

# УТЕРЯН СТЫД! Да здравствует потребительство!



**Темыр Айтчевич Хагуров,**  
профессор Кубанского университета,  
доктор социологических наук

Наше время — эпоха тотальной утраты стыда. Люди не стыдятся в общественном транспорте громко обсуждать по мобильному телефону подробности своей интимной жизни. На бесчисленных ток- и реалити-шоу они делают это с азартом, публично на всю страну рассказывая о том, о чём их бабушки и дедушки стеснялись рассказывать священнику на исповеди.

• стыд • совесть • нравственность • потребление • новая социальность

**О**сновная задача нравственности — воспитание в личности способности к оценке собственного поведения и его последствий, делающей возможным самоконтроль. Нравственная оценка позволяет преодолеть индивидуальные желания и осознать их реальные последствия для себя, других и мира.

Нравственные идеалы и нормы блокируют проявление асоциальной активности личности и поощряют социально полезную активность. Это справедливо для всякой высококоразвитой культуры. К.С. Льюис обосновывал существование универсального «нравственного закона»: «Различия между взглядами на мораль действительно существовали, но они всегда касались лишь частных случаев. Я хотел бы лишь

попросить читателя подумать о том, к чему бы привело совершенно различное понимание морали. Представьте себе страну, где восхищаются людьми, которые убегают с поля битвы, или где человек гордится тем, что обманул всех, кто проявил к нему неподдельную доброту. Вы с таким же успехом можете представить себе страну, где дважды два будет пять»<sup>1</sup>. Замечательный философ и богослов, конечно, прав. Как и древние римляне, иудеи, китайцы, мы хотим, чтобы наши сыновья были сильными, мужественными, честными, мудрыми и ответственными, а дочери — добрыми, милосердными, женственными и добродетельными. Если они вырастут такими, то общество будет сильным и процветающим, каким и должно быть любое общество, основанное на добродетелях. Если нет — они будут

<sup>1</sup> Льюис К.С. Просто христианство. М.: Fazenda, «Дом надежды», 2003. С. 13.

жить в большом обществе, где правила игры определяют жестокость, своекорыстие и обман. В наш век повальной заикленности на экономике, инвестициях и уровне жизни часто забывают, что нравственность — фундаментальная экономическая категория. Об этом писал профессор моральной философии Эдинбургского университета А. Смит<sup>2</sup>. С кем вы предпочитаете вести дела — с честным человеком или обманщиком? Ответ, думается, очевиден.

Когда человек отказывается от контроля над своими влечениями и утрачивает способность к нравственной оценке ситуации, происходит нарушение нравственного закона. Человек имеет потребности и желания, ограничивающие его свободу, которая никогда не бывает абсолютной. Удовлетворение некоторых из них способствует благу индивида и окружающих его людей. Удовлетворение других порождает болезни и несчастья.

Но при чём здесь стыд? Дело в том, что *стыд — ключевой психологический механизм блокирования асоциальных (безнравственных) форм поведения*. Чтобы «работали» нравственные запреты, нужно взрастить у человека эмоциональное отторжение неприемлемых форм поведения — трусости, лжи, корыстолюбия, жестокости, неблагодарности, разврата и т.д. Это достигается воспитанием стыдливости.

Стыд — глубоко социальное чувство. Он возможен, когда есть я и есть другие (или другой), кто бы мог оценить моё поведение. Даже если другого или других нет рядом, я могу занять рефлексивную позицию и посмотреть на себя глазами судьи. Или, говоря иначе, услышать голос совести. Воспитание стыдливости и есть замена внешнего побуждения (меня накажут) внутренним (мне стыдно).

В разные времена стыдились разных вещей. Средневековый рыцарь панически стыдился трусости. Буржуа XVIII–XIX веков стыдился мотовства и разврата. Аристократ — неумения вести себя в обществе. Интеллигент — невежества. Крестьянин — лени и безделья. Профессор — своей профессии... А пионер сты-

дился нарушить клятву. Помните «Честное слово» А. Гайдара?

Существовали специальные практики воспитания стыдливости. В христианской традиции эти практики опирались на институт исповеди. Вне зависимости от уровня образования и благородства происхождения человек учился с малых лет рефлексии по поводу своих поступков. Представлять себя самого на суд совести, голосом которой, как тогда верили, говорил сам Судья. Исповедь ведь сугубо добровольна. Священник не может заставить исповедаться в чём-то конкретном, он призван лишь помочь кающемуся. Ключевой элемент исповеди, без которого она лишается смысла, — покаяние. Чтобы оно стало возможным, человек должен добровольно подвергнуть себя нравственной экспертизе на предмет соответствия своего поведения заповедям и устыдиться. Практики покаяния существовали в религиозных традициях. На них опирались и после того, как образование и воспитание утратили религиозный характер. Например, практиковавшиеся у пионеров и бойскаутов признание своей вины перед лицом товарищей и обещание «больше так не делать» — не что иное как светская форма исповеди и покаяния.

С отказом от покаяния связана постепенная утрата стыда. Это происходит по мере того, как люди перекочевали в кабинеты психоаналитиков. К середине XX века психологи-консультанты на Западе заменили собой священников. По мере коммерциализации этой отрасли «душевного сервиса» консультанты стремились сделать его максимально удобным и комфортным для клиентов. В результате дискомфорт и напряжённость подлинной работы над своими проблемами (такая работа над собой не бывает без дискомфорта и напряжения, на этом построены все эффективные методы психологической помощи) были вытеснены вульгаризированным лозунгом

<sup>2</sup> Смит А. Теория нравственных чувств. М.: Республика, 1997.

популярной псевдопсихологии: «любите себя таким, какой вы есть». Обыватель воспринял это «на ура»: долой нудное и неприятное «самокопание» — можно просто «любить себя таким, какой я есть». Бесчисленные журналы растиражировали этот лозунг, совершенно игнорируя тот факт, что его буквальное прочтение позволяет оправдать в собственных глазах любые мерзости и недостатки. Это и произошло в массовом масштабе.

Политики и чиновники совершенно не стыдятся врать миллионам людей в прямом эфире. Журналисты не стыдятся «рыться в чужом белье», потакать патологическим вкусам пресыщенных любителей «погорячей», лгать, подтасовывать факты, смаковать подробности убийств, изнасилований и катастроф. Производители рекламы не стыдятся похабных мотивов и намёков, а владельцы телеканалов показывают её в дневное время. Владельцы ночных клубов не стыдятся открыто рекламировать элитную проституцию и эскорт-услуги. Проститутки становятся героинями передач, фильмов и интервью. Юноши и девушки не стыдятся обсуждать удачный секс и почти заниматься этим в парках, скверах и общественном транспорте. Студенты не стыдятся незнания самых элементарных вещей. Люди в большинстве перестали стесняться своего невежества — они сотнями звонят в эфир многочисленных FM-радиостанций и мучительно не могут ответить на вопросы, на которые легко ответил бы ученик 5-го класса советской школы. Мужчины перестали стесняться женщин — они уверенно отправляют малую и большую нужду на обочинах скоростных автотрасс, даже не отворачиваясь от проезжающих автомобилей. То, что ещё совсем недавно было делать стыдно, сегодня становится предметом самовыражения.

Утрата стыда — симптом тотальной индивидуализации общества. Место личности, включённой в социальные связи и отношения, занимает раскрепощённая индивидуальность. Утрата стыда означает отказ от огра-

ничений, отказ от «Мы» в пользу «Я». Уже никто не отрицает, что веками существовавшие формы «мы-бытия» (требующие самоограничения) — семья в первую очередь, но с ней и церковь, и политическая организация и дружба — стремительно исчезают. Об этом буквально кричат современные исследователи и публицисты. Таким образом, **утрата стыда означает конец социального** в привычном его понимании.

Стыдиться перестали почти всего. Стыдливость сконцентрировалась в области потребления. Сегодня стыдно не иметь машины престижной марки, бытовой техники, стильной одежды, не знать новостей шоу-бизнеса, не смотреть модные фильмы, не ходить в торговые центры. В общем, стыдно не быть продвинутым **потребителем**. Потребление стало новой точкой опоры для новой социальности. Потребительские практики замещают собой почти все виды человеческих взаимоотношений. Человек потребляет продукты и услуги. Образование больше не получают, его потребляют как услугу. Компании выступают в роли потребителей на рынке труда. Мужчины и женщины потребляют друг друга. Любовь и дружба, как советуют модные психологи, должны приносить удовольствие (о том, что эти виды отношений невозможны без жертвенности, никто не вспоминает). Врачи потребляют пациентов, а пациенты — врачей. Массовая культура провозгласила потребление главной ценностью эпохи. А потребитель стыдится только того, что ещё что-то не попробовано, не испытано, не потреблено.

Стыд умер — да здравствует потребление! Такое общество долго не просуществует. Неограниченная стыдом индивидуальность лишена «социального клея» — возможности создавать устойчивые объединения людей, из которых и складывается общество. А когда всё начинает расползаться по швам, то вскоре наступает либо хаос, либо террор. Что лучше? Выбор не богат. **НО**