

# СДЕЛАЕМ ПОРОК БЕЗОПАСНЫМ?



**Темыр Айтчевич Хагуров,**  
профессор Кубанского госуниверситета,  
ведущий научный сотрудник Института социологии РАН,  
доктор социологических наук

Мне довелось участвовать в одной из конференций, посвящённых проблемам молодёжи. Организаторы 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.

- молодёжная культура • молодёжное сознание • половая потребность
- социальная реклама • «безопасный секс»

Моё внимание 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. Среди этих образцов один вызвал моё искреннее одобрение, другой — крайнее возмущение.

Начнём с «хорошего». Это был буклет, посвящённый профилактике аборт. Не секрет, что проблема нежелательных беременностей и их досрочного прерывания сегодня — одна из острейших. Из общего числа аборт по России 5% приходится на долю подростков до 17 лет. Девушкам

до 19 лет в год производится приблизительно 340 000 аборт. Совсем 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? Важно сочетать рациональные аргументы и эмоциональное воздействие. И у авторов буклета это получилось. Сухо, почти медицинским языком излагаются факты, информирующие о вреде аборт: статистика, последствия, риски.

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

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 — 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, негативно воздействует на ещё не окрепшую детскую психику. Адресаты такой информации — старшие подростки после 14 лет, не раньше.

Теперь о «плохом». Материал, который возмутил меня, представлял собой информационно-агитационную брошюру, посвящённую профилактике венерических заболеваний среди подростков и молодёжи. Называлась она «Ключ к пониманию здоровья, молодости и красоты». Название серии — «Не секрет». Подзаголовок — «для современных девушек успешных». Внимание, уделяемое органами молодёжной политики профилактике венерических заболеваний, вполне обосновано. 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-х классов около 10% ведут регулярную половую жизнь. Около 70% из них не имеют постоянного полового партнёра. Медики предупреждают: при наличии более пяти сексуальных партнёров (за жизнь!), даже в случае отсутствия случаев заражения ИППП (инфекций, передающихся половым путём), женщине гарантировано хроническое воспаление половых органов<sup>2</sup>.

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

Высокий уровень заболеваемости молодёжи этой группой болезней, а также другие острые последствия «опасного» секса — рост числа абортов, нежелательных беременностей, случаев оставления новорождённых детей позволяют оценивать ситуацию в сфере межполовых отношений молодёжи как опасную и 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 *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 его призывают быть смелым и взрослым и покупать презервативы, что «должно стать привычным делом».

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 идеологию и концепцию рекламных продуктов или даже целых рекламных кампаний. Её сторонники любят ссылаться на «передовой международный опыт» и «результаты исследований», придающие видимость научности 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 штатов США и некоторых европейских стран (начала Голландии и Швеции, затем Франции и Германии). Однако нужно понимать, что научные аргументы в пользу этой идеи представляются 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 в западном мире, особенно в США, не менее сильна, чем марксистская идеология в СССР. Эта научная идеология приобрела сильное влияние примерно с 1970-х годов. Её интеллектуальная основа — французский постмодернизм и радикальный англосаксонский либерализм (бесконечно далёкий от либерализма классического). На этой двойственной почве вырос комплекс идей, вдохновляющий как научные, так и псевдонаучные (их большинство) концепции. Это идеи «прав человека» (в том числе на любой порок) и «прав меньшинств» (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).

Итак, авторы, некритически заимствуя «передовой опыт», пропагандируют «безопасный секс». В этом 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 — 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 удо-

вольствия) занимает одно из первых мест наряду с просмотром порнографии. Венерические заболевания и нежелательные беременности лишь следствия, причём далеко не единственные, такого поведения. 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, так же как не бывает «абсолютно безопасных» прыжков с парашютом или глубинных погружений. Ведь секс<sup>3</sup> это не только физиология (как думают многие), это всегда и психология, это сфера, затрагивающая самые глубинные 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 (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 психофизиологическими. Возникают очень серьёзные требования

<sup>3</sup> Грубое американское слово «sex» совсем не отражает сути, русское «совокупление» гораздо глубже.

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 интересуется другим лишь как телом. Второй — уровень влюблённости, когда наряду с внешностью нравится индивидуальность партнёра — голос, особенности характера, манера улыбаться, 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 только 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. 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. 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 не повреждённой, в её изначальном замысле. С любовью естественным образом связана верность,

невозможность измены (которая всегда есть разрушение отношений) — не «из принципа», а «по естеству».

Нормальной полной семье, которая собирается рожать и воспитывать детей, нужна любовь (а не «сексуальная совместимость» или влюблённость), ибо именно любовь обеспечивает прочность и психологический климат отношений между супругами и детьми. Но здесь есть сложности. Любовь — это трудоёмкое предприятие, требующее жертвенности и самоограничения<sup>4</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 — слобится»). 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 — как это здорово, пока мы с ним играем и он здоров! Но когда начинаются бессонные ночи, материнская *забота* превращается (к счастью, не всегда!) в «кошмар» и «наказание».

<sup>4</sup> Часто говорят о «самореализации в любви». Это эгоистическая установка «индивидуализированного» сознания. Самореализация — это когда «я люблю его (её)», настоящая любовь — когда «я люблю *его* (её)».

Эмоциональные и психологические ресурсы любви ограничены. Об этом хорошо известно с древнейших времён. Требования добрачного целомудрия, «чистоты чувств», существующие во всех *высокоразвитых*<sup>5</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 проституток, 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).

Существуют биологические и психофизиологические механизмы «наказания за грех» — оскудение личности и болезни, передающиеся половым путём. 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>6</sup>. Болезни же — вертушка айсберга.

<sup>5</sup> Вопреки модным штампам культурной антропологии, мы не склонны считать *равноуровневыми* культуры, скажем, коренного населения Гаити и Античной Греции, так же как разной, на наш взгляд, является культурная ценность творчества Ф.М. Достоевского и Г. Миллера.

<sup>6</sup> Колесов Д.В. Нравственность и пол: Психологические аспекты. М.: Московский психолого-социальный институт: Флинта, 2000.

## Вернёмся к социальной рекламе

По справедливому замечанию А.А. Остапенко, сегодня в сфере воспитания процветает «воспитание небытием»<sup>7</sup>, все усилия направлены к тому, чтобы дети и подростки *не были* наркоманами, алкоголиками. Между тем от профилактики пороков необходимо переходить к «взрачиванию добродетелей»<sup>8</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 о венерических болезнях или против презервативов. Просто первое, что мы должны воспитывать в подростках, если хотим видеть прочные семьи и рождающихся детей, окружённых любовью, — самоограничение, глубинную и целомудрие. Мы должны пропагандировать не «безопасный секс», а настоящие отношения, где физиология — лишь малая 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 (а не в его 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.

Воспитывать молодёжь внутренне, ориентируя её на ценность отношений, а не удовольствий от секса, 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»,

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

<sup>8</sup> Остапенко А. Упрямо штопать изрешечённую ткань добра... // Народное образование. 2009. № 4. С. 241.

которыми кормит молодёжь 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, поддерживаются лишь комфортные отношения обменного типа. 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 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 добиться двух эффектов. Первый — напугать, показать реальные тяжкие последствия порока (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 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.

## ШКОЛА И ВОСПИТАНИЕ

Второй важный эффект — создание положительного образа противоположного пороку хорошего поведения. Воспитание добродетели — ключевая задача социальной рекламы. Вспомним опыт СССР: 1920–50-е годы, расцвет жанра плаката, наглядной агитации. Посмотрите на плакаты 1930-х годов, времени напряжённого социального строительства. Там преобладают позитивные образы, вызывающие желание следовать за ними, быть похожими. Вот главное условие хорошей социальной рекламы — вызвать *потребность в приобретении* к позитивным образам. 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 очень изменились, но есть надежда, что глубинные архетипы нашей культуры, имеющей 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 мёртв. Как его оживить, как сделать живыми 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. **НО**