



## УПРАВЛЕНИЕ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ

**Т. Хагуров**

Сделаем порок безопасным?

**19 - 27**

**Б. Куприянов**

Как придумать лето?

**28 - 35**

**М. Мазниченко**

Экологический клуб для учителей

**36 - 46**

**Е. Шпоркина**

Педагогический отряд —  
лаборатория исследования  
актуальных проблем воспитания

**47 - 49**



### СДЕЛАЕМ ПОРОК БЕЗОПАСНЫМ?

**Т. ХАГУРОВ**

Недавно мне довелось участвовать в одной из многочисленных конференций, посвящённых проблемам молодёжи. Сегодня подобные мероприятия зачастую представляют собой «междусобойчики» — собираются учёные и преподаватели и читают друг другу свои доклады, потом с большой помпой издаётся сборник материалов. Организаторы искренне радуются, как будто и впрямь полагают, что этот сборник хоть кто-нибудь будет читать кроме самих авторов (да и те, заметим, читают преимущественно самих себя). То, что подобный подход явно противоречит здравому смыслу (подменяя решение проблем келейным разговором о проблемах), организаторов и участников обычно не смущает. Однако на этот раз мои опасения не оправдались. Организаторы конференции собрали разнообразный состав участников: учёные и преподаватели нескольких вузов, в том числе университета МВД, представители государственных учреждений и органов системы работы с молодёжью, журналисты, пишущие о молодёжи. Разговор получился деловой — звучали разные мнения и оценки, шёл интересный обмен взглядами и опытом. Моё внимание (переросшее впоследствии в полемику) привлекло выступление представителей одного из государственных учреждений по работе с молодёжью. Выступление было посвящено социальной рекламе для молодёжи и сопровождалось красочной презентацией и раздачей образцов рекламной продукции — буклетов, календариков, флаеров и т.п. Среди этих образцов один вызвал моё искренне одо-



брение, другой — крайнее возмущение, что, собственно, и послужило поводом для написания этого эссе.

Начнём с «хорошего». Это был буклет, посвящённый профилактике аборт. Не секрет, что проблема нежелательных беременностей и их досрочного прерывания сегодня является одной из острейших среди молодёжных проблем. Из общего числа аборт по России до 5% приходится на долю подростков до 17 лет. Девушками до 19 лет в год производится приблизительно 340 000 аборт. Со всем удручающие цифры касаются аборт в поздние сроки. Здесь подростки занимают лидирующее положение: 28–30% поздних аборт делают пациентки до 17 лет<sup>1</sup>. Колоссальный вред физическому, психологическому и нравственному здоровью молодёжи, наносимый этим явлением, поистине трудно переоценить. Во многом распространённость аборт обусловлена недопониманием (особенно со стороны молодых девушек и женщин) катастрофических последствий этого деяния. Как рассказать молодёжи об этих последствиях, чтобы «достучаться» до разума и сердца? Теория социального влияния подсказывает, что нужно сочетать как рациональные аргументы, так и эмоциональное воздействие. И у авторов буклета это получилось превосходно. Сухо, почти медицинским языком, излагаются факты, информирующие о вреде аборт: статистика, последствия, риски и т.п. Переворачиваем страницу — очень грамотно выстроенные по сюжету, композиции, оформлению и текстовому сопровождению фотографии, обеспечивающие гарантированный шоковый эффект (а здесь и нужен шок — чтобы показать всю небезобидность и «внеобыденность» этого узаконенного убийства). Буклет можно использовать как пособие по эффективной социальной рекламе профилактического содержания. Единственная, но важная оговорка: реклама такого рода — это сильнодействующее психологическое лекарство, предназначенное для душ отчасти очерствевших, у которых притуплено нравственное чувство, но заострена тяга к удовольствиям (а это, к сожалению, типичное состояние большей части современной молодёжи, обусловленное культурой и воспитанием). Так вот *все* сильные лекарства *небезобидны* для тех, кому они *не* предназначены. Это касается и лекарств психологических. Подобная социальная реклама, рассчитанная на шокирование, может негативно воздействовать на детскую, ещё не окрепшую психику. Адресаты такой информации — старшие подростки, лет с 14, не раньше. Поэтому вопросы её распространения должны прорабатываться очень тщательно.

Теперь о «плохом». Материал, который вызвал моё горячее возмущение, представлял собой информационно-агитационную брошюру, посвящённую профилактике венерических заболеваний среди подростков и молодёжи. Называлась она «Ключ к пониманию здоровья, молодости и красоты». Название серии (видимо, предполагаются серии) — «Не секрет». Подзаголовок — «для современных девушек успешных». Вообще, внимание, уделяемое органами молодёжной политики профилактике венерических заболеваний, представляется вполне обоснованным. Специалисты указывают, что средний возраст начала половой жизни в России составляет 16 лет. Около 35% девочек начинают половую жизнь в 14–15 лет. Среди учащихся средне-профессиональных учебных заведений почти 50%, а среди учащихся 10–11 классов около 10% ведут регулярную половую жизнь. Это при том, что около 70% из них не имеют постоянного полового партнёра. Медики предупреждают: при наличии более 5 сексуальных партнёров,

<sup>1</sup> <http://prosv.informika.ru/metod/sokovnya/4.htm>



## Урок № 2

### Как об этом сказать партнёру?

Пользоваться презервативами легко. Но остаётся ещё столько вопросов! Как всё-таки решиться сказать об этом партнёру? Как настоять на своем желании обязательно использовать презерватив? Как, наконец, его купить и не покраснеть в аптеке, как помидор?

Почему-то мы с легкостью говорим о сексуальных отношениях в кругу друзей, но часто стесняемся обсуждать эти вопросы с партнёром (а уж с родителями поговорить — об этом и речи быть не может!). И совершенно зря, потому что по последним опросам 49,2% молодых людей было бы приятно, если бы сексуальная партнёрша сама предложила использовать презерватив. А у 46,2% опрошенных он вообще всегда с собой! И не потому, что люди только и думают о сексе. Нет, просто они хорошо к нему подготовлены и не собираются рисковать.

Так что, чаще всего мы недооцениваем своих парней. Большинство из них будет с удовольствием пользоваться презервативами. Тем более что современные презервативы бывают очень интересными. Как сказала одна девушка, «просто с кровати упасть можно, когда увидишь».

Конечно, попадаются такие молодые люди, которым надо пять раз объяснить, что «нет презерватива, нет и секса». И делается это не из-за твоего занудства, а для вашей общей пользы. Но, как правило, молодые люди соглашаются на безопасный секс после первого же твоего твёрдого «нет». Не соглашается? Тогда имеешь право отказаться от отношений вообще.

Но, предположим, вы просто никогда об этом не говорили, а сказать в объятиях любимого человека «А предохраняться?» тебе кажется неромантичным. Что тогда? Тогда просто и спокойно достань презерватив. Можно заранее купить какой-нибудь удивительный экземпляр зелёного цвета, чтобы это не выглядело совсем уж деловито. (Только купи его в аптеке, а не на рынке!) Можно приобрести сразу несколько разных и предложить «провести тестирование».

даже в случае отсутствия случаев заражения ИППП (инфекций, передающихся половым путём), женщине гарантировано хроническое воспаление половых органов<sup>2</sup>.

Высокий уровень заболеваемости молодёжи этой группой болезней, а также другие острые последствия «опасного» секса — рост числа аборт, нежелательных беременностей, случаев оставления новорождённых детей позволяют оценивать ситуацию в сфере межполовых отношений молодёжи как опасную или даже кризисную.

К несомненным достоинствам брошюры следует отнести высокое качество художественно-полиграфического оформления, великолепный дизайн, грамотно выстроенную информационную часть (рассказывающую о венерических заболеваниях и их последствиях), сочетающую глубину и популярность изложения. Вместе с тем, общая концепция брошюры — категорически в этом убеждён — *принципиально ошибочна и порочна*.

Основная идея, с которой авторы обращаются к «современным девушкам успешным», предельно проста: «используй презерватив при каждом сексуальном контакте». Этот призыв повторяется практически на каждой из 22 страниц брошюры. Заканчивается брошюра «письмом твоему юноше», в котором юноша призывается быть смелым и взрослым и покупать презервативы, что «должно стать привычным делом».

Определённая часть читателей сразу задаст вопрос — «Ну, и что здесь плохого?» Правы авторы брошюры — коль секс всё равно есть, то пусть он будет хотя бы безопасным». Эта точка зрения звучала и в ответ на мою критику на конференции, и вообще она сегодня популярна, определяя часто (как в нашем случае) идеологию и концепцию рекламных продуктов, или даже целых рекламных кампаний. Её сторонники любят ссылаться на «передовой международный опыт» и «результаты исследований», придающие видимость научности

<sup>2</sup> <http://knamur.ru/zdorove/seksualnoe-vospitanie-detej-i-podrostkov-chastq-1-7726.html>





## Урок № 3

### Потренуемся

Конечно антипрезервативные выкрики со стороны молодых людей могут быть самые разнообразные. И хорошо, что все их аргументы давно известны. В основе их лежит лень (идти в аптеку), жадность (тратиться на покупку качественных презервативов), комплексы (боязнь показаться не крутым), незнание (путей передачи ВИЧ и того, откуда берутся дети), инфантилизм (неспособность задуматься над тем, что будет завтра). Так что лучше к его возражениям подготовиться заранее.

Он: Котёнок, я буду осторожен!

Ты: Я предпочитаю наслаждаться моментом, а не думать каждую секунду только об осторожности и последствиях. Проще взять презерватив и расслабиться.

Он: Слушай, я в них ничего не чувствую!

Ты: Ты явно никогда не пробовал супертонких. На, держи, потом поделишься ощущениями.

Он: То есть, ты что — мне не доверяешь? У меня же кроме тебя никого нет! Хочешь, покажу справку, что я здоров?

Ты: А где мы поставим кроватку для маленького, ты уже решил?

Он: Да всё равно ведь, презервативы — это не 100% гарантия! Ты знаешь, что они пропускают ВИЧ?

И что ВИЧ передаётся через комаров?

Ты: Кто тебе сказал такую глупость? (с этими словами вручаешь ему нашу брошюру, — пусть сначала почитает и заполнит пробелы в образовании).

этим сугубо *идеологическим* идеям. Идея «минимизации ущерба», строящаяся на том, что если не получается бороться с каким-либо пороком, то нужно хотя бы минимизировать его риски, была нами заимствована с Запада. Если точнее, то это опыт некоторых (не всех! — по крайней мере изначально) штатов США и некоторых европейских стран (сначала Голландии и Швеции, затем уже Франции

[ 13 - 18 ]  
Концепции  
и системы

22

## Письмо твоему юноше!

Вначале это может быть серьёзным испытанием для твоей решительности. Но это и определённый адреналин — в конце концов, это почти настолько же круто, как прыгнуть с завязанными глазами на скейтборде с вертолета, несущегося хвостом вперёд над Ниагарским водопадом. Покупка и использование презервативов должны стать привычным для тебя делом. Разумеется, вначале это кажется чем-то довольно замысловатым.

Примерно такой же сложной кажется первая поездка на велосипеде. Презерватив, как и все гениальные изобретения, совершенно прост и представляет собой тонкую оболочку из сверхпрочного латекса (особого сорта резины), который, не ослабляя ощущений, не позволяет проникать сперматозоидам в организм твоего партнера, и предотвращает «обмен» возбудителями инфекций, в том числе вирусом ВИЧ.

Презерватив — это простое, доступное, надёжное средство защиты. Мнение, что «через поры презерватива что-то может просочиться», — заблуждение, потому что в латексе нет пор!

Конечно, главное — привыкнуть к презервативу, чтобы он не казался чем-то не естественным на твоём теле. И вообще, сами по себе презервативы бывают достаточно разнообразны, постепенно ты сможешь подобрать себе подходящий.

**Будь здоров и будет все здорово!**





и Германии). Однако нужно понимать, что *научные* аргументы в пользу этой идеи представляются как минимум крайне полемичными и односторонними и отражают не столько *знание*, сколько *незнание* — растерянность учёных и практиков перед ростом правонарушений, который не удаётся сдерживать. К сожалению, помимо «чистой» науки есть ещё *научная идеология*, которая, кстати, в западном мире, особенно в США, не менее сильна, чем марксистская идеология в СССР. Эта научная идеология приобрела сильное влияние примерно с 1970-х гг. Её интеллектуальная основа — французский постмодернизм и радикальный англосаксонский либерализм (бесконечно далёкий от либерализма классического). На этой двойственной почве вырос комплекс идей, вдохновляющий как научные (их меньше) так и псевдонаучные (которых большинство) концепции. Это идеи «прав человека» (в том числе на любой порок) и «прав меньшинств» (например, парады содомитов), «гендерные исследования» (значительная часть которых посвящена доказательству относительности понятий «мужественность» и «женственность»), «преступления без жертв» (проституция, гомосексуализм, потребление наркотиков), «от борьбы с преступностью к мирному сосуществованию» (популярный тезис современной криминологии), «множественности вариантов нормы» (гомосексуализм — это вариант нормы, как и многое другое) и т.д.

Научный подход есть там, где, *критически* рассматривая факты, мы стремимся выявить некие *объективные* закономерности. Там же, где факты *подбираются* и трактуются *избирательно*, чтобы доказать заведомую мысль, мы имеем дело с идеологией<sup>3</sup>. Так к области идеологии, а не науки можно отнести многие построения постмодернистской философии человека и общества и вытекающий из них радикальный *релятивизм* (отрицающий любые устойчивые высшие ценности) многих новейших социологических, психологических и культурологических концепций<sup>4</sup>. Псевдонаучные основания многих постмодернистских текстов блестяще анализируют А. Сокал и Дж.Брикмон<sup>5</sup>. Идеологическую, а не научную природу многих «гендерных исследований» и «теории прав меньшинств» агрессивно развенчивает П. Дж.Бьюккенен<sup>6</sup>. Идеологических оснований моды на релятивизм в исследованиях отклоняющегося поведения приходилось касаться и автору настоящего текста.<sup>7</sup> Очень глубоко анализирует и выявляет сугубо идеологические основания многих новейших «научных» взглядов на проблемы межполовых отношений академик РАО Д.В. Колесов<sup>8</sup>. К сожалению, часть наших учёных и практиков не склонна к критическому анализу «модных» идей, а прини-

<sup>3</sup> Слово «идеология» может пониматься в двух смыслах: 1) как вид знания, отличающийся от научного (наука ставит целью выявить истину, идеология — обосновать какую-либо политическую, нравственную или культурную идею, независимо от ее истинности; 2) как совокупность внутренних принципов какой-либо деятельности (например, «идеология проекта» или «идеология рекламной компании» и т.п.). В данном случае мы используем слово в первом значении.

<sup>4</sup> Ильин И.П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: Эволюция научного мифа. / Науч. ред. А.Е. Мохов. М., Интрада, 1998.

<sup>5</sup> Сокал А, Брикмон Ж. Интеллектуальные уловки. Критика современной философии посмодерна / Пер. с англ. Анны Костиковой и Дмирия Кралечкина. Предисловие С.П.Капицы М.: Дом интеллектуальной книги, 2002.

<sup>6</sup> Бьюккенен П.Дж. Смерть Запада / Пер. с англ. А.Башкирова. М.: 000 «Издательство АСТ», 2003.

<sup>7</sup> Хагуров Т.А. Девиантологический релятивизм: методология или идеология? / Материалы II Всероссийской научно-практической конференции «Феноменология и профилактика девиантного поведения». 27–28 октября 2008 г. в 2-х т.: Т. 1. Краснодар. «АСВ-полиграфия», 2008. С. 395–413.

<sup>8</sup> Колесов Д.В. Болезни поведения. Воспитание здорового образа жизни. М.: Дрофа, 2002.; Колесов Д.В. Нравственность и пол: Психологические аспекты. М.: Московский психолого-социальный институт: Флинта, 2000.







<sup>9</sup> Грубое американское слово «секс», совсем не отражает сути, русское «совокупление» гораздо глубже.

[ 13 – 18 ]  
Концепции  
и системы

24

мают их восторженно и категорично, лишь на том основании, что это «передовой опыт». Не трудясь тщательно выяснить, кто этот опыт осуществлял, кто оценивал и каковы были результаты. Однако, прояснив различия науки и идеологии, вернёмся к предмету разговора.

Итак, авторы, некритически заимствуя «передовой опыт», пропагандируют «безопасный секс». В этом и заключается принципиальная порочность всей идеи. Пытаясь сделать секс «безопасным», авторы никак не пытаются противодействовать главной проблеме — половой *распущенности* молодёжи. Важная черта молодёжной культуры и молодёжного сознания сегодня — это восприятие половой потребности, прежде всего, как источника удовольствия. Среди видов сексуальных девиаций в современном обществе половая распущенность (вступление в сексуальные контакты по мотивам эмоционального и физиологического удовольствия) занимает одно из первых мест, наряду с просмотром порнографии. Венерические заболевания и нежелательные беременности — лишь *следствия*, причём *далеко не единственные* (!), такого поведения. Так вот авторы брошюры пытаются сделать следствия безопасными (в физиологическом смысле), никак не противодействуя их причине, более того, косвенно поощряя распущенность, ведь сам-то секс по мотивам удовольствия подразумевается в качестве «нормы». При этом вне поля зрения остаются тяжёлые психологические, нравственные и духовные последствия сексуальной распущенности для личностно-психологического здоровья человека.

Дело в том, что «безопасного секса» (в том смысле, какой в него вкладывает либеральное сознание) не бывает, также как не бывает «абсолютно безопасных» прыжков с парашютом или глубинных погружений. Ведь секс<sup>9</sup> это не только физиология (как думают многие), это всегда и глубинная психология, это сфера, затрагивающая самые глубокие основания бытия человека. Коротко поясним эту мысль.

Половая потребность естественным образом связана с деторождением, продолжением жизни. Неслучайно все религии признают сакральный характер детородной способности человека. Изначальной (глубинной, онтологической) целью половой потребности является продолжение рода. Первое — духовно-нравственное — отклонение возникает, когда вторичное (удовольствие) начинает превалировать над главным (продолжение рода). Дело в том, что человеческий ребёнок долгое время нуждается в кропотливом уходе и заботе со стороны матери, которая в силу этой «занятости ребёнком» нуждается вместе с ним в длительной защите и заботе со стороны отца. Эта длительность супружеских и детско-родительских отношений обусловлена психофизиологически. Соответственно, возникают очень серьёзные требования к личности будущего отца или матери. В. Франкл писал, что существуют три уровня отношений между мужчиной и женщиной. Первый — самый внешний и поверхностный — уровень физической привлекательности, или сексуального влечения. В этом случае мне нравится только внешность партнёра, которая рассматривается как возможный и желательный источник моего удовлетворения. Один сексуальный объект легко замещается другим, более сексуальным. Это, если хотите, животный уровень, человек нас интересует лишь как тело. Второй — уровень влюблённости, когда наряду с внешностью мне нравится индивидуальность партнёра — голос, особенности характера, манера улыбаться и т.п., что составляет индивидуальную



особенность этого человека, его непохожесть на остальных. Это уже человеческая стадия отношений, помимо тела, нам нужна душа (психика) человека. Влюблённость всегда приятна (это не столько физический, сколько психологический комфорт), а кроме того, это всегда «розовые очки» — некритическое, эмоциональное восприятие партнёра. Влюблённость долговечнее и глубже, чем «просто секс», но она неизбежно проходит, уступая место либо разочарованию, либо любви. Наконец, третий — самый глубокий уровень отношений, который Франкл считает подлинно человеческим — это уровень любви. Любви нужна не внешность (сексуальность) или милый характер (индивидуальность), а сам человек, именно эта личность. Только на этом уровне отношения становятся подлинно человеческими и действительно прочными. Потому что объект любви не может быть заменён никем другим. Более того, представим, что один из партнёров вдруг заболел или стал инвалидом: это конец для «просто секса» («испорчено» тело, которое и есть главное в сексе), часто это конец для влюблённости (возникает дискомфорт, теряется привлекательность партнёра), но это не может разрушить подлинную любовь (любим мы *личность* другого, а не его тело или характер). При этом любовь вовсе не слепа, напротив, она видит в человеке и хорошее, и плохое (чего влюблённость не замечает), но взгляд её направлен на хорошее. Мирополит Антоний Сурожский сравнивал это с картиной: человек как прекрасная картина, но повреждённая, с размытыми, потрескавшимися красками. Так вот любовь — это способность видеть картину как бы неповреждённой, в её изначальном замысле. С любовью естественным образом связана верность, невозможность измены (которая всегда есть разрушение отношений) — не «из принципу», а «по естеству».

Нормальной полной семье, которая собирается рожать и воспитывать детей, нужна любовь (а не «сексуальная совместимость» или влюблённость), т.к. именно она обеспечивает достаточную прочность и необходимый психологический климат отношениям между супругами и детьми. Но здесь есть сложности. Во-первых, любовь — это трудоёмкое предприятие, требующее жертвенности и самоограничения<sup>10</sup>. Романтическая литература приучила современного человека к тому, что любовь — это естественное *условие* счастливого брака. Между тем традиционное (религиозное) сознание воспринимало её скорее как *результат усилий* в браке («стерпится, слюбится»). Забывая об этом, мы часто принимаем за любовь простую влюблённость, и когда она естественным образом проходит, напичканное мелодраматическими штампами сознание воспринимает это как «любовь ушла» и пускается на поиски новой любви. Ведь если за влюблённостью нет взаимного терпения и самоограничения, то начинается столкновение индивидуальностей. Отсюда одна из наиболее распространённых причин разводов — «несходство характеров». Современный человек — дитя общества потребления — чаще всего понимает любовь гедонистически — «мне с ним (ней) хорошо». Но это «хорошо», не будучи подкреплённым терпением и жертвенностью, легко превращается в «плохо». Возьмём самую «естественную» — материнскую — любовь. Новорождённый малыш — это «хорошо», пока мы с ним играем и сюсюкаем. Но когда начинаются бессонные ночи и настоящая материнская *забота*, любовь превращается (к счастью, не всегда!) в «кошмар» и «наказание».

Во-вторых, эмоциональные и психологические ресурсы любви ограничены. Об этом хорошо известно с древнейших времён, очевидно, благодаря простому

<sup>10</sup> Часто говорят о «самореализации в любви». Это эгоистическая (!) установка «индивидуализированного» (З.Бауман) сознания. Самореализация — это когда «я люблю его (ее)», настоящая любовь — когда «я люблю его (ее)».





<sup>11</sup> Вопреки модным штампам культурной антропологии мы не склонны считать *равноуровневыми* культуры, скажем, коренного населения Гаити и Античной Греции, также как разной, на наш взгляд, является культурная ценность творчества, например Ф.М.Достоевского и Г.Миллера.

<sup>12</sup> Колесов Д.В. Нравственность и пол: Психологические аспекты. М.: Московский психолого-социальный институт: Флинта, 2000.

<sup>13</sup> Остапенко А.А. Воспитание небытия // Воспитательная работа в школе. 2010. № 7. С. 5–6.

<sup>14</sup> Остапенко А.А. Упрямо штопать изрешечённую ткань добра... // Народное образование. 2009. № 4. С. 241.

[ 13 – 18 ]  
Концепции  
и системы

26

наблюдению. Требования добрачного целомудрия, «чистоты чувств», существующие во всех *высокоразвитых*<sup>11</sup> культурах, неслучайны. Здесь подходит метафора чаши: каждому человеку от рождения дана своего рода чаша со способностью любить. Можно чашу эту сохранить для одного(ой), а можно расплескать по мелочам. Лирика, скажете вы, нет, в психологии это называется «исчерпание эмоциональных ресурсов психики». Те, кто занимался реабилитацией проститутки, хорошо знакомы с этим состоянием, когда утрачена (и, как правило, почти не восстанавливается) способность к поддержанию эмоционально-вовлечённых отношений, когда они уже «не задевают». Это страшное состояние: иногда человек хотел бы полюбить, а уже не может — нет «психологического топлива». Соответственно, добрачный половой опыт неизбежно приводит к снижению уровня взаимоотношений между мужчиной и женщиной (первые — самые сильные — чувства уже растрочены).

Таким образом, существуют биологические и психофизиологические механизмы «наказания за грех» — оскудение личности и болезни, передающиеся половым путём. При этом чем сильнее отклонение от нормы (степень половой распущенности), тем более высока вероятность заболеть, и тем сильнее выражено оскудение личности. Говоря об этом, Д.В. Колесов подчёркивает, что частая смена половых партнёров — интегральный показатель наличия целого комплекса недостатков: «неспособности концентрировать душевное внимание на одном, избранном объекте; ...низкой индивидуализации;... несдержанности в желаниях»<sup>12</sup>. Болезни же — только верхушка айсберга.

С позиции сказанного вернёмся к социальной рекламе. По справедливому замечанию А.А. Остапенко, сегодня в сфере воспитания (а мы склонны рассматривать социальную рекламу как часть этой сферы) процветает «воспитание небытия»<sup>13</sup>, все усилия направлены на то, чтобы дети и подростки *не были* наркоманами, алкоголиками и т.п. Между тем необходимо от профилактики пороков переходить к «возращению добродетелей»<sup>14</sup>. В рассматриваемом же случае нет даже профилактики порока. Его просто пытаются сделать безопасным. Причём в самом поверхностном смысле этого слова. Не подумайте, что я против информирования подростков и венерических болезнях или против презервативов. Просто первое, что мы должны воспитывать в подростках, если хотим видеть прочные семьи и рождающихся детей, окружённых любовью, — это самоограничение, глубину и (совсем не современное) целомудрие. Мы должны пропагандировать не «безопасный секс», а настоящие отношения, где физиология — лишь малая (пусть и очень значимая) часть, а отнюдь не центр. Отношения — это стремление понять другого, посмотреть на мир его глазами, сопоставить этот взгляд со своим, понять, есть ли в нём (ней) (а не в его (её) теле или индивидуальности) то, что я готов разделять всю жизнь (пусть даже теоретически). Это внимание, забота, единение мыслей и чувств, а лишь потом — тел. Тогда в отношениях возможна радость (не путайте с удовольствием) и верность.

Кстати, воспитывать молодёжь внутренне, ориентируя её на ценность отношений, а не удовольствий от секса, прекрасно умела советская культура. Вспомните советские фильмы для юношества, где обыгрывалась тема отношений между юношей и девушкой (хотя бы старый добрый фильм «Вам и не снилось») — и сравните с теми продуктами, которыми молодёжь кормит современное телевидение (например, сериалом «Школа»). Разница просто пугающая.





Беда нашего времени в том, что *все* отношения первичного типа — отношения по принадлежности (любовь, дружба) — испытывают сильную эрозию. Это и есть индивидуализация общества, о которой говорит З. Бауман<sup>15</sup>, — поддерживаются лишь комфортные отношения обменного типа. Соответственно, важнейшая задача сегодня — восстанавливать социальную ткань, воспитывать у юношества готовность и способность к отношениям первичного типа — любви и дружбе, вне которых подлинно человеческая социальность исчезает и заменяется постчеловеческой — потребительской и манипулятивной социальностью.

Какой же с этих позиций должна быть философия и идеология, общие принципы социальной рекламы? Нам представляется, что как и любое искусство, социальная реклама (а это, конечно, больше искусство, чем технология) должна обращаться к разуму через сердце. И здесь нужно, наверное, добиться двух эффектов. Первый — напугать, показать реальные тяжкие последствия порока (не суть важно, о каком пороке идёт речь — наркомания, пьянство, распущенность), снять с порока маску удовольствия. Кстати, это основное тактико-техническое свойство большинства пороков — они притворяются, что несут удовольствие. Чем больше человек погружается в порок, чем меньше остаётся удовольствия, что заставляет жертву ещё глубже погружаться в порок в погоне за этим исчезающим удовольствием. Это типичный механизм любой аддикции — зависимости. Но важно помнить, что пугать нужно осмотрительно, чётко рассчитывая возраст аудитории, адресность «пугающей» информации. Сегодня, к сожалению, заметная часть социальной рекламы превращается в мини-ужастики, деформируя неокрепшую ещё психику младшей аудитории.

Второй важный эффект — это создание положительного образа противоположного пороку «хорошего» поведения. «Воспитание добродетели» — вот ключевая задача социальной рекламы. Опять вспомним опыт СССР: 20–50-е гг. — это расцвет жанра плаката, наглядной агитации. Посмотрите на образы большинства плакатов 30-х гг. (времени напряжённого социального строительства) — там преобладают позитивные образы, вызывающие желание следовать за ними, быть похожими, вызывающие *потребность в приобщении*. Вот, пожалуй, главное условие хорошей социальной рекламы — вызвать эту потребность в приобщении позитивным образом. Как создать эти привлекательные для молодёжи образы? Здесь и заключается собственно творческая часть работы. Художникам 1930-х это удавалось с учётом культуры и психологии их аудитории. Сегодня психология и культура изменились очень сильно, но есть надежда, что глубинные архетипы нашей культуры, имеющие православные религиозные корни, всё ещё живы. Ключевое в этих архетипах — поиск смысла и милосердия, то, что лежит в основании великой русской классической литературы. Но сегодня, к сожалению, для большинства молодёжи язык культурной классики — мёртвый язык. Как его оживить, как сделать живыми (а только тогда они станут привлекательными) настоящие ценности и добродетели — вот тот вызов, на который должно ответить современное искусство вообще и социальная реклама в частности. Ибо если ответа не будет, а будут продолжаться попытки сделать порок безопасным, нам предстоит в самом ближайшем будущем окончательно переселиться в постчеловеческую реальность постмодерна. А это по-настоящему страшно.

<sup>15</sup> Бауман З. Индивидуализированное общество.

