

УДК 177:343.9
ББК 88.7

А.Г. Анисимов

РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ МОРАЛИ В МЕХАНИЗМЕ ДЕТЕРМИНАЦИИ МОЛОДЕЖНОЙ КОРЫСТНО-НАСИЛЬСТВЕННОЙ ПРЕСТУПНОСТИ

В статье описывается специфика детерминации молодежной корыстно-насильственной преступности, связанная со становлением в России общества потребления и формированием особых противоречий, обуславливающих, в первую очередь, молодежную преступность не столько в силу традиционно существующих социальных противоречий (бедность, разрыв между богатыми и бедными и т. п.), сколько в силу деградации культуры и подмены нравственных ценностей.

Ключевые слова: молодежная преступность; общество потребления; консюмеризм; корыстно-насильственная преступность; культура и преступность; гедонизм.

A.G. Anisimov

THE ROLE OF CONSUMER MORALS IN THE MECHANISM DETERMINING YOUTH VENAL AND VIOLENT CRIMES

The paper describes specific factors determining youth venal and violent crimes that are connected with the development of consumer society in Russia. It also highlights the formation of certain contradictions which connect youth crimes not so much with traditional social conflicts (poverty, gap between the rich and the poor, etc.) but with the degradation of culture and the substitution of traditional moral values.

Key words: youth crimes; consumer society; consumerism; venal and violent crimes; culture and criminality; hedonism.

В зарубежной криминологии существует множество подходов к пониманию причин и условий преступности. В российской криминологической науке эти понятия так же не лишены различных толкований. В настоящей статье за основу взята социально-психологическая концепция причинности [8; 13], рассмотренная применительно к молодежи на фоне изменений последнего десятилетия XXI в.

Важную роль в детерминации преступного поведения играют деформации сознания, которые, проходя через сознание преступника, обуславливают преступную мотивацию [13, с. 96].

Исследование молодежной корыстно-насильственной преступности* показало, что около 20 % всех молодых преступников, со-

вершивших корыстно-насильственные преступления, были в достаточной степени благополучны: учились и (или) работали, имели материальный достаток. Вероятно, в механизме детерминации преступного поведения молодежи, помимо традиционного для лиц, совершающих корыстно-насильственные преступления, социального неблагополучия, лежат еще какие-то условия, формирующие негативные деформации сознания.

Прежде чем определить эти условия, следует остановиться на таком общественном феномене, как культура. Культура (от лат. *cultura* – возделывание, земледелие, воспитание, почитание [9, с. 315]) является, безусловно, полисемичным понятием, однако в рамках настоящей статьи мы рассмотрим это явление в связи с экономическими процессами. *Культура* – позитивный опыт и знания человека или группы людей, выработанные в процессе общественного производства и ассимилированные в одной из сфер жизни (в человеке, в политике, в искусстве, в быту и т. д.) [9, с. 318].

* Исследование региональной молодежной корыстно-насильственной преступности базировалось на результатах изучения статистики ИЦ ГУВД Иркутской области, Красноярского края, ИЦ МВД Республики Бурятия, а также контент-анализа 276 уголовных дел в Иркутской области, Красноярском крае и Республике Бурятия.

С течением времени и развитием общественных отношений понятие культуры стало включать в себя определенный набор предписаний, регулятивных механизмов, первоначально имеющих чисто утилитарное значение, связанное с конкретным общественным производством. Следует заметить, что речь идет о неких правилах, выработанных «опытным» путем, а не взятых произвольно. Помимо регуляторов отношений, культура выработала систему институтов, влияющих на общество, определяющих его развитие и сглаживающих противоречия. Культура в традиционном смысле подразумевает хотя бы минимальный баланс интересов разных слоев общества и при этом стремится к той самой *социальной гармонии* [10] через упорядочение общественного производства и как следствие – экономических процессов. Именно благодаря этим свойствам из глубокой древности до нас дошла *мораль*, как набор поведенческих предписаний, обусловленных культурой. Такие предписания детерминировали поведение правопослушных граждан посредством того, что мораль воздействовала на сознание человека и формировала *нравственность*, которая определяла мотивы конкретного поведения индивида. К основным общественным институтам традиционной культуры можно отнести церковь, семью, брак.

В рамках стабильного и консервативного традиционного общества культура была неотделима от общественных отношений, играла в них главенствующую роль. Наиболее последовательно культура традиционного общества оформилась на заре нового времени в «протестантской этике», которой были свойственны бережное отношение к деньгам и вещам, труду, в том числе и «бережный» подход во взаимоотношениях между людьми, как к залогоу стабильности обладания деньгами и вещами [6, с. 155–158].

Развитие капитализма в XX в. обусловило становление общества потребления, которое подразумевало активное участие людей в процессе потребления товаров и услуг, что так же, как и в предыдущие исторические периоды было обусловлено экономически, ведь если не формировать спрос, то это приведет к перепроизводству, и как следствие – к экономическому кризису, безработице и социальным потрясениям.

Не вдаваясь в полемику относительно сущности и структуры такого общественного уклада, выделим важные структурные черты консюмеризма*. Во-первых, это отделение природы и непосредственного человеческого труда от экономических процессов**. Во-вторых, формирование определенной психологии, сознания, обусловленного общественным укладом. Своего рода психология потребителя.

Практически все ученые – социологи, философы, экономисты – единодушны в оценках мотивационной сферы личности потребителя, для которой характерны завышенные стандарты потребления, тяга к удовольствиям, постоянное желание потратить, расточительство в противовес обоснованному, рациональному поведению [1; 5; 7; 17].

Именно благодаря становлению консюмеризма, культура традиционного общества перестает играть определяющую роль в поведении людей, как следствие весь ее положительный опыт оказывается бесполезным в новых условиях. Такие культурные изменения воспроизводят иную мораль, в которой общественная полезность, выработанная в рамках длительно существовавших устоев, подменена экономической целесообразностью поведения потребителя. Такая мораль, в свою очередь, проходя через сознание людей, формирует иные нравы.

Система общественных отношений, связанных с консюмеризмом, стремится разрушить традиционную культуру, подменяя ее ценности, ведь чем меньше ограничений – тем больше потребления. В основу традиционной культуры заложены общественно полезные ценности, выраженные в форме мифа (художественной формы осмысления действительности), в частности, о добре и зле (например, библейские заповеди), о Боге (как о неизбежной ответственности за социально неодобряемое поведение) и т. п. Система общественных отношений, обслуживающих общество потребления, всячески стремится

* Здесь и далее понятия «общество потребления» (англ. consumer society) и производное от него «консюмеризм» употребляются как тождественные.

** Так, в частности, Жан Бодрийяр рассматривает потребление в отрыве от естественной природы, считая его следствием возведенной в культ социальной дифференции, которая позволяет оправдать на любых условиях требование экономического роста [2].

вытеснить эти мифы, подменив их мифами о благе для потребителя (забота о собственном теле, эгоистические установки и т. п.). Между тем совершенно очевидно, что беспорядочные половые связи, алкоголизация, несоблюдение элементарных правил питания, употребление наркотиков, в общем, все то, что можно назвать «прихотью тела», в прямом смысле разрушает человека.

Подобные правила потребителю кажутся надуманными, несовременными, чересчур консервативными, далекими от яркого мира иллюзорной реальности, сформированной рекламой, телевидением, средствами массовой информации в обществе.

Например, проведенное анкетирование выявило, что 78 % опрошенных молодых людей на вопрос: «Каким источникам СМИ Вы отдаете наибольшее предпочтение?» ответили, что телевидению, а 52 % опрошенных признались, что доверяют средствам массовой информации, причем 68 % респондентов в качестве источника информации, которому они доверяют в наибольшей степени, назвали телевидение. Кроме того, на вопрос: «На какой вид рекламы Вы чаще всего обращаете внимание?» 55,5 % респондентов ответили, что на телевизионную рекламу и 17,9 % – бегущую строку на телевидении [4]. Как известно, именно телевидение стало после перехода страны к рыночным отношениям основным источником рекламы и инструментом формирования притязаний потребителя и общественного мнения.

Поэтому ценности традиционной культуры не воспринимаются потребителем всерьез, во многом благодаря тому, что в настоящее время они оторваны от общества конsumerизма, противоречат навязанным ему ценностям потребления, не доставляют немедленного удовольствия для обслуживания «культы тела».

Важно отметить, что традиционная культура не могла и не может быть разрушена одномоментно, это плавный, поэтапный процесс, однако мораль потребителя значительно проще «привить» молодежи как социальной группе, которая легче и лучше всего воспринимает все новое и не имеет четких собственных нравственных ценностей. Сделать это тем проще, чем ниже у молодежи уровень образования, кругозор, чем меньше способности понять и осмыслить происходя-

щее, выработать собственные убеждения и идеалы.

Например, в Иркутской области 55 % опрошенной молодежи в основном смотрят комедии по телевидению и около 53 % читают детективы и любовные романы, лишь 11 % признались, что читают классическую литературу, около 12 % – научно-популярную и учебную, однако это число меньше количества тех, кто признался, что вообще не читает книги – 17,8 % [4].

Такая же ситуация сложилась и в соседних регионах: Республике Бурятия и Красноярском крае. Очевидно, что такое информационное поле вряд ли способствует формированию у молодежи собственных суждений, мнения, гражданской позиции.

Между тем далеко не всем слоям общества доступен образ жизни потребителя, однако деформированное ценностями конsumerизма сознание потребителя создает своего рода «гедонистическую» мотивацию*, направленную на удовлетворение искусственно созданной потребности, за счет манипуляции сознанием масс в таком образе жизни. При отсутствии моральных ограничений, свойственных традиционной культуре, путь удовлетворения потребностей может пролегать через совершение как социально одобряемых поступков, так и преступлений.

Ключевым условием для совершения преступления может стать иная мораль, но откуда она может взяться? Наивно полагать, что человек, став потребителем, автоматически способен совершить преступление – для этого должно произойти переосмысление ценностей, сформироваться на групповом и индивидуальном уровне определенная установка. Такая деформация формируется в результате разрушения традиционной культуры, путем подмены мифов, идеалов и как следствие – морали традиционной моралью, сформированной рекламой, СМИ, а также другими механизмами (так называемое «ви-

* Говоря о специфике гедонистического мировоззрения, следует заметить, что гедонист позиционирует себя с позиции любителя сладкой жизни, в силу чего переступает в первую очередь нравственные (и как следствие – законодательные) запреты, руководствуясь эгоцентрической установкой «ибо мне так нравится», «я так хочу». Любые «рамки» поведения для гедониста не имеют значения, если, переступив их, он получит удовольствие, удовлетворит свою прихоть. Все это как не что иное свойственно уголовной субкультуре. Подробнее см. [11; 14; 16].

русное видео», мнение микросоциального окружения, негативные субкультуры и т. п.).

Важно отметить, что деформации общественной психологии в таком ключе, помимо влияния негативных социальных противоречий, существующих объективно, также формируются за счет *искусственно создаваемого информационного поля (часто мнимого), обуславливающего завышенный уровень притязаний индивида, извращенные, завышенные потребности при объективной невозможности немедленно его удовлетворения таких притязаний.*

Именно такой «потребительской» деформацией личности можно объяснить мотивацию преступного поведения относительно благополучных людей. Схожая модель формирования «потребительской» деформации психологии характерна любому обществу потребления, такая деформация – «побочный эффект» его культурной трансформации.

Эти процессы характерны и для России, где западная модель общества потребления начала оформляться после распада СССР в начале 90-х годов XX в. и, по-видимому, всерьез заявила о себе в период с начала 2000-х годов. Представляется очевидным, что моментальное превращение постсоветского общества в общество потребления маловероятно, однако такая трансформация возможна на базе уже имеющихся «наработок», способствующих формированию консюмеризма. Психология потребителя во многом напоминает психологию преступного поведения: это желание попробовать все, потратить, эгоизм, праздный образ жизни, жизнь одним днем, паразитизм, существование за счет других и т. д. В результате преступное поведение и преступность оказываются как никогда востребованными в обществе, где господствует мораль потребителя. Эта ситуация характерна для новой России, когда культура традиционная, больше неспособная обслуживать общественные интересы, замещается уголовной субкультурой и западной массовой культурой, формируется совершенно иная нравственность, зачастую одобряющая удовлетворение потребностей любым доступным способом, в независимости от его допустимости и правомерности.

Иркутская область традиционно является регионом сосредоточения криминальной субкультуры. Это связано и с традициями

освоения края, куда ссылали всех неугодных государству людей, а в первую очередь преступников, и с тем, что в области расположено большое количество уголовно-исправительных учреждений, способствующих ассимиляции лиц, ранее осужденных, на территории региона. Как следствие в области традиционно сильна уголовная субкультура, которая в условиях оформления общества потребления оказалась особенно востребована, ведь психология преступника тождественна психологии потребителя. Уголовная субкультура втягивает в себя в первую очередь молодежь, как резерв и гарант устойчивого сохранения такой общественной подсистемы.

Бурятия и Красноярский край находятся на востоке и западе Восточно-Сибирского региона, центром которого является традиционно криминальная Иркутская область. Подобное соседство не может не влиять на состояние криминальной субкультуры в этих субъектах. Именно на молодежи в первую очередь сказываются культурные изменения, ведь традиционная культура призвана оградить молодых людей от преступления и социализировать их, однако в силу подмены традиционной культуры, ее вытеснения, обусловленного экономическими процессами, социализации не происходит, что придает больший «авторитет» различным субкультурам вообще и криминальной субкультуре в первую очередь.

Официальные базовые институты без культурного наполнения разрушаются, а вслед за ними оказываются несостоятельными институты производные, в первую очередь суд и различные правоприменительные органы.

Рост легальных предложений работы для молодежи значительно отстает от нелегальных, преступных да и неспособен удовлетворять уровень гедонистических притязаний части молодежи. Например, средние доходы населения в Иркутской области, Красноярском крае и Республике Бурятия лишь в два раза превышали прожиточный минимум в этих же регионах [3; 15].

Несмотря на то, что прожиточный минимум в Красноярском крае был больше, чем в Московской области, средний доход населения в Красноярском крае был более чем в два раза ниже такого же показателя в Московской

области. Следует ли говорить о том, что уровень притязаний молодежи в Московской области и рассмотренных регионах Восточной Сибири мало чем отличается при очевидной разнице в реальных доходах?

Немалый вклад в проблему получения легальных доходов несут объективные процессы глобализации, в первую очередь свобода движения капитала и рабочей силы и связанная с ними трудовая миграция (часто нелегальная) иностранцев. В первую очередь речь идет о миграции так называемых «гастарбайтеров», которые создают небывалую конкуренцию «снизу», в результате чего снижается стоимость неквалифицированного рабочего труда, которым, как правило, и занимается молодежь с низким уровнем образования [17].

Таким образом, мораль потребителя становится ключевым условием формирования негативных деформаций сознания не только в среде «социального низа», но и в среде, близкой к среднему классу, а нередко и выше. Особенно легко такая мораль «приживается» в среде молодежи с низким уровнем образования, узким кругозором, к сожалению, в последнее время эти параметры с социальным благополучием связаны слабо.

Желание «жить красиво» можно реализовать по-разному, однако среди таких людей это желание реализуется посредством примитивной агрессии, применения насилия и в итоге выражается в совершении молодежных корыстно-насильственных преступлений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / пер. с англ. М.Л. Коробочкина. — М. : Весь Мир, 2004.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. — М. : Республика; Культурная революция, 2006.
3. Величина прожиточного минимума за 2009 г. по регионам России. Данные Госкомстата РФ за 2009 г. — URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi?pl=2340007> (дата обращения 26.02.2010).
4. Государственный доклад «Молодежь Иркутской области» за 2008 год. Приложение к части 2. — URL: <http://www.ampirk.ru/files/File/sait/gos%20doklad/prilozhenie%20k%20chasti%202.doc> (дата обращения: 26.02.2010).
5. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления // Логос. — 2000. — № 4.
6. Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. — М. : Наука, 1994.
7. Ильин В.И. Потребление как дискурс. — СПб. : Интерсоцис, 2008.
8. Кузнецова Н.Ф. Проблемы криминологической детерминации / под. ред. В.Н. Кудрявцева. — М. : Изд-во МГУ, 1984.
9. Культурология. XX век : энциклопедия в двух томах. — Т. 1 / гл. ред. и сост. С.Я. Левит. — СПб. : Университет. книга, 1998.
10. Номоконов В.А. Причинный комплекс преступности в современной России // Рос. криминол. взгляд. — 2009. — № 1.
11. Проблемы девиантного поведения молодежи : монография / под общ. ред. А.И. Числова, Н.В. Блажевича. — Тюмень: Тюмен. юрид. ин-т МВД РФ, 2007.
12. Репецкая А.Л., Анисимов А.Г. Молодежная преступность как следствие глобальных процессов современности // Вестн. Сиб. юрид. ин-та МВД России. — 2008. — № 1.
13. Репецкая А.Л., Рыбальская В.Я. Криминология. Общая часть : учеб. пособие. — Иркутск : Изд-во ИГЭА, 1999.
14. Солженицын А.И. Архипелаг ГУЛАГ. 1918—1956 : опыт художественного исследования : в 3 т. — Т. 2. — Кемерово : Кемер. кн. изд-во, 1990—1991.
15. Уровень доходов населения по регионам России. Данные Госкомстата РФ за 2009 г. — URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/urov_1sub.xls (дата обращения 26.02.2010).
16. Шаламов В.Т. Колымские рассказы. — Кн. 2. — М. : Рус. книга (Сов. Россия), 1992.
17. Miles S. Consumerism as a Way of Life. — London : SAGE Publications, 1998.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. *Bauman Z.* Globalizatsiya. Posledstviya dlya cheloveka i obshchestva / Per. s angl. M.L. Korobochkina. — M. : Ves' Mir, 2004.
2. *Bodriyyar Zh.* Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury / per. s fr., poslesl. i primech. E.A. Samarskoy. — M. : Respublika; Kul'turnaya revolyutsiya, 2006.
3. Velichina prozhitochnogo minimuma za 2009 g. po regionam Rossii. Dannye Goskomstata RF za 2009 g. — URL: <<http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi?pl=2340007>> (data obrashsheniya 26.02.2010).
4. Gosudarstvennyy doklad «Molodezh' Irkutskoy oblasti» za 2008 god. Prilozhenie k chasti 2. — URL: <http://www.ampirk.ru/files/File/sait/gos%20doklad/prilozhenie%20k%20chasti%202.doc> <<http://www.ampirk.ru/files/File/sait/gos%20doklad/gos%20doklad%203.doc>> (data obrashsheniya: 26.02.2010).
5. *Dzheymison F.* Postmodernizm i obshchestvo potrebleniya // Logos. — 2000. — № 4.
6. *Zombart V.* Burzhua: etyudy po istorii dukhovnogo razvitiya sovremennogo ekonomicheskogo cheloveka. — M. : Nauka, 1994.
7. *Il'in V.I.* Potreblenie kak diskurs. — SPb. : Intersotsis, 2008.
8. *Kuznetsova N.F.* Problemy kriminologicheskoy determinatsii / pod. red. V. N. Kudryavtseva. — M. : Izd-vo MGU, 1984.
9. Kul'turologiya. XX vek : entsiklopediya v dvukh tomakh. — T. 1 / gl. red. i sost. S.Ya. Levit. — SPb. : Universitet. kniga, 1998.
10. *Nomokonov V.A.* Prichinnyy kompleks prestupnosti v sovremennoy Rossii // Ros. kriminolog. vzglyad. — 2009. — № 1.
11. Problemy deviantnogo povedeniya molodezhi : monografiya / pod obshsh. red. A.I. Chislova, N.V. Blazhevicha. — Tyumen': Tyumen. yurid. in-t MVD RF, 2007.
12. *Repetskaya A.L., Anisimov A.G.* Molodezhnaya prestupnost' kak sledstvie global'nykh protsessov sovremennosti // Vestn. Sib. yurid. in-ta MVD Rossii. — 2008. — № 1.
13. *Repetskaya A.L., Rybal'skaya V.Ya.* Kriminologiya. Obshshaya chast' : ucheb. posobie. — Irkutsk : Izd-vo IGEA, 1999.
14. *Solzhenitsyn A.I.* Arkhipelag GULAG. 1918—1956 : opyt khudozhestvennogo issledovaniya : v 3 t. — Vol. 2. — Kemerovo : Kemer. kn. izd-vo, 1990-1991.
15. Uroven' dokhodov naseleniya po regionam Rossii. Dannye Goskomstata RF za 2009 g. — URL: <http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/urov_11sub.xls> (data obrashsheniya 26.02.2010).
16. *Shalamov V.T.* Kolymskie rasskazy. — Bk. 2. — M. : Rus. kniga (Sov. Rossiya), 1992.
17. *Miles S.* Consumerism as a Way of Life. — London : SAGE Publications, 1998.

Информация об авторе

Анисимов Андрей Геннадьевич (Иркутск) — адъюнкт кафедры уголовного права и криминологии. ФГОУ ВПО «Восточно-Сибирский институт МВД России» (664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 110, e-mail: 7821@mail.ru)

Information about the author

Anisimov, Andrey Gennadyevich (Irkutsk) — Adjunct, Chair of Criminal Law and Criminology. Eastern Siberian Institute of Russian Ministry of Internal Affairs (110, Lermontov str., Irkutsk, 664074, e-mail: 7821@mail.ru)