

ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ДВИЖЕНИЕ КОНТРАКУЛЬТУРЫ В США ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XX ВЕКА

Дается анализ социокультурной ситуации, становлению общества потребления и движению контркультуры в США во второй половине XX века, освещаются последствия процесса тотальной коммерциализации американского общества, а также контркультурное движение, которое представляло собой общественную реакцию на доминирование потребительских ценностей в культуре США.

общество потребления, коммерциализация общества, США, контркультура, ценности, духовная сфера личности, консьюмеризм, культурные левые, хиппи.

Проблема кризиса ценностей активно обсуждается в США начиная со второй половины XX века. В большой степени это связано с тем, что ориентация на достижение общества всеобщего благосостояния имела одностороннее развитие, направленное, прежде всего, на обеспечение материального благополучия граждан. Этот кризис достиг такой глубины к концу XX века, что крупные политики и политологи

с противоположными взглядами – неоконсерваторы и неолибералы – начали предлагать многочисленные варианты решения проблемы в своих аналитических публикациях²³. Несмотря на непримиримые противоречия, объединяло идеологических противников понимание того, что общество потребления оказывает негативное влияние на духовную сферу личности. Гедонистская мораль задает модели поведения, ставящие под угрозу важнейшие социально-культурные институты общества, такие, как семья, образовательные учреждения, местное сообщество.

По мнению З. Бжезинского, доминирующая в американском обществе культура больше тяготеет к массовым развлечениям, в которых господствуют гедонистские мотивы и темы ухода от социальных проблем: «...США и странам Западной Европы оказалось трудно совладать с культурными последствиями социального гедонизма и резким падением в обществе центральной роли ценностей, основанных на религиозных чувствах. Возникший в результате кризис культуры осложнялся распространением наркотиков и, особенно в США, его связью с расовыми проблемами. И, наконец, темпы экономического роста уже не могут больше удовлетворять растущие материальные потребности, которые стимулируются

²³ Бжезинский З. Великая шахматная доска. Господство Америки и его геостратегические императивы. М. : Международные отношения, 2000 ; Gore A. The Earth of Balance. Boston : Houghton Muffin, 1992.

культурой, на первое место ставящей потребление. Не будет преувеличением утверждение, что в наиболее сознательных кругах западного общества начинает ощущаться чувство исторической тревоги и, возможно, даже пессимизма»²⁴. Тотальная коммерциализация общества сопровождается активной коммерциализацией детской и молодежной среды. Дети и молодежь рассматриваются маркетологами как полноценный и динамично растущий сегмент рынка. А. Дёрнинг, старший научный сотрудник Института мировых исследований (Worldwatch Institute), приводит следующие данные: «Американские дети и тинэйджеры просматривают около 3 часов рекламных роликов в неделю – 20 тысяч роликов в год, что составляет примерно 360 тысяч рекламных роликов к моменту окончания школы. Стоимость «детского» рынка в 1990 году составила 75 миллиардов долларов, затраты компаний на «детский» маркетинг – 500 миллионов долларов, что в пять раз больше, чем в предыдущее десятилетие»²⁵.

Р. Патнэм, автор бестселлера 2000 года «Боулинг в одиночестве: коллапс и возрождение американского сообщества» утверждает, что американское гражданское общество быстро разрушается, все более растет отчуждение американцев от семьи, соседей, общины, других социальных институтов²⁶. Патнэм опирается на большой фактологический материал, который показывает, что американцы за последние 20–30 лет все меньше участвуют в различных общественных мероприятиях, сокращается членство в клубах, ассоциациях и других некоммерческих организациях. Растущее отчуждение, разрушающее социальную ткань гражданского общества, которое описывает Патнэм, является следствием продолжительного периода тотального консьюмеризма и стремлением к достижению наивысшей степени комфорта. Потребительские ценности занимают доминирующее положение в культуре.

Первоначально, как указывают Л. Гитман и К. МакДениел, термин «консьюмеризм» в США означал «организованные усилия граждан, деловых кругов и правительства по защите потребителей»²⁷. Консьюмеризм ассоциировался

с движением в защиту прав потребителей, получившим широкую известность благодаря деятельности адвоката Р. Надера, прозванного «бичом корпоративной морали»²⁸. Однако негативные тенденции в развитии потребительского общества привели к тому, что критики неограниченного потребления стали использовать термин «консьюмеризм» для определения потребления как такового и его,

²⁴ Бжезинский З. Великая шахматная доска. С. 251.

²⁵ Durning A.T. An Ecological Critique of Global Advertising // Environmental Ethics. Readings in Theory and Application / ed by P.L. Posman. Boston ; L. : Jones and Bartlet Publishers, 1994. P. 487.

²⁶ Putnam R.D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. N.Y. : Simon & Schuster, 2000.

²⁷ Gitman L.J., McDaniel C. The World of Business. Cincinnati : South-Western Publishing Co., 1992. P. 753.

²⁸ Webster's New World Encyclopedia. N.Y. : Prentice Hall, 1992. P. 576.

в первую очередь, отрицательного влияния на ценностные ориентации американцев²⁹. Авторы книги «Потребительское общество» подчеркивают, что потребительское общество нарушает стабильность семей и общин, выдвигая потребление в качестве единственной сферы, в которой культивируется личное достоинство, подрывая гармоничное развитие молодого поколения³⁰. Общество консюмеризма поставило человека на службу системе. Никогда слова Э. Фромма

о времени становления капитализма (XVI век) не звучали более актуально, чем в США второй половины XX века: «Продуктивность приобрела роль одной из высочайших моральных ценностей. В то же время стремление к богатству и материальному успеху стало всепоглощающей страстью»³¹. Не будет преувеличением сказать, что рекламные ролики на американском телевидении изредка прерываются короткими передачами, «мыльными операми» и эпизодами кинофильмов, которые в свою очередь косвенно рекламируют торговые марки различных компаний. То же самое можно сказать о периодических изданиях. Потребительские ценности небезуспешно претендуют на место моральных и духовных ценностей. В последнее десятилетие XX века экономисты и профессора бизнес-школ обрушили на американцев поток «предупреждений» о возможной потере экономического мирового лидерства США в ближайшем будущем.

Дж. Грейсон Младший и К. О'Делл, авторы одного из таких предупреждений, книги «Американский менеджмент на пороге XXI века» предельно конкретны в формулировке своих целей: «...мы стараемся внушить беспокойство американцам. Слава США как индустриального лидера улетучивается, и эта книга написана в надежде внушить потребность в немедленных действиях для ее восстановления»³². Фромм считал такое намеренное насаждение беспокойства свойством бюрократически организованного и централизованного индустриального государства, где вкусы манипулируются таким образом, чтобы люди потребляли как можно больше. Фромм утверждает, что «бюрократически-индустриальная цивилизация, преобладающая в Европе и Северной Америке, создала новый тип человека, которого можно обозначить как *человека организации, человека-автомата* и как *homo consumens*»³³. Уже в 1970 году Э. Тоффлер предупреждал о ценностной дезориентации, вызванной развитием «супериндустриального» общества, указывая, что, «несмотря на свои экстраординарные успехи в искусстве, науке, интеллектуальной, моральной и политической жизни, США являются страной, в которой десятки тысяч молодых

²⁹ См. напр.: Bellah R.N., Madsen R., Sullivan W.M., Swidler A., Tipton S.M. The Good Society. N.Y. : Vintage Books, 1992. P. 211.

³⁰ The Consumer Society / ed. by N. Goodwin, F. Ackerman, D. Kiron. Washington, 1997.

³¹ Фромм Э. Бегство от свободы. М. : Прогресс, 1990. С. 58–59.

³² Грейсон Дж. Младший, О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. М. : Экономика, 1991. С. 27.

³³ Фромм Э. Душа человека. М. : Республика, 1992. С. 43.

людей спасаются от действительности, выбирая наркотическое отупение; страной, в которой миллионы взрослых ввергают себя в постоянный телевизионный ступор или в алкогольный туман; страной, в которой легионы пожилых людей прозябают и умирают в одиночестве; в которой бегство из семьи и от принятой ответственности становится массовым; в которой широкие массы подавляют свои страстные желания различными транквилизаторами и психотропными препаратами»³⁴.

З. Бжезинский в своем труде «Вне контроля» приводит пространный список внутренних проблем, с которыми столкнулась Америка в последние десятилетия XX века³⁵. Мы ограничимся перечислением только тех из них, которые носят ярко выраженный социокультурный характер и свидетельствуют о кризисе системы ценностей в условиях потребительского общества.

Рост преступности и насилия. Система торговли оружием в США обеспечивает легкий доступ к нему практически всех категорий населения. Массовая кино- и телевизионная культура, являясь основой американской индустрии развлечений с годовым бюджетом 160 миллиардов долларов³⁶, пропагандирует насилие и социальную безответственность. В июне 1999 года Президент Билл Клинтон в специальном обращении к нации заявил: «Нашим детям скормливают ежедневную дозу насилия. К 18-летию каждый американец видит 200 тысяч сцен насилия и 400 тысяч сцен убийств. Детей это привлекает, они становятся более черствыми, в некоторых случаях у особенно впечатлительных из них появляется вкус к насилию. За последние 30 лет было проведено около 300 исследований. Все они указывают на связь между постоянным воздействием развлечений, насыщенных насилием, и жестокостью детей в жизни»³⁷.

Распространение массовой наркотической культуры. Как правило, центрами распространения наркотиков являются бедные городские районы, в которых наркотики рассматриваются либо как средство освобождения от депрессивной реальности, либо как средство освобождения от бедности. Ежегодные прибыли от продажи наркотиков в США в 1995 году оценивались примерно в 100 миллиардов долларов³⁸.

Рост чувства социальной безнадежности. Для многих американцев, живущих на грани бедности, а также бездомных, это чувство стало ежедневной реальностью. К этой категории людей можно отнести и несколько миллионов американских граждан, которые во втором поколении, а некоторые и в третьем живут на социальные пособия. С 1996 по 1999 год, по данным Бюро переписи

³⁴ Тоффлер Э. Шок будущего. М. : АСТ, 2002. С. 399.

³⁵ Brzezinski Z. Out of Control. N.Y. : Touchstone, 1995. P. 106–107.

³⁶ Bellah R.N., Madsen R., Sullivan W.M., Swidler A., Tipton S.M. The Good Society. P. 49.

³⁷ Цит. по: Раснер М. Стрельба в американских школах // Правозащитник. 2000. № 2. С. 91.

³⁸ Brzezinski Z. Out of Control. P. 106.

населения США, к бедным отнесены около 11 процентов американского населения, а 34,2 процента хотя бы раз находились у черты бедности ³⁹.

Растущее ощущение духовной пустоты. Для многих американцев существующие религиозные институты кажутся излишне ритуализированными, не связанными с их жизненными дилеммами. В свою очередь церкви неспособны противостоять натиску массовой культуры, проповедующую моральную распущенность. С. Шапиро, один из руководителей программы «Социальные основы образования» (Social Foundations of Education), следующим образом определяет влияние потребительского общества на морально-этические установки подрастающего поколения: «Проникающее влияние рынка на организацию нашего мира разрушает и приватизирует наши жизни. Акцент рынка на соревновательный индивидуализм порождает культуру, в которой личный интерес и личная выгода являются более значимыми, чем ощущение взаимозависимости и связи между людьми. И нигде эта философия не является более влиятельной, чем в школьном классе, который служит теплицей, где заботливо лелеется культура конкуренции и личного интереса» ⁴⁰.

Современный американский консьюмеризм уходит своими корнями в 50–60-е годы XX века, когда мечты многих американцев о достижении материального благополучия и достойного социального статуса стали реальностью. К началу 60-х годов, впервые в истории США, большинство американцев владели своими собственными домами, автомобилями и бытовыми приборами, позволяющими сэкономить время и усилия их владельцев. Для многих собственный дом был центром забот, семейной ответственности и символом жизненных устремлений. Типичный американский дом стал подтверждением личностных и семейных достижений, социального положения, нес в себе ценности комфорта, защищенности и респектабельности, связанных с принадлежностью к среднему классу. Образ счастливой, стабильной семьи 50-х годов, который популяризировался

в средствах массовой информации того времени, как правило, состоял из ответственного отца-добытчика, жены-хранительницы домашнего очага и двух-трех цветущих детишек, растущих в чистой, здоровой, свободной от преступности среде ухоженного городского пригорода ⁴¹. Этот образ представлял собой социальный идеал для большинства американских граждан. В частной сфере близость, сплоченность и достижения в спорте, искусстве, прикладном творчестве имели наивысшую ценность, делали жизнь наполненной. Общественная жизнь включала в себя деятельность за пределами круга семьи и друзей: работу, школу, коммуникацию с коммерческими и государственными службами. Вся эта деятельность была средством достижения личных целей, и общественная сфера рассматривалась в качестве

³⁹ Stern S. Poverty Dynamics: 2001–2003. US Census Bureau, 2008. URL : <http://www.census.gov/hhes/www/poverty/publications/dynamics01/PovertyDynamics.pdf>.

⁴⁰ Shapiro S. Killing kids: the new culture of destruction // Tikkun. 1998. July – August. P. 48.

⁴¹ Brinkley A. The Unfinished Nation. N.Y. : McGraw-Hill Inc., 1993. P. 782–783.

инструментария для их достижения. Частная сфера в отличие от общественной была полностью самодостаточной, и подобное разделение социального мира выглядело как серьезное завоевание на пути к свободе, которое обеспечивало ценностный плюрализм. Этот плюрализм в свою очередь обеспечивал личности возможность выполнения собственного жизненного плана с минимальным вмешательством со стороны других людей.

Однако уже в то время появились критики, обращавшие внимание общественности на негативные аспекты жизни среднего класса. В начале 60-х годов Л. Мамфорд, описывая массовое движение в пригородные территории, называл пригороды низкопробной униформистской средой, бегство из которой бесполезно⁴². Социальный философ Д. Райзман предостерегал от опасной тенденции концентрировать все устремления личности на достижении социального признания⁴³. С. Миллс в книге «Белый воротничок» представлял общество как огромный магазин, гигантский файл, корпоративный мозг, новую вселенную менеджмента и манипуляции⁴⁴.

Унификация и стандартизация общественных отношений привела к тому, что к концу 60-х годов так называемые «культурные левые», или «академические левые», в основном представители различных философских направлений,

в том числе и культурной антропологии, занялись разработкой концепций, призванных научить американцев распознавать и признавать «другость». Р. Рорти

в своей книге «Обретая нашу страну: политика левых в Америке XX века» пишет, что «для этой цели левые помогли составить такие академические дисциплины, как история женщин, история черных, дисциплины о сексуальных меньшинствах, об испано-американцах и о мигрантах»⁴⁵. По мнению автора, «культурные левые» добились необычайных успехов. Новые академические программы помогли сократить количество проявлений нетерпимости и садизма в американском обществе. Таким образом, умышленное унижение стало менее социально допустимым, чем это было в течение первых шестидесяти лет XX столетия. По сути, «культурные левые» расширили рамки традиционного сегрегационного гуманизма, помогли включить в активные социальные отношения людей, олицетворявших «другость» и в связи с этим испытывавших разнообразные формы социально допустимого садизма. Подводя итог их деятельности, Рорти отмечает: «С 60-х годов в законах нашей страны мало что изменилось к лучшему, за исключением нескольких решений Верховного суда.

⁴² Mumford L. The City in History: Its Origins, Its Transformation, and Its Prospects. N.Y. : Harcourt, Brace, 1961. P. 486.

⁴³ Reisman D., Glazer N., Denney R. The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character. New Haven : Yale University Press, 1950.

⁴⁴ Mills C.W. White Collar: The American Middle Classes. N.Y. : Oxford University Press, 1951. P. XV.

⁴⁵ Рорти Р. Обретая нашу страну: политика левых в Америке XX века. М. : Дом интеллектуальной книги, 1998. С. 90.

Но произошли гигантские изменения в стиле наших отношений друг с другом»⁴⁶. Усилия «культурных левых» были поддержаны молодыми американцами – студентами колледжей, в стенах которых обсуждались идеи создания обновленного общества людей, которые восстанут против власти элиты, заставят ее остановить участие страны в грязной вьетнамской войне, отменят расовую и экономическую несправедливость и изменят политическую жизнь страны. Однако для части студенчества участие в этом процессе было связано с несколько другими целями, которые можно определить как стремление к персональному освобождению. Это стремление выразилось в попытках создания новой культуры, которая давала возможность избежать антигуманистических последствий потребительского общества и технократии. Новая молодежная культура, получившая название «контркультура», демонстрировала открытое презрение к ценностям и удобствам среднего класса, который представлял собой основу потребительского общества. Наиболее явным проявлением контркультуры было изменение стиля жизни. Демонстрируя отвращение к потребительским стандартам, молодые американцы стали отращивать длинные волосы, окрашивать одежду во все цвета радуги и зашивать ее до дыр. К радикальным проявлениям контркультуры можно отнести активное увлечение молодежи курением марихуаны и употребление более сильных галлюциногенов (ЛСД, псилоцибин, гашиш, мескалин и др.), которые служили социальными ускорителями, помогая радикально изменять ощущения, укрепляя веру в то, что общепринятые социальные нормы и институты являются спорными, несущественными и коррумпированными⁴⁷. В 1966 году после официального запрещения ЛСД один из сторонников его свободного употребления Тимоти Лири основал «Лигу духовного открытия» (League for Spiritual Discovery), целью которой была легализация ЛСД и марихуаны как религиозных святынь⁴⁸.

Показное иконоборчество и гедонизм (отказ от карьерных и потребительских устремлений старшего поколения) представителей контркультуры основывались на философии, противоположной философии потребительского общества. Контркультура бросала вызов самой структуре современного американского общества, обличая его обыденность, духовную пустоту, искусственность, изоляцию от природы. В скандальном манифесте контркультуры «Сделай это!» Джерри Рубин заявляет, что умирающая американская культура разрушает все, к чему она прикасается. С точки зрения Рубина, язык является одним из индикаторов этого процесса: «Никто больше не использует слова для общения. Слова потеряли их эмоциональное воздействие, интимность, способность шокировать и создавать любовь. Язык предотвращает общение. МАШИНЫ

⁴⁶ Там же. С. 91.

⁴⁷ Kamin J. Counterculture. URL : The 1996 Grolier Multimedia Encyclopedia. Grolier Electronic Publishing, Inc., 1995.

⁴⁸ Ibid.

ЛЮБЯТ ШЕЛЛ⁴⁹. Как я могу сказать «Я люблю тебя» после того, как я слышу «МАШИНЫ ЛЮБЯТ ШЕЛЛ». Кто-нибудь понимает, что я имею в виду? Контроль над ниггерами называется «закон и порядок». Воровство называется «капитализмом». «РЕВОЛЮЦИЯ» В ТУАЛЕТНОЙ БУМАГЕ! «РЕВОЛЮЦИЯ» В БОРЬБЕ С ЗА-ПАХОМ ИЗО РТА! «РЕВОЛЮЦИОННЫЙ» ГОЛЛИВУДСКИЙ ФИЛЬМ! Разве у капиталистов совсем нет уважения?»⁵⁰. Рубин призывает молодежь к гражданскому неповиновению, уничтожению ценностей потребительского общества, поиску новых путей развития: «Мы будем делать все, что запрещено. Мы будем возмущать Америку до тех пор, пока буржуазия не сдохнет от апоплексии. Мы превратим американские колледжи в нудистские лагеря. Мы найдем новые пути сосуществования и воспитания наших детей»⁵¹.

Радикально настроенная молодежь, называвшая себя «хиппи», отрицала традиционную семью, заменяя концепцию брака концепцией свободной любви. На практике это выражалось в том, что молодые люди жили совместными группами, называвшимися коммунами, устойчивость которых базировалась лишь на желании ее членов оставаться вместе. Сексуальные отношения в коммунах строились на основе взаимного притяжения членов группы. Хиппи призывали к жизни сегодняшним днем. «Плыть по течению» – было их девизом. Они предпочитали «отрываться», нежели быть зажатыми социальными нормами. Квазирелигиозная природа психоделических опытов многих молодых людей привела к тому, что в молодежной среде резко возросла популярность восточных философских систем, таких, как йога и дзен-буддизм, а также западных оккультных течений (астрология, таро, гадания, магия и колдовство)⁵².

Как отмечают Н.М. Травкина и В.С. Васильев в статье «Духовные основы современной американской цивилизации», контркультурная система ценностей отвергала рационализм как метод мышления, применимый в основном к материальным сторонам бытия⁵³. Ценности контркультуры, казалось, предлагали выход из плена консьюмеризма, показывали путь к достижению духовного удовлетворения. Контркультура активизировала процесс, центральный для понимания американской культуры второй половины XX века, – процесс эмансипации личности. В ходе этого процесса были созданы условия для самовыражения личности, наиболее полного раскрытия ее внутреннего, творческого и духовного потенциала.

⁴⁹ Известная марка машинного масла в США. – *Прим. А.С.*

⁵⁰ Rubin J. Do It! N.Y. : Social Education Foundation, 1970. Inc. P. 42.

⁵¹ Rubin J. Do It! P. 44.

⁵² Kamin J. Counterculture.

⁵³ Травкина Н.М., Васильев В.С. Духовные основы современной американской цивилизации // США. Канада. 1995. № 8. С. 84–95.

Несмотря на то, что контркультурное движение как специфическое общественное явление к 1980-м годам практически растворяется в американской культурной мозаике, важное значение феномена контркультуры как процесса сопротивления ценностям потребительского общества в США неоспоримо. Контркультура расширила границы сознания американцев, привнесла в их жизнь культурный и политический плюрализм, сделала общество более толерантным к проявлениям «другости» и «инакости», помогла сохранить нематериальные (духовные и культурные) ценности, лежащие в основе сопротивления суперпотреблению.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ

1. Бжезинский, З. Великая шахматная доска. Господство Америки и его геостратегические императивы [Текст] : моногр. – М. : Международные отношения, 2000. – 256 с.
2. Грейсон, Дж. Младший Американский менеджмент на пороге XXI века [Текст] : моногр. / Дж. Грейсон Младший, К. О'Делл. – М. : Экономика, 1991. – 319 с.
3. Раснер, М. Стрельба в американских школах [Текст] // Правозащитник. – 2000. – № 2.
4. Рорти, Р. Обретая нашу страну: политика левых в Америке XX века [Текст] : моногр. – М. : Дом интеллектуальной книги, 1998. – 128 с.
5. Тоффлер, Э. Шок будущего [Текст] : моногр. – М. : АСТ, 2002. – 557 с.
6. Фромм, Э. Бегство от свободы [Текст] : моногр. – М. : Прогресс, 1990. – 288 с.
7. Фромм, Э. Душа человека [Текст] : моногр. – М. : Республика, 1992. – 429 с.
8. Bellah, R.N. The Good Society [Text] : monogr. / R.N. Bellah [et al.]. – N.Y. : Vintage Books, 1992. – 368 p.
9. Brinkley, A. The Unfinished Nation [Text] : monogr. – N.Y. : McGraw-Hill Inc., 1993. – 544 p.
10. Brzezinski, Z. Out of Control [Text] : monogr. – N.Y. : Touchstone, 1995. – 256 p.
11. Durning A.T. An Ecological Critique of Global Advertising // Environmental Ethics. Readings in Theory and Application / ed by P.L. Posman. Boston ; L. : Jones and Bartlet Publishers, 1994. P. 487.
12. Environmental Ethics. Readings in Theory and Application [Text] / ed. by P.L. Posman. – Boston ; L. : Jones and Bartlet Publishers, 1994. – 784 p.
13. Gitman, L.J. The World of Business [Text] : monogr. / L.G. Gitman, C. McDaniel. – Cincinnati : South-Western Publishing Co., 1992. – 792 p.
14. Gore, A. The Earth of Balance [Text] : monogr. – Boston : Houghton Muffin, 1992. – 416 p.
15. Kamin J. Counterculture [Electronic resource]. – Access : The 1996 Grolier Multimedia Encyclopedia. Grolier Electronic Publishing, Inc., 1995.
16. Mills, C.W. White Collar: The American Middle Classes [Text] : monogr. – N.Y. : Oxford University Press, 1951. – 378 p.
17. Mumford, L. The City in History: Its Origins, Its Transformation, and Its Prospects [Text] : monogr. – N.Y. : Harcourt, Brace, 1961. – 657 p.
18. Putnam, R.D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community [Text] : monogr. – N.Y. : Simon & Schuster, 2000. – 544 p.

19. Reisman, D. The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character [Text] : monogr. / D. Reisman, N. Glazer, R. Denney. – New Haven : Yale University Press, 1950. – 359 p.
20. Rubin J. Do It! – N.Y. : Social Education Foundation, 1970. Inc. P. 42.
21. Shapiro S. Killing kids: the new culture of destruction // Tikkun. – 1998. – July – August.
22. Stern S. Poverty Dynamics: 2001–2003. US Census Bureau, 2008. [Electronic resource]. – Access : <http://www.census.gov/hhes/www/poverty/publications/dynamics01/PovertyDynamics.pdf>.
23. The Consumer Society [Text] / ed. by N. Goodwin, F. Ackerman, D. Kiron. – Washington, 1997. – 385 p.
24. Webster's New World Encyclopedia [Text]. – N.Y. : Prentice Hall, 1992. – 1230 p.

A. V. Solovyev

**Consumption Society
and Counterculture in the USA
in the Second Half of the 20th Century**

The article analyzes the socio-cultural situation and the formation of consumption society and counterculture in the USA in the second half of the 20th century. The paper also treats the consequences of the total commercialization of the American society and the formation of counterculture as a reaction to the predominance of material values.

consumption society, commercialization of society, the USA, counterculture, values, spiritual sphere, consumerism, cultural leftist, hippie.