook of the city of Moscow. Issue. 4th. 1911-1913]. Moscow, 1916.
27. Fedulov N. *Sankt-Peterburg po perepisi 15 dekabrya 1900 goda. Naselenie* [St. Petersburg according to the census December 15, 1900. Population] Issue. 2, Saint-Petersburg, 1903.
28. Shaporina L.V. *Dnevnik. Rossiya v memuarakh* [A diary. Russia in memoirs]. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie Publ., Vol. 1, 2017.
29. *Ekonomicheskoe obozrenie* [Economic Review]. 1916, no. 1.