

Вплив консюмеризму та моди на злочинність у сучасному суспільстві

Валерія ТУРСЬКА

*здобувачка 3-го освітньо-наукового ступеню освіти
Національного аерокосмічного університету імені М. Є. Жуковського
«Харківській авіаційний інститут», м. Харків, Україна
e-mail: ValeriTurskaya@outlook.com ,
ORCID: 0000-0003-4911-7093*

Науковий керівник: Олексій ЛИТВИНОВ,

*доктор юридичних наук, професор, заслужений працівник освіти України,
виконуючий обов'язки ректора Національного аерокосмічного університету
імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», м. Харків, Україна
e-mail: lytvynovalex@gmail.com ,
ORCID: 0000-0003-2952-8258*

ВПЛИВ КОНСЮМЕРИЗМУ ТА МОДИ НА ЗЛОЧИННІСТЬ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Анотація: Доповідь досліджує взаємозв'язок між консюмеризмом та рівнем злочинності у сучасному суспільстві. На тлі соціальних змін та посилення ідеології споживання аналізуються причини, що спонукають окремих осіб до правопорушень у прагненні здобути матеріальні блага. Розглянуто як позитивні, так і негативні впливи моди та консюмеризму на суспільство, зокрема вплив соціальної нерівності, споживчих стандартів та психологічного тиску, що може стимулювати злочинну поведінку.

Ключові слова: консюмеризм, злочинність, мода, соціальна нерівність, самовираження, споживання, соціальні процеси, психологія злочинності.

Соціальні процеси та явища створюють складний пазл, кожен елемент якого впливає на рівень злочинності. Причини злочинності – це складне переплетення різних соціальних факторів та процесів, таких як економічна нерівність, соціальна несправедливість, відсутність освіти та роботи та інші.

Мода як соціальне явище тісно переплігається з іншими аспектами суспільного життя, такими як споживання, соціальний рух і особиста ідентичність. Вона виступає інструментом демонстрації соціального статусу, належності до певної групи та засобом самовираження. Також мода формує й віддзеркалює культурні норми та цінності, впливаючи на те, як люди сприймають себе та інших. Економічний вплив моди проявляється у стимулюванні розвитку індустрії, створенні робочих місць та формуванні споживчих тенденцій. Технологічні інновації сприяють новим підходам у виробництві й розповсюдженні модних товарів, а екологічні питання все частіше стають ключовими для забезпечення сталого розвитку моди. Мода також впливає на психологічний стан, самооцінку та емоції, визначаючи спосіб взаємодії людини з навколишніми. Таким чином, мода виступає значущим елементом соціальної динаміки, формуючи та відображаючи різноманітні аспекти суспільного буття.

Мода має багато переваг, які сприяють розвитку особистості та суспільства. Проте, разом із позитивними аспектами існують і певні недоліки, які можуть мати негативний вплив на соціальне та психологічне благополуччя. Розглянемо обидві сторони детальніше. Серед позитивних рис моди як соціального явища можна виділити:

1) мода дозволяє людям висловлювати свою індивідуальність, світогляд і стиль. Через вибір одягу люди можуть передавати свої цінності, емоції та соціальні ролі, підкреслюючи свою унікальність і належність до певної групи або субкультури.

2) мода сприяє поширенню культурних традицій і стилів, відкриваючи людям доступ до різних культурних кодів і стилістичних рішень. Це сприяє розвитку взаєморозуміння між народами, дозволяючи насолоджуватися багатством культурного розмаїття.

3) мода є потужним економічним сектором, який генерує робочі місця, стимулює інновації в матеріалах і дизайні, а також підтримує підприємництво. Вона включає виробництво, маркетинг, продаж, що допомагає підтримувати економічний розвиток.

4) мода є засобом соціальної інтеграції та спілкування, вона створює спільноти, де люди з подібними інтересами можуть знайти однодумців. Певні стилі або бренди можуть стати основою для формування спільнот, які об'єднують людей навколо спільних цінностей і естетичних уподобань.

Зважаючи на позитивні сторони, мода відіграє важливу роль у розвитку суспільства, стимулює творчість і створює можливості для культурного обміну. Вона дозволяє людям висловлювати свої погляди та належність до певних соціальних груп, сприяючи формуванню особистої ідентичності. Однак, разом із цим, мода має і свої недоліки, які можуть негативно впливати на соціальне середовище та психологічний стан людей. Негативні риси моди як соціального феномену полягають у наступному:

1) тиск відповідності та стандартизація: мода може викликати сильний соціальний тиск, змушуючи людей відповідати певним стандартам зовнішності або стилю. Це може призвести до зниження самооцінки, особливо у тих, хто не може або не хоче слідувати модним трендам.

2) консюмеризм і надмірне споживання: швидка мода, зокрема, сприяє культові споживання, коли речі швидко виходять із моди і потребують постійного оновлення.

3) збільшення соціальної нерівності: мода може посилювати соціальну нерівність, оскільки бренди й модні тренди часто стають символом статусу, який не кожен може собі дозволити, що призводить до соціального розшарування, коли одні люди оцінюються вищими, ніж інші, лише через їхній доступ до модних речей.

4) стереотипізація та формування упереджень: мода може створювати стереотипи про певні групи людей. Вибір стилю інколи асоціюється з певними рисами характеру чи навіть з поведінкою, що призводить до упередженого ставлення на основі зовнішнього вигляду.

Мода, як соціальне явище, має значний вплив на суспільство, пропонуючи як можливості для самовираження та культурного розвитку, так і виклики, пов'язані з консюмеризмом, соціальним тиском та екологічними проблемами. Її вплив багатогранний і потребує усвідомленого підходу для мінімізації негативних наслідків і максимального використання її позитивного потенціалу.

Тема взаємозв'язку моди та злочинності привертає увагу дослідників своєю багатогранністю, оскільки обидва явища мають глибокі соціальні та культурні корені. Мода, як засіб самовираження, постійно змінюється та відображає цінності певної епохи. Злочинність, зі свого боку, порушує ці ж соціальні норми, одночасно впливаючи на формування культурних кодів і стереотипів. Взаємодія між модою та злочинністю проявляється у способах, якими кримінальні субкультури використовують одяг і стилі для ідентифікації, тоді як модна індустрія, у свою чергу, інтегрує елементи кримінальної естетики, створюючи «бунтарські» образи. Це складне переплетення не лише демонструє соціальні зміни, а й розкриває, як суспільство сприймає і трансформує поняття норм, ризику і статусу.

Для глибшого розуміння взаємозв'язку моди і злочинності важливо розглянути базові визначення цих понять.

Злочинність — соціально-правове явище, яке охоплює сукупність посягань на суспільні відносини, що охороняються кримінальним законодавством у певному просторі й часі. [1].

Злочинність, як слушно зазначається у багатьох літературних джерелах, є побічним продуктом цивілізації, щоб пояснити її природу, необхідно мати уявлення як безпосередньо про поведінку людини, так і просили, що підтримують порядок у суспільстві. [2, с. 125].

Мода (від лат. *modus* – міра, спосіб, правило, розпорядження) – тимчасове домінування певних цінностей та смаків у сфері матеріальної та художньої культури, характерне для конкретного історичного періоду; періодична зміна зразків культури, масової свідомості та норм поведінки людей [3].

Аналізуючи наведені визначення, можна побачити, що і злочинність, і мода відображають динаміку суспільних норм і цінностей, які характеризують певний період та культурний простір.

Спорідненість між ними полягає в тому, що обидва поняття мають соціальну основу: злочинність пов'язана з порушенням усталених правил і законів, а мода – з періодичною

зміною культурних зразків і норм поведінки. Таким чином, і злочинність, і мода можуть розглядатися як вираз колективних установок і реакцій на суспільні норми, що визначають допустимі межі поведінки та самовираження у конкретний час і в конкретному соціальному контексті.

Взаємозв'язок моди та злочинності можна розглядати через призму соціальних, культурних та психологічних аспектів. Взаємний вплив цих явищ відбувається на різних рівнях, починаючи з підсвідомих мотивів самовираження та ідентифікації, закінчуючи створенням трендів, які можуть бути провокативними чи викликати суспільне осудження.

Мода виступає засобом, через який різні субкультури заявляють про свою індивідуальність, а іноді навіть протиставляють себе суспільству. Це можна побачити на прикладі стилів, пов'язаних із кримінальними субкультурами – від відомого стилю «гангстерської» моди ХХ століття до сучасних образів, популяризованих у музиці та кінематографі. Через певні стилістичні елементи — аксесуари, кольори чи символіку — мода в кримінальних колах також служить способом сигналізувати про належність до певної групи або про певний статус у ній.

З іншого боку, мода часто підживлюється естетикою, пов'язаною зі злочинністю, що сприймається як щось заборонене та небезпечне. Бренди і дизайнери, прагнучи залучити аудиторію та створити «бунтарський» образ, використовують символи, натяки або елементи стилів, пов'язаних зі злочинністю, у своїх колекціях. Наприклад, зображення банд, гангстерів чи певної вуличної атрибутики виводять моду на новий рівень, демонструючи протест або виклик.

Соціальна нерівність і відчуження також можуть сприяти розвитку кримінальних субкультур, і мода відіграє тут не останню роль. Люди, які через певні обставини не можуть досягти високого соціального статусу традиційними методами, інколи виражають свою ідентичність і підвищують самоповагу через зовнішній вигляд, який демонструє відокремлення від норм суспільства.

Загалом, мода і злочинність часто знаходяться в своєрідному діалозі, впливаючи одна на одну. Це явище відображає складні соціальні взаємини, показуючи, як форма самовираження може ставати як способом ідентифікації, так і способом бунту проти суспільних норм.

За роки незалежності в Україні поступово сформувалася так звана «культура нерівності», яка характеризується низьким рівнем соціальної єдності суспільства, високою недовірою людей один до одного та підвищеними показниками агресивності [4, с. 83].

Сформована в Україні «культура нерівності» призвела до поглиблення соціального розділення, що суттєво послаблює здатність суспільства до консолідації та взаємної

підтримки. Низький рівень довіри та зростаюча агресія стали основними викликами для суспільства, що може негативно позначитися на процесах соціальної інтеграції та стабільності країни.

Соціальна розділеність і недовіра, що виникли внаслідок культури нерівності, стають підґрунтям для утвердження нових суспільних цінностей. Для сучасного суспільства споживання стає дедалі значущим, формуючи ідеологію консюмеризму. Бажання досягти статусу через володіння речами, вплив модних тенденцій і прагнення накопичувати предмети, часто без їхнього практичного використання, можуть спонукати деяких людей до корисливих злочинів. В сучасному суспільстві акцентується увага на процесі споживання, формується ідеологія консюмеризму.

Статусне споживання, вплив моди, бажання не стільки використовувати речі, а просто володіти ними підштовхує індивідів на корисливі злочини. У цілому можна стверджувати, що здебільшого під час учинення злочину консюмеризм виступає додатковим чинником на користь порушення чинного законодавства [4, с. 85].

Ідеологія споживання, може виступати одним із факторів, що підвищують ризик скоєння злочинів у сучасному суспільстві. Постійне прагнення до матеріальних благ і статусного споживання формує у частини населення мотивацію до незаконних дій, особливо якщо доступ до бажаних ресурсів обмежений. Високі стандарти успішності, які пов'язуються з володінням певними речами чи стилем життя, нерідко спонукають людей до порушення закону заради досягнення відповідного статусу. Таким чином, консюмеризм стає додатковим стимулом для деяких індивідів, впливаючи на зростання рівня корисливої злочинності.

Розвиток консюмеризму як ідеології споживання сприяє зростанню матеріальної орієнтації суспільства, що породжує прагнення до володіння речами, які підкреслюють статус та унікальність особи. Це посилює бажання індивідів наслідувати певні споживчі стандарти, а для деяких з них стає підґрунтям для злочинної поведінки у випадках обмеженого доступу до ресурсів. Під впливом соціального тиску та модних тенденцій, які асоціюються з успішністю, особистості, які не можуть відповідати цим стандартам легальними засобами, можуть вдаватися до порушення закону. Мода, соціальна нерівність та споживання стають у цьому контексті елементами, які підштовхують до злочинної діяльності, адже досягнення бажаного статусу часто сприймається як пріоритет.

Список використаних джерел:

1. Хавронюк М. І. Злочинність // Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Злочинність> (дата звернення: 11.11.2024 р.).

2. Обжелянська Н.В. КОНСЮМЕРИЗМ ЯК ЧИННИК ЗЛОЧИННОСТІ// Н.В. Обжелянська// Право в Україні – сучасні виклики, 2014 р., с. 127-129- URL: <http://elar.naiu.kiev.ua/jspui/handle/123456789/9959> (дата звернення: 11.11.2024 р.).

3. Мода / Г. В. Кокоріна // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. – К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2019. – URL: <https://esu.com.ua/article-69559> (дата звернення: 11.11.2024 р.).

4. Космій О. М. Консюмеризм як чинник злочинності / О. М. Космій // Науковий вісник Інституту кримінально-виконавчої служби. - 2014. - № 1. - С. 79-86. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvikrvc_2014_1_12. (дата звернення: 11.11.2024 р.).