

ثقافة صناعة السيارات في الولايات المتحدة الامريكية نهاية العشرينيات القرن الماضي:

بحلول نهاية العشرينيات من القرن الماضي، كان الأمريكيون غارقين في صعود ثقافة المستهلك الحديثة، بدأت تهدأ العديد من التوترات الثقافية المريرة التي قسمت الأمريكيين، أدى نمو الفرص الجديدة والمثيرة لشراء السيارات والأجهزة والملابس الأنيقة إلى جعل الصراعات الثقافية في البلاد تبدو أقل أهمية، من شأن انهيار الاقتصاد الجديد في نهاية العقد أن يولد نقاشات اقتصادية شديدة مثل الصراعات الثقافية في أوائل ومنتصف عشرينيات القرن الماضي.

كان اثنان من عمالقة أصحاب شركات السيارات هنري فورد وألفريد سلون، يرمزان إلى التحولات العميقة التي حدثت في الصناعة الأمريكية خلال عشرينيات القرن الماضي في عام 1913، أحدثت سيارة فورد ثورة في التصنيع الأمريكي من خلال إدخال خط التجميع الآلي، باستخدام أحزمة ناقلية لجلب قطع غيار السيارات للعمال، قلل من وقت التجميع لسيارة فورد من 12 ساعة ونصف في عام 1912 إلى ساعة ونصف فقط في عام 1914 وقد سمح انخفاض تكاليف الإنتاج لشركة فورد بخفض أسعار السيارات ست مرات بين عامي 1921 و 1925، تم تخفيض تكلفة سيارة فورد الجديدة إلى 290 دولاراً فقط، كان هذا المبلغ أقل من أجر ثلاثة أشهر للعامل الأمريكي العادي، جعلت السيارات بأسعار معقولة للعائلة العادية لخفض معدل دوران الموظفين وزيادة الإنتاجية، أدخلت شركة فورد حداً أدنى للأجور قدره 5 دولارات في عام 1914 (ضعف ما يكسبه معظم العمال) واختصر يوم العمل من تسع ساعات إلى ثماني ساعات. بعد اثني عشر عاماً، قلص فورد أسبوع عمله من ستة أيام إلى خمسة أيام أثبتت فورد المنطق الديناميكي للإنتاج بالجملة: أن التوسع في الإنتاج يسمح للمصنعين بتقليل التكاليف، وبالتالي زيادة عدد المنتجات المباعة، وأن الأجور الأعلى تسمح للعمال بشراء المزيد من المنتجات

قام ألفريد سلون، رئيس شركة جنرال موتورز عام 1923 ببناء شركته لتصبح أكبر شركة لصناعة السيارات في العالم، ليس من خلال تحسين عملية الإنتاج، ولكن من خلال تبني أساليب جديدة للإعلان والتسويق لخص سلون فلسفته بهذه الكلمات الصريحة: "كان الهدف الأساسي للشركة هو كسب المال، وليس فقط صناعة السيارات". على عكس فورد، ابن المزارع الذي أراد إنتاج سيارة غير مكلفة وعملية مع القليل من الارتوش (قال فورد إن زبائنه يمكن أن يكون لديهم أي لون يريدونه طالما كان أسوداً)، كان سلون مقتنعاً بأن الأمريكيين كانوا على استعداد لدفع المزيد مقابل ذلك الفخامة والهيبة، أعلن عن سياراته كرموز للثروة والمكانة في عام 1927، قدم تغيير النموذج السنوي لإقناع سائقي السيارات بالتداول في الموديلات القديمة بأحدث الطرازات ذات التصميم الأكثر إشراقاً كما طور سلسلة من أقسام السيارات، متباينة حسب الحالة والسعر ومستوى الرفاهية ومن ثم ، كانت سيارات شيفروليه أقل تكلفة من بويكس أو كاديلاك، أسس أول وكالة ائتمان استهلاكي وطنية في البلاد في عام 1919 لجعل سياراته ميسورة التكلفة إذا أظهر هنري فورد فعالية الإنتاج الضخم ، فقد كشف سلون عن أهمية الترويج في مجتمع استهلاكي حديث.

كانت السيارات رمزاً للمجتمع الاستهلاكي الجديد الذي ظهر في عشرينيات القرن الماضي في عام 1919، كان هناك 6.7 مليون سيارة فقط على الطرق الأمريكية. بحلول عام 1929 ، كان هناك أكثر من 27 مليون سيارة - أو ما يقرب من سيارة واحدة لكل أسرة في الولايات المتحدة في ذلك العام، كان أميركي واحد من بين كل خمسة يملك سيارة ، مقارنة بواحد من كل 37 إنجليزي وواحد من كل 40 مالك سيارة فرنسي شجع مصنعو السيارات والبنوك الجمهور على شراء سيارة أحلامهم بالدين وهكذا، بدأ الشعب الأمريكي ينخرط لشراء السيارات في عام 1929، اشترت ربع جميع العائلات الأمريكية سيارة، اشترى حوالي 60 في المائة سيارات بالائتمان، ودفعوا في كثير من الأحيان أسعار فائدة بنسبة 30 في المائة أو أعلى

أحدثت السيارات ثورة في طريقة الحياة الأمريكية ادعى المتحمسون أن السيارة عززت التجمع العائلي من خلال الجولات المسائية والنزهات ورحلات نهاية الأسبوع شجب النقاد الخلافات بين الآباء والمراهقين حول استخدام السيارة والانخفاض الواضح في حضور الكنيسة نتيجة نزهات الأحد والأسوأ من ذلك كله، أن النقاد المشحونين هم أن السيارات أعطت الشباب الحرية والخصوصية، وكانت بمثابة "غرف نوم محمولة" يمكن للأزواج أخذها في أي مكان

غيرت السيارة أيضاً المشهد الأمريكي، وسرعان ما ألغت كل آثار الحصان وعربات التي تجرها الدواب، خلال العشرينات من القرن الماضي، ضاعفت الدولة نظام الطرق والطرق السريعة، أنفقت الإدارة الأمريكية أكثر من 2 مليار دولار سنوياً في بناء الطرق وصيانتها، بحلول عام 1929 كان هناك 852 ألف ميل من الطرق في الولايات المتحدة، مقارنة بـ 369 ألف ميل فقط في عام 1920 كما تسببت السيارة أيضاً في التلوث والازدحام وحوالي 30 ألف حالة وفاة مرورية سنوياً

قدمت صناعة السيارات حافزا هائلا للاقتصاد الوطني بحلول عام 1929، أنتجت الصناعة 12.7 في المائة من إجمالي الإنتاج الصناعي، ووظفت واحداً من كل 12 عاملاً السيارات بدورها، حفزت نمو صناعات الصلب والزجاج والمطاط، إلى جانب محطات البنزين ونزل السيارات والمخيمات وأكشاك النقانق التي تنتشر على طرق البلاد.

أحدثت لثورة صناعة السيارات تغييراً اجتماعياً له مخلفته البعيدة في مختلف مظاهر الحياة الأمريكية كان أهمها نمو المدن والقرى بسرعة شاسعة ومعتمدة بشكل كلي على السيارات بعد أن كانت تعتمد على السكك الحديدية، توسيع طرق التجارة ونشاط اقتصادي ملحوظ بين الولايات والمدن المجاورة، إضافة الى فسخ مجال التنافس في التجارة بعد ان أقتصرت المسافات الطويلة، وبوقت أقصر اتاحت الفرصة الى الانتقال من مكان الى آخر أنهى عصر السيارات عزلة سكان الريف وأصبح المزارع في عام 1925 يجعل اقتنائه لسيارة يقدمه على طلاء

مسكنه، وكما زاد عصر السيارات من سرعة الحياة وكشفت طرق جديدة لقضاء وقت الفراغ.